

espressa
COFFEE & WATER

¡NUNCA CAMINARÁS SÓLO!



LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

EL PROVEEDOR ESTRATÉGICO DEL OPERADOR 5 ESTRELLAS

DISTRIBUIDOR DE:

flo

Profine

orain

PAYTEC

ristora

www.espressa.es

Os preguntáis si él respeta
el medio ambiente,
¿verdad?

POLIEDROSTUDIO



SOIS ÚNICOS,
NUESTRO PLANETA TAMBIÉN.

ORCHESTRA

Es una máquina concebida y fabricada
para que tenga una larga duración.

Para satisfacer las necesidades de todos incluidas
aquellas del medio ambiente.



necta.evocagroup.com/es



Follow Us!



A todos los que estáis ayudando a mantener bien despiertos a quienes, cada día, están dándolo todo por devolvernos la normalidad, a todos, **muchas gracias**.

A cada distribuidor, gestor, reponedor de máquinas vending, y **personal de servicios de catering**, que siguen aportando pequeñas dosis de energía o pequeños momentos de relax en **hospitales, fábricas y otros centros de trabajo, servicios de emergencias, cuarteles de bomberos o policía, centros de logística...** muchas gracias.

Nunca como ahora ese vasito de café ha significado tanto. Gracias por hacer posible que aquellos que luchan cada día puedan disfrutar ese momento de energía, de esperanza y de deseos compartidos. Por todo ello, **nosotros seguiremos también siempre abiertos a todos vosotros**.

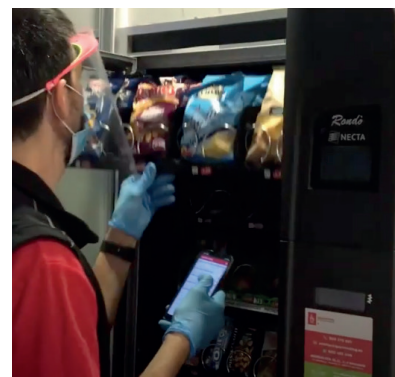


Siempre abiertos para ti

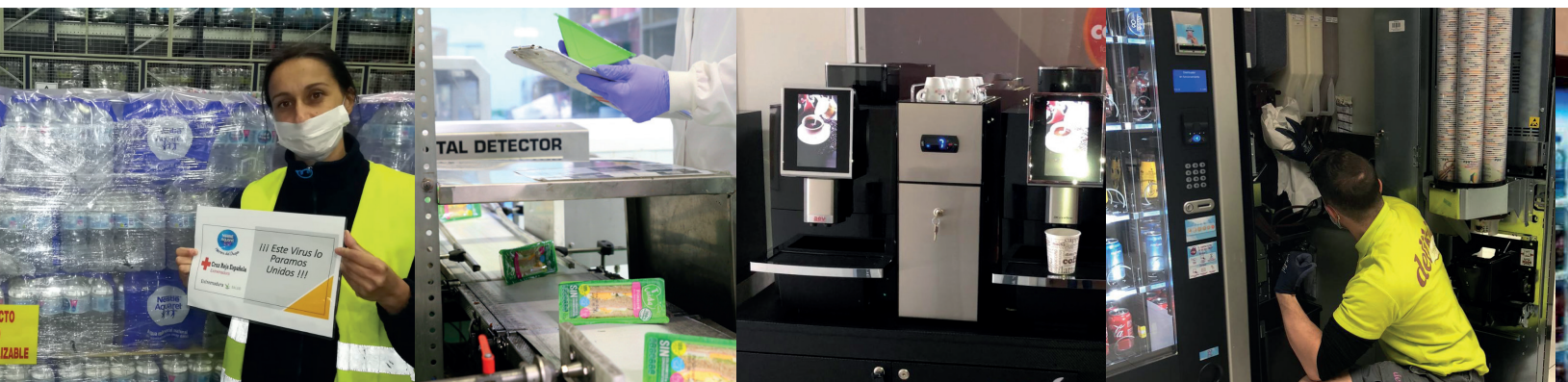


ESPECIAL SEGURIDAD ALIMENTARIA

36/ PONIENDO EN VALOR LA GARANTÍAS DE SEGURIDAD ALIMENTARIA EN VENDING EN TIEMPOS DE CRISIS



• toda la información a diario en tu nueva web www.hostelvending.com • la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu



• toda la información a diario en tu nueva web www.hostelvending.com • la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu

ENTREVISTAS

- 6/** Alberto Cipelli, director General en Espresso Coffee & Water y Lavazza
- 62/** Jorge Miranda, director de Desarrollo en Negocio en Ñaming

CAFÉ

- 8/** Espresso ofrece un servicio completo de soluciones de café y agua
- 12/** Estel Dúo: la solución Coffee Corner más versátil
- 14/** “Viajes al origen del café”, la iniciativa de Java Republic para defender a los caficultores

EMPRESAS

- 18/** AMLabs ofrece claves para superar a la crisis del coronavirus en la distribución automática

- 21/** Automated Vending aporta su solución ante la obligatoriedad de dispensar comprobantes de compra en Cataluña
- 29/** Soluciones para la vuelta al trabajo: Las máquinas Necta dispensan Equipos de Protección Individual (EPI's)

PRODUCTOS Y MÁQUINAS

- 31/** La nueva versión de La Reale viene con más opciones de personalización
- 32/** Disponibles bebidas en formato familiar en máquinas de vending

ASOCIACIONES

- 33/** La EVA demanda medidas urgentes ante el impacto del coronavirus en el vending europeo
- 35/** CONFIDA consigue que Lombardía reanude el servicio esencial de las máquinas de

Hostel Vending • nº119 mayo-junio

SUMARIO 119



@hostelvending



/hostelvending

en tu nueva web www.hostelvending.com • la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu nueva web www.hostelvending.com



en tu nueva web www.hostelvending.com • la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu nueva web www.hostelvending.com

de vending

cuentran lo que necesitan en el servicio de vending?

ARTÍCULOS

15/ El delivery llega al vending para aumentar el facturado de los operadores, con Orain

44/ Últimas tendencias en Horeca: hacia un servicio completamente unattended

FERIAS

65/ La VMF pospone por segunda vez su fecha: se celebrará en agosto

68/ Eu'vend & Coffeena y Orgatec mantienen su celebración del 29 al 31 de octubre

NOTICIAS

54/ Pago en efectivo: ¿seguro o inseguro ante el coronavirus?

56/ Distribución automática y vending: alternativa ante un país sin servicios de restauración

58/ Crecimiento exponencial de las ventas de Foodservice Delivery en Latinoamérica

62/ 3 de cada 10 personas sufren algún tipo de alergia o intolerancia alimentaria, ¿en-



ALBERTO CIPELLI, DIRECTOR GENERAL EN ESPRESSA COFFEE & WATER/LAVAZZA

Coffee to go: “con **Lavazza**, nunca caminarás solo”



espresso
COFFEE & WATER

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

LA TAZA PERFECTA + LA MÁQUINA PERFECTA: ÉXITO SEGURO!

ALBERTO CIPELLI, DIRECTOR GENERAL EN ESPRESSA COFFEE & WATER Y LAVAZZA, NOS NARRA LAS SOLUCIONES QUE EL GRUPO ESTÁ PONIENDO A DISPOSICIÓN DE SUS PARTNERS PARA AFRONTAR LA QUE SE ENMARCA COMO UNA DE LAS CRISIS MÁS DURAS PARA EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA Y EL VENDING. INNOVACIÓN, CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD SON LAS CLAVES QUE ESTÁN MARCANDO EL ÉXITO DE LA COMPAÑÍA.

No hay duda, la pandemia ha golpeado duramente al sector, y la facturación de los operadores se ha visto sacudida con pérdidas de hasta el 80%. Teniendo en cuenta que Lavazza ha destacado siempre por su compromiso con sus clientes y la industria, ¿de qué forma está trasladando ese apoyo a los operadores de vending?

Espresso, junto a Lavazza, está poniendo a disposición de sus partners varias soluciones para afrontar sin duda unos de los momentos más difíciles de la historia del sector. Aparte de las ayudas de la familia Lavazza para la inversión del COD19, concretando en el negocio de Vending en España, lo primero en lo que hemos trabajado ha sido en la situación financiera de nuestros clientes. Está claro que el operador no es el banco de España y que a este shock nadie estaba preparado; por eso, hemos destinado casi medio millón de euros en un paquete de financiación a tasa 0% para los clientes partner de la compañía.

“Por otro lado, tenemos unas pro-

puestas de innovación en Coffee & Water para reforzar las estrategias de futuro y adaptarnos a una nueva realidad de consumo y soluciones. Desde el café hasta el agua, ofrecemos innovación y apoyo a las inversiones en el canal OCS, que en este momento se ha visto más sólido que el mismo vending”.

Una de las máximas de Lavazza es el compromiso con la sociedad. Lo vemos en acciones como la donación de 10 millones de euros a Hospitales de la región italiana. ¿Tenéis en mente iniciativas de este tipo de cara a vuestros partners?

Más que iniciativa, diría que tenemos una Misión: hoy más que nunca Espresso Coffee & Water, junto a Lavazza, orienta toda su fuerza en 3 valores:

- Superación constante en el equipo
- Respecto por el medio ambiente y la sostenibilidad.
- Profesionalidad y pasión por los detalles.

Por eso, muy pronto lanzaremos nuestra gama Tierra en Vending Grano y muchas más soluciones orientadas al medio ambiente, como vasos 100% orgánicos, paletinas orgánicas, además de solubles de agricultura orgánica.

Todo esto no serviría de nada sin el lanzamiento de las cápsulas eco compostables, que llegaran a final de año. Además, seguimos colaborando con el proyecto “Kafea” en Donosti, patrocinando la iniciativa de reciclar cápsulas para reutilizar el material: el verdadero principio de la economía circular. Ya tenemos más de 10 toneladas de plásticos recicladas.

Nos encontramos en un panorama marcado por la incertidumbre y el miedo por parte del usuario final a la vuelta a un consumo dentro de establecimientos. En ese sentido, ¿es hora de apostar por el Coffee to go y los corners de café?

También en este sentido estamos trabajando, aunque la tendencia ya se veía antes. Opinó que la hostelería tiene un roll que el vending no tiene, y aunque ahora pueda ganar

terreno el consumo en oficinas, mañana no se sustituirá con el ámbito social del café en el bar y la pausa.

Ante un nuevo paradigma de hábitos de consumo y nuevas tendencias, ¿qué soluciones personalizadas propone Lavazza para aumentar la facturación de vuestros clientes e incluso salir más reforzados?

En mi opinión, el Covid-19 no trae nuevas tendencias; creo firmemente que han explotado las tendencias que ya habían: ya se consumía cada vez más en Internet, se pedían cada día más producto y marca sostenible...

Nuestras estrategias seguirán en la misma línea, reforzando aquello que ya se veía venir.

Una de las claves para esta nueva realidad, de cara al consumidor final, será la apuesta por la calidad, y mayor variedad. El usuario buscará ahora en sus máquinas de vending el café que solía encontrar en la hostelería, ¿qué puede ofrecer Lavazza que marque la diferencia del servicio de vending?

Estamos trabajando en formaciones de pro-

ducto y combinaciones de recetas innovativas, el objetivo es enseñar al operador a ofrecer un café a medida -un traje a medida-, y que el cliente final se sienta mimado como en el bar. Nuestros productos responden perfectamente a las necesidades del mercado.

Espressa se preocupa también por ofrecer la taza perfecta, por eso apostamos en formación, asesoramiento y innovación; para que el operador aprenda a trabajar productos mas premium.

Unido al concepto de calidad, surge otro: comunicación. Es primordial comunicarse con el cliente final para hacer llegar esa calidad que puede encontrar en las máquinas. ¿Cómo podría reforzarse esa interacción teniendo en cuenta que se trata de un servicio desatendido?

Nosotros lo tenemos clarísimo, hace ya un año que empezamos a colaborar estrechamente con Orain, una plataforma innovativa que comunica las máquinas al usuario. Ya se conoce bien el módem vending, pero:

La gran novedad es que lanzamos Orain OCS/Corners para todas nuestras máquinas en España, unas 15 mil: todas ellas, pequeñas, medianas y corners estarán conectados al móvil y por consecuencia a nuestro consumidor.

Bien, una vez que estamos en contacto con nuestro cliente, empezamos a conocerlo, mimarlo y fidelizarlo.

Lavazza ha dado todo un salto cuantitativo, sus puntos de venta han aumentado notoriamente y, por ende, el número de consumidores de la marca. ¿De qué es resultado?

El resultado es simplemente la unión de la Taza Perfecta con la máquina perfecta: Lavazza & Espressa.

La organización capilar y los servicios de Sat, formación y distribución en todo el territorio, junto a una estrategia de marketing idónea que acerca el consumidor a la marca en todos los canales, Horeca, Empresas y familia, ha sido la clave del crecimiento; llevando la marca que en 10 años apenas se conocía a ser una de las marcas de tendencia del mundo café.



Espressa ofrece un servicio completo de soluciones de café y agua



Una de las grandes del café, Espressa Lavazza, en sintonía con su compromiso medioambiental, está llevando a cabo una estrategia del agua sostenible ofreciendo soluciones basadas en sistemas de filtración asociados directamente a la red de suministro, lo que evita el uso de las botellas de plástico.

Si importante son los granos para un café de calidad, igual lo es el agua con el que se elabora. Esta afirmación la podemos aplicar al Espresso, una de las bebidas más afamadas, en el que la mayor parte está compuesto por agua (entre un 90% y un 95%). Este líquido tan esencial puede arruinar un buen café, de ahí la importancia que esta adquiere en la elaboración de una bebida con sabor y aroma de calidad.

Desde Espressa Lavazza lo tienen claro y, enmarcado en su plan de sostenibilidad, han incluido en su oferta soluciones para poder disfrutar de agua sostenible, apoyadas en sistemas de filtración vinculados a la red de suministro. Esta conexión directa evita el uso de plásticos y, por ende, reduce la contaminación ambiental que genera este material.

En cualquier caso, este tipo de filtros posibilitan contar con un agua ideal para elaborar el

café. Desde Espressa explican que, la elección de un sistema de filtración u otro dependerá de la zona en la que se aplique, en base al grado de dureza del agua suministrada.

Así, tanto el sistema de ósmosis como el de microfiltración, dan lugar a un agua de calidad de manera ininterrumpida y a un coste menor que el conseguido con la embotellada.

Una reducción de la huella ecológica, un aumento de calidad en el resultado del café y la reducción de costes evidencian estos sistemas como la mejor opción.

Y es que, tal y como decíamos, los minerales disueltos en el agua influyen directamente en el perfil aromático y el sabor del café (y de cualquier otra bebida en general).

Por tanto, queda demostrada la importancia que adquieren en las máquinas de vending la invertir en tecnología y calidad. Es lo que se refiere al agua, este movimiento se conoce como “vending puro”, haciendo hincapié en el cuidado a la hora de procesar el agua.

Para responder a esta necesidad, nos encontramos todo un abanico de posibilidades tanto para vending como para OCS y que, como decían desde Espressa, dependerán de la zona en la que se aplique y el tipo de máquina. Como en todo, cada solución presenta sus

propias características; la cuestión es, ¿cuál es la mejor opción? Desde Hostel vending te facilitamos las soluciones existentes para que seas tú quien elijas la mejor para tu negocio.





Un **café** para cada paladar con las **cápsulas Gimoka**, compatibles con el **Sistema Nespresso Profesional**

El Grupo Gimoka, una de las principales empresas tostadoras a nivel mundial, quiere estar a la vanguardia y brindar un producto de calidad. Tanto es así que está siendo pionera en ofrecer toda una gama de cápsulas compatibles con el Sistema Nespresso Profesional. Con una compactación correcta; volumen y prensado interno de las cápsulas, se alza como una solución versátil e ideal para los amantes del café.

Hay tres claves fundamentales para tener éxito en el mundo de la distribución automáti-

ca, así como en sus respectivos segmentos de negocio: innovación, calidad y personalización. Solo aquel que esté dispuesto a sumergirse en las soluciones más disruptivas, tendrá hueco en un mercado cada vez más competitivo.

Empresas como Gimoka, se esfuerzan cada día por lanzar nuevos sabores a través de sus cápsulas que, además, cumplen con las demandas de sostenibilidad de los usuarios, otro punto muy importante a tener en cuenta.

En esa línea, destacan la gama de cápsulas compatibles al 100% con el Sistema Nespresso Profesional, una novedad en el mercado que la

convierte en un producto de calidad y atractivo. En concreto, se trata de cápsulas de aluminio, desarrollada específicamente para ofrecer “una solución valiosa como alternativa a la exitosa original”, comenta Jordi Fuste, Sales Manager Spain and Latam en Gimoka.

GAMA EQUILIBRADA DE CAFÉ

Y para responder a todos los gustos, el grupo ha definido dos rangos de productos para suministrar a los dos segmentos de mercado:

Por una parte, de la mano de Gimoka, encontramos cuatro intensidades: Intenso, una



Perfecta para Coffee Corners y OCS más vanguardistas

Desarrollada específicamente para ofrecer una solución valiosa como alternativa a la exitosa original, está calando hondo en localizaciones como oficinas, sala de reuniones y convenciones, coffee break, coffee corners, restaurantes, B&B y en esencia, en cualquier lugar donde un buen café va en sintonía con una buena percepción de servicio.

mezcla con un sabor fuerte y persistente, donde la crema de color avellana cuenta con mucho cuerpo y notas de frutos secos; Cremoso, que, como su nombre indica, se trata de una mezcla suave de cuerpo medio con reminiscencias a la avellana; Vellutato, originado tras una mezcla de granos de arábica con sabor a chocolate y afrutado.

Por último, para aquellos que optan una bebida descafeinada pero sin renunciar al sabor, la gama cuenta con la versión descafeinada, bajo el nombre de Soave: un espresso con aroma intenso que conserva todas las características del café pero con un proceso natural de descafeinado.

PROCESO VERTICAL: DESDE QUE LLEGAN LOS GRANOS VERDES HASTA SU PACKAGING

Y para hacer llegar esa cápsula a tu oficina, Grupo Gimoka nos explica todo el procedimiento que realizan desde el suministro del café verde hasta su posterior empaquetado.

En primer lugar, se almacena el café directamente de las plantaciones y, gracias a su último desarrollo industrial, han permitido aumentar el número de silos de almacenamiento (24 de 45.000 kg cada uno).

“Con esta incorporación pretendemos alimentar de forma automática los requisitos de tostado, puesto que los silos funcionarán como un almacén mecanizado capaz de suministrar de manera automática el café verde”, apunta Fusté.

Posteriormente se procede a la limpieza del café (aún en verde), para la que cuentan con un nuevo sistema desarrollado por la compañía en asociación con Scolari Engineering, compuesto por diferentes fases basadas en 3 parámetros mundiales: densidad, color y dimensión.

La materia prima se transporta en un separador vibratorio: Vibrobloc 1500/2700, en el que se construyen 2 líneas de tamices: uno para la separación de contaminantes espesos; el otro para la eliminación del polvo y las impurezas sutiles.

Una vez los granos han atravesado el tambor magnético que separa los materiales ferromagnéticos, se procede al tostado del café: Gimoka lo lleva a cabo con el sistema Neuhaus Neotec, que es el más grande entre las 5 plantas existentes en todo el mundo, contando así con una capacidad de tostado de 5.000 kg/h. Una vez realizada la posterior molienda en rollo de 3 etapas, el producto se traslada a los silos para desgasificarlo.



Un punto clave que señalan desde Gruppo Gimoka es el equipamiento de su planta con la nueva máquina de cápsulas compatibles Nespresso Professional®* con el Opem Pegaso de 8 carriles, con capacidad para 130 millones de unidades por año:

“La línea de llenado aprovechará un sistema de compresión mecánica de 1.500 kg por carril, para garantizar las propiedades correctas de preparación y la apariencia de las cápsulas y un sistema de doble sellado”, nos explica su Sales Manager.





Café para llevar con aplicaciones móviles para disfrutar en casa

No es que haya que buscar muchas razones. Una de las empresas más destacadas a nivel mundial por la calidad de su café colombiano, Juan Valdez, ha decidido incluir en su oferta café para llevar a través de una aplicación móvil, para aportar sus servicios ante esta situación de prevención.

Una de las mayores aliadas para estos días de confinamiento preventivo es, sin duda, la distribución automática. Ante la necesidad de una falta de personal, el autoservicio se alza como una solución para intentar normalizar el panorama y dar servicio a la sociedad. Por su propia naturaleza, el modelo desatendido es uno de los más demandados por la sociedad; más ahora cuando debemos extremar las prevenciones ante el contacto personal.

Según han dictaminado las autoridades pertinentes, es necesario quedarse en casa durante estas semanas de lucha contra el coronavirus, y las empresas de alimentación están reconfigurando su oferta y métodos para hacer llegar sus servicios de la mejor manera. En esta línea, el delivery está siendo uno de los modelos de negocio más destacados estas semanas, puesto que no requiere de contacto

entre el personal y el cliente, que es lo que se trata de evitar a toda costa.

Así lo han considerado también desde Juan Valdez, uno de los mayores referentes para el café, quien ha incluido la opción de café para llevar tanto en sus tiendas como a través de una aplicación móvil. Desde la compañía colombiana tienen claro que no quieren dejar de brindar su servicio y sabor a los consumidores;

para muchos, el café se trata de un bien de primera necesidad y una forma básica de empezar el día.

Y es que en estos días de miedo e incertidumbre, un café de calidad o una bebida de tu sabor favorito puede levantar el ánimo. Y ya no solo eso, puede prestar un servicio para aquellos que no puedan salir a comprar y necesiten recargar energía con un buen café.





Estel Dúo: la solución *Coffee Corner* más versátil



Dos posibilidades de café en grano, una nevera que reparte leche fresca a un lado o a otro: todo sobre un mueble, de montaje sencillo, conectado para que el marro caiga al depósito. El potencial de una máquina doble pero con la autonomía y capacidad de dos máquinas independientes que ofrecen un café profesional.



AEV vuelve a dar un salto cualitativo: con este Dúo del modelo Estel -modelo profesional que aúna los granos del café molidos al momento con un sistema de leche fresca-, ofrece una solución coffee corner flexible. El objetivo: que el conjunto tenga la suficiente autonomía para poder ubicarlo en cualquier parte, incluso trasladarlo con facilidad de un lado para otro.

Si bien esta idea ha resultado más que atractiva para los hoteles, lo cierto es que el potencial del dúo la hace perfecta para entornos de oficina más grandes, estaciones de servicio y, en esencia, cualquier establecimiento donde haya mayor rotación y demanda de un café de calidad.

Hablando de hoteles, el proyecto surgió, precisamente, de esa necesidad de ofrecer un servicio ilimitado y fácil de manejar, sobre todo de cara al servicio de desayunos. En principio, este segmento demandaba máquinas dobles.

No obstante, una máquina doble tiene sus limitaciones. Y es que este dúo resulta más eficaz porque, al fin y al cabo, cuentas con dos máquinas independientes entre sí: en caso de avería, en la máquina doble dejarían de funcionar ambas partes; sin embargo,

con la Estel Dúo, siempre puedes utilizar la otra si ocurre algún problema técnico, un punto muy importante ante la necesidad de no interrumpir el servicio.

Ahondando en la solución, se trata de un conjunto de máquinas, interconectadas con un distribuidor de leche refrigerado que proporciona servicio a ambas máquinas simultáneamente. Además, presenta la incorporación de un mueble de fácil montaje, enlazado con las máquinas, que ya incluye su propia red de agua y desagües, y por donde caen los posos del café. Flexibilidad, autonomía y facilidad de uso: esas son las tres premisas que prometen desde AEV.

Flexibilidad porque cuenta con un doble grupo, panta-lla y selección de café.

Autonomía: trasladar el coffee corner a cualquier parte es posible; al contar con sus propios filtros, agua y depósitos, se puede montar en un carrito (el utilizado para los desayunos de hotel, por ejemplo) y ubicarlo.



Sencillez: el cliente se limitará a preparar el café pulsando la pantalla de la Estel, comprobando de vez en cuando los niveles del grano.

Y es que, al contar con una gran capacidad

de leche (8 litros de leche fresca), un marcador de temperatura y un depósito de gran tamaño para los posos, esos problemas que pueden surgir a medio servicio de limpieza de posos, falta de leche o fallo de la máquina, quedan más que superados.

4 cafés cada 30 segundos

Imagina: 4 cafés al mismo tiempo en tan solo 30 segundos, ¿cómo es posible? Al incluir la posibilidad de doble taza, los modelos permiten preparar dos cafés a la vez, lo que en este caso se traduce en 4 cafés simultáneamente.

Una solución perfecta para grandes tiradas de café, con la que se reducen colas, y de la forma más intuitiva posible: recalcula los parámetros automáticamente.

SISTEMAS DE PAGO: APOSTANDO POR LA TELEMETRÍA Y LA INNOVACIÓN

El conjunto incluirá una electrónica que ya presentaron en las ediciones pasadas de Vendibérica y HIP, bajo la cual la máquina puede estar conectada con telemetría para que se pueda controlar y gestionar de forma remota.

Pensada para poder incorporar toda una

variedad de sistemas, el usuario también tiene la posibilidad de pagar con app móvil a través de códigos QR.

Y, confirmando su apuesta por el desarrollo tecnológico y las últimas tendencias, el software instalado en las máquinas permite vender publicidad en pantalla:

Se trata de un programa bajo el cual poder vender publicidad desde la propia máquina, por lo que, además de los propios ingresos de las ventas del café, se pueden obtener ingresos por impactos de publicidad.

Leche fresca, calidad premium, autonomía, coste económico y facilidad de uso, así se presenta el nuevo coffee corner de AEV, con el que se confirma que el incremento de la demanda de calidad por parte de los clientes y el consumidor final llegó para quedarse.

Importancia del servicio técnico

Tal y como nos relata Manuel Millán, CEO de AEV, “nosotros mismos hacemos el servicio técnico, incluso hemos ido de madrugada a otra ciudad para que tuvieran la máquina lista a primera hora”.

Igual de importante es el servicio técnico posterior como el previo, en el que la empresa ha estado trabajando un año y medio probando la máquina. Los resultados se tradujeron en el primer puesto del concurso con grandes del sector para una gran cadena de hoteles, no solo por la calidad del café de la dúo, sino por el servicio de la máquina.

Como decíamos anteriormente, la ventaja de contar con dos máquinas es que siempre tienes un as bajo la manga en caso de alguna avería puntual.

“Viajes al origen del café”, la iniciativa de Java Republic para defender a los **caficultores**

Java Republic, empresa de café premium, se centrará con la iniciativa en las prácticas agrícolas más sostenibles en el territorio de Costa Rica, fomentando el desarrollo entre las comunidades caficultoras.

Una taza de café, tan presente en nuestras vidas, recoge toda una historia detrás de la que muchas veces no somos conscientes.

Para que esta bebida haya podido llegar a nuestras oficinas, cafeterías, hogares o gasolineras, un agricultor ha trabajado día y noche por conseguir la mejor materia prima y que los consumidores disfruten de una bebida de calidad. Cuando hablamos de calidad en el café, va más allá de la mera recolección de granos, o de un tueste concreto; son necesarios multitud de factores.

Tal idea es compartida por Java Republic, el primer tostadero de carbono neutro y proveedor de café premium, quienes sostienen que un café de alta calidad se basa en “tener un proceso de producción sostenible, que respeta el entorno, pero también a las comunidades sociales de agricultores que recolectan los granos”.

SOSTENIBILIDAD, UN CONCEPTO VITAL EN EL MUNDO DEL CAFÉ

Para la compañía, la sostenibilidad es sin duda una de sus razones de ser, estando la

ética del proceso de producción y recolección muy presente en su filosofía.

En este sentido, Java Republic visita continuamente el lugar de origen de sus productos, no solo para asegurar la calidad del café, sino también para defender los intereses de los agricultores.

Ejemplo de ello es el apoyo ofrecido hacia Ruanda, donde colaboran con la comunidad pagando su seguro médico.

COSTA RICA: VIAJE AL ORIGEN

Con el propósito de reunirse con el comerciante de café DR Wakefield, Java Republic ha viajado hasta Costa Rica.

Así, para la directora general de Cafento International, Emma Brett: “Ambas compañías tienen la oportunidad de cultivar en el terreno las relaciones con los agricultores de Costa Rica y entender los desafíos diarios a los que se enfrentan como productores de los granos de café de mayor calidad del mundo”.

En ese sentido, el propio compromiso de Costa Rica de garantizar prácticas de cultivo sostenibles van de la mano con los valores de Java Republic; alzándose este tipo de cultivo como el más respetuoso con el planeta.

Concretamente, el café mestizo de primera calidad de la compañía contiene un 50% de granos de café de Costa Rica. De este producto podemos obtener notas a frambuesa y caramelo, con el toque de un sabor suave y ligero.

El país enumera ya ocho regiones dedicadas a la producción de su único y propio café, en las que los diferentes microclimas tienen mucho que decir, puesto que generan grandes variedades de granos.

Respecto al viaje de la compañía de café premium, una de las áreas visitadas fue Coope Agri, zona en la que se obtiene la mayoría de su café costarricense.

Su cooperativa, fundada en los sesenta por casi 400 pequeños agricultores, pretende mejorar el nivel de vida de los trabajadores y fomentar el desarrollo en sus comunidades.

Para Emma Breet, se trata de un viaje clave para todos los accionistas que participan en su negocio:

“Nos permite conectar con las personas a las que compramos nuestro café, y comprender verdaderamente sus desafíos mientras nos esforzamos por construir relaciones duraderas”.



El **delivery** llega al **vending** para aumentar el **facturado** de los operadores, con **Orain**



Si los restaurantes pueden llevar comida a casa, ¿por qué no el vending?

Las empresas deben subsistir y rotar las materias primas de las que ya estaban provistas. Pero si nos trasladamos al vending, es inevitable preguntarse, ¿qué harán los operadores con los stocks de los productos?



Nos encontramos ante un escenario de servicios mínimos y una situación económica que roza lo crítico. Sobrevivir y aumentar el facturado como sea es la realidad con la que se enfrentan de cara las empresas; sin excepción.

Ante una situación de incertidumbre, es normal preguntarse: ¿qué pasará ahora?, ¿cómo seguirán las empresas ofreciendo sus productos? Con estos interrogantes pretendíamos, en efecto, causar una reacción; una respuesta por parte del sector para que la industria de la distribución automática se reinvente y consiga sobrevivir a esta crisis que atraviesa la humanidad.

Si el delivery está siendo la estrategia que está manteniendo a flote la restauración y la hostelería, ¿por qué no aplicarla al vending? Este interrogante también se lo ha planteado Orain, empresa especializada en sistemas de pago, llegando a la conclusión de que el sector está pidiendo a gritos acciones para los principales problemas con los que conviven los operadores.

En ese sentido, ante las mermas de productos y disminución de la facturación, ofrecen soluciones personalizadas según las necesidades de cada operador, con el propósito de habilitar un canal de venta directa a domicilio, a través del cual los operadores puedan ofrecer directamente a los usuarios su oferta de productos actual y entregas a domicilio.

DELIVERY EN VENDING

La solución más adecuada para la situación actual provocada por el coronavirus, ya que posibilita que los ciudadanos cumplan las medidas de seguridad establecidas durante estos días, porque no requiere contacto personal. Un método que, de pulirse, puede ser el más efectivo para que la industria sobreviva.

De esta forma, además de reducir la cantidad de productos desechados provenientes de las máquinas, actualmente inactivas en muchas localizaciones (a excepción de hospitales, donde están funcionando a pleno rendimiento), Orain propone a sus clientes encontrar

otras vías de ingresos, mediante la diversificación del negocio.

En cuanto a la manera de llevar a cabo esta solución, dependerá en gran parte de los operadores, teniendo en cuenta su operativa actual, ubicación, productos que ofrecen, capacidad para realizar las entregas, entre otros factores.

Y para hacer posible esta medida: “Desde Orain ofrecemos toda nuestra colaboración para implementar estos procesos y ser el nexo de unión entre la oferta y la demanda”, exponen el equipo.

EL SECTOR LO DEMANDA

El sector de la distribución automática está pidiendo a gritos acciones para los principales problemas de mermas y facturación que sufren los operadores.

Y una de las mejores opciones para hacer llegar los productos al consumidor son, sin duda, las taquillas inteligentes. Esta es la dirección que está tomando la distribución automática y se hace más que necesaria para esta situación.

Empresas como AEV llevan tiempo implantándolas, con éxito, en diferentes segmentos de mercado. Como su nombre indica, se trata de taquillas que se pueden instalar en distintas ubicaciones para gestionar la recepción de paquetes y suponen, por tanto, un punto de recogida.

Además, las máquinas de AEV cuentan con la posibilidad de ser en frío, por lo que podrían introducirse sin problema productos típicos de vending como snacks, comidas preparadas, bebidas, café en frío, etc.

Otro punto a favor de esta tecnología es la seguridad: al ser gestionadas por códigos y cerraduras electrónicas, permite que solo la empresa que envía y el usuario que recibe, tengan el código necesario para abrir la taquilla.

Sería óptimo poder instalar este tipo de máquinas en diferentes localizaciones, públicas y privadas, como podría ser en complejos residenciales, evitando así a las personas tener que trasladarse y el contacto humano, medidas primordiales estos días.

RECOMENDACIÓN SANITARIA DE EVITAR LOS PAGOS EN EFECTIVO

En un contexto en el que las autoridades pertinentes recomiendan evitar los pagos en efectivo, en favor de los sistemas cashless (tarjeta, app móviles, wallets...), al tratarse de medios más efectivos para prevenir el contagio en consumidores, reponedores y todos los actores implicados en la manipulación de monedas y billetes, Orain propone sus servicios.

Así, con el objetivo de incrementar el número de compras sin efectivo y por ende, garantizar el traspaso a la cuenta bancaria de los operadores de manera inmediata, la compañía especializada en sistemas de pago ofrece durante el periodo de confinamiento sus dispositivos gratuitos para instalar en aquellas máquinas que mantienen su actividad y que a día de hoy no cuentan con su sistema.

En ese sentido, los operadores de vending podrán implementar soluciones de pago cashless en todas sus máquinas de manera gratuita:

"Por nuestra parte, ofrecemos nuestro servicio en estas máquinas nuevas que instalen de manera gratuita durante todo



el estado de alarma para facilitar la situación de nuestros clientes", afirman desde Orain.

Como en toda situación, es necesario saber adaptarse a nuevas formas de demanda y de ventas, y ofrecer así un servicio lo más óptimo posible.

¿Quién sabe si de este panorama nacerán nuevas formas de negocio más efectivas y fructíferas para el sector? La crisis no duran eternamente pero, aquel que sepa salir de ella, se asegurará un puesto estratégico en la industria.

SEGURIDAD TECNOLÓGICA

Otro punto a favor de implementar la tecnología de las taquillas inteligentes es la seguridad: al ser gestionadas por códigos y cerraduras electrónicas, permite que solo la empresa que envía el paquete, y el usuario que lo recibe, tengan el código necesario para abrirla.





3M apoya al Ministerio de Sanidad español en la protección contra el coronavirus

El Ministerio de Sanidad convocó a principios de marzo a todos los fabricantes de Equipos de Protección Individual y de Material de Protección Quirúrgica con el propósito de que colaboren para proteger a los profesionales sanitarios ante el crecimiento exponencial de los contagios de Covid-19.

Para poder frenar la continua propagación del virus, el Ministerio decidió hacer una gran compra centralizada de la máxima cantidad de mascarillas de protección respiratoria FFP2 y FFP3 así como quirúrgicas, de las que 3M es una de las principales compañías productoras.

Así, la gestión del pedido la llevó a cabo el Instituto Nacional de Gestión Sanitaria (INGESA) para distribuir a los Servicios sanitarios de cada Comunidad Autónoma.

Pero la situación no era sencilla. Nos encontramos frente a un mercado chino absolutamente cerrado para la exportación de estos productos y la imposibilidad de muchos fabricantes de suministrar la cuantía de productos en un plazo tan corto.

Sin embargo, empresas como 3M, que también operan en el mundo de la distribución automática, volcaron sus esfuerzos en incrementar la producción al doble para abastecer los centros de salud y proteger a los trabajadores sanitarios que luchan día a día contra el coronavirus.

Asimismo, la compañía especializada también en sistemas de filtros en vending, "de los equipos de PSD,

MSD, BSO, DC and GA establecimos un plan para entregar material", expresan desde 3M. Este planning les permitió comenzar a entregar mascarillas desde Rivas al resto de Comunidades Autónomas siguiendo el reparto indicado por INGESA.

De igual manera, pudieron enviar camiones abastecidos en su totalidad por mascarillas desde su fábrica en Reino Unido a un centro logístico del Ministerio, que reparte posteriormente por comunidades.

En materia de envíos urgentes, desde la compañía hicieron entrega de distintos materiales en situaciones de especial emergencia, como el caso del Hospital de Emergencia establecido en IFEMA. Tanto es así que lograron enviar los productos el mismo día de su apertura.

Según expresa el equipo, la entrega de mascarillas 3M "ha sido objeto de una comunicación oficial por parte del gobierno español en su página web y en su cuenta de Twitter".

FÁBRICA DE RIVAS

A la luz de un nuevo decreto fijado por el gobierno hace un par de días, en el que precisa las actividades esenciales y limita otras temporalmente, la planta industrial de 3M, ubicada en Rivas, entra en esa categoría, puesto que produce principalmente productos de limpieza Scotch-Brite™, por lo que resulta necesaria.



No obstante, desde la compañía confirman que la fábrica cerrará sus puertas durante la semana del 6 al 13 de abril, siguiendo sus planificaciones, por motivos de mantenimiento obligatorio. Por ahora, el centro logístico continúa su actividad habitual de distribución.

AMLabs ofrece claves para superar a la crisis del coronavirus en la distribución automática



En un contexto marcado por el impacto del Covid-19, los sectores del vending, OCS, micromarkets y demás, están intentando por todos los medios mantener su facturación. Ante una situación de incertidumbre, empresas como AMLabs proponen acciones que los operadores pueden llevar a cabo dentro de su empresa durante esta fase inicial de la pandemia.

Ahora más que nunca, el vending necesita aunar fuerzas a nivel internacional para poder hacer frente a un enemigo que no tiene miramientos en ningún sector o territorio: el coronavirus.

Desde el plano de la distribución automática (vending), si bien es cierto en la mayoría de países se alza como un servicio esencial y debe continuar dando servicio, los operadores y en general todos los que operan en el sector, no terminan de saber cuál es la mejor forma de hacerlo o cómo poder seguir facturando y generar un margen de beneficios para sacar sus empresas adelante.

La empresa brasileña especializada en gestión, pago y telemetría para operadores de máquinas expendedoras, OCS y Horeca, quiere arrojar luz en estas cuestiones y expone una serie de medidas que los empresarios podrían

aplicar para superar la crisis. Según expone Leandro Fidelis, gerente de Productos en AMLabs, una de las claves se halla en los empleados:

“La ley brasileña tiene varias reglas para proteger a los trabajadores, el gobierno cambió algunas durante este periodo para evitar la pérdida de los empleos”.

Por ejemplo, en principio quedaba regulado que el aviso de vacaciones debía ser de 30 días antes de la fecha, pero actualmente puede hacerse en un plazo de 48 horas. Este cambio hace posible que los empleados se vayan de vacaciones en lugar de ser despedidos, aclarando un poco la situación.

Por otra parte, destaca los préstamos. En el caso brasileño, el Gobierno “está lanzando algunas líneas de crédito, pero no todos los empresarios son conscientes de su existencia o no lo intentan, por la burocracia”, expone Fidelis.

Así, es necesario informarse de cuáles son las ayudas existentes y demandarlas lo antes posible. En el plano brasileño, destacan BNDES y DesenvolveSP.

Por supuesto, otras posibles medidas se encuentran en la comunicación. Así, negociar con los proveedores y tener una comunicación constante facilitará hacer frente a los problemas de ingresos.

En el vídeo también explica la realización de una encuesta para evaluar el impacto del contexto actual con el coronavirus en las compañías de Vending.

“Pronto publicaremos los resultados de esta investigación y podremos comprender la mayoría de las dificultades y qué otras acciones podemos tomar para tratar de ayudar al sector a superar este momento con el menor impacto posible”, nos comenta Leandro.



Bravilor Bonamat lleva sus máquinas de café al mercado mexicano

El fabricante holandés de máquinas de café, Bravilor Bonamat, entra al mercado mexicano mediante toda su gama de productos para responder a todas las necesidades y demandas, desde café de filtro hasta máquinas de espresso totalmente automatizadas.

Teniendo en cuenta que México se alza como uno de los 10 productores de café más importantes a escala mundial, existe una demanda creciente de equipos compactos y de alta calidad, y por ende, se trata de un mercado lleno de oportunidades para los fabricantes de maquinaria profesional de bebidas; una posibilidad que ha sabido ver Bravilor.

Desde que se lanzara a la industria mexicana el pasado mes de noviembre, la compañía holandesa ha elegido ya a sus principales distribuidores con el objetivo de expandirse en el país lo más rápido posible.

Así, han nombrado a Alex Orozco como gerente de Ventas en México, al contar con más de una década de experiencia en el sector de Preparación de alimentos y bebidas.

En relación al mercado mexicano, Orozco explica que:

“La demanda de soluciones de bebidas especiales en México está aumentando con soluciones bajo demanda y la tendencia a expender en tazas individuales”.



Frente a eso, el nuevo gerente de Ventas en México hizo hincapié en que “las máquinas de espresso, café filtrado y café recién hecho de Bravilor Bonamat son ideales para segmentos como la industria de la hostelería, las áreas públicas y los minoristas.”

Y en ese sentido, Bravilor Bonamat destaca

precisamente por sus soluciones en cuanto máquinas de café filtrado con toda un abanico de productos, entre los que destacan las soluciones de café instantáneo, espresso, líquido y bean-to-cup.

Sumado México a su portfolio, son un total de 12 países en los que está presente.

**TODAS LAS MARCAS. TODOS LOS RECAMBIOS.
EN CUALQUIER MOMENTO.
EN CUALQUIER LUGAR.**

www.lfrepuestos-horeca724.es
www.gev-online.com/es
www.repuestos-hosteleria.com





IVS Group aumenta su facturación +6,6% en 2019: ¿afectará el COVID-19 a este crecimiento?

El volumen de negocios consolidado el año pasado por la compañía ascendió a 462,9 millones de euros, de los cuales 417 millones provienen del vending, suponiendo un aumento del 6,6% de la facturación.

En un momento de incertidumbre sobre el posible impacto del brote de coronavirus, IVS Group ha decidido lanzar su balance anual de facturación del 2019, en el que confirman un aumento de la misma respecto al año anterior: 462,9 millones de euros frente a los 434,4 recaudados en 2018.

Respecto a las facturaciones por países, destaca principalmente un incremento del 7,1% en Italia y un 3,5 en Francia; en contraposición con España y Suiza, que han sufrido un ligero descenso del 5,7% y el 2,4% respectivamente.

FACTURACIÓN EN VENDING

La tendencia de las ventas en el sector del vending se mantiene similar a los años anteriores; notando un crecimiento en Italia del 0,7%. Pese a que en España se ha vivido un descenso de la facturación, ya se justificó en su día en "la reducción de los volúmenes de algunos de los principales clientes de la industria automotriz".

Asimismo, en cuanto a negocios en el sector, en 2019 se completaron 11 adquisiciones en Italia y Francia por un valor total de la empresa de alrededor de 29,7 millones de euros.

En cuanto al EBITDA reportado (con NIIF16) se eleva a 104,8 millones de euros de 91,1 millones de euros en 2018 (sin NIIF16). Respecto al

ajustado consolidado, aglomera la cifra de 105,5 millones de euros (con NIIF16), o 94,3 millones sin NIIF16, suponiendo al mismo tiempo un aumento del 1,0%.

Si nos fijamos en el beneficio neto comunicado por el Grupo, es igual a 19,7 millones de euros. Este resultado neto se ve afectado por los gastos e ingresos estimados como excepcionales por su propia naturaleza; por tanto, 2,2 millones de euros se atribuyen a adquisiciones realizadas. Sin embargo, la mayor parte de los gastos extraordinarios (6,4 millones de euros) derivan de la refinanciación que se produjo entre septiembre y noviembre del pasado año.

Respecto al beneficio neto ajustado (ingresos de intereses minoritarios), es de 26,3 millones de euros (27,3 millones sin NIIF16), que se traduce en un crecimiento del 4,1% en comparación con el ejercicio anterior, 2018.

ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES EN 2020 Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

Cabe destacar que justo al inicio del 2020, el 1 de enero, se produjo la formalización de la fusión de S.D.A 2000 S.r.l en SDA-DDS S.p.A. Meses más tarde, en marzo, IVS Italia completó la adquisición del negocio de Idea Vending S.r.l. por un valor de 0,1 millones de euros. Días después, el 12 de marzo, el grupo enviaba una solicitud forma de reembolso a AGCM (Autoridad Antimonopolio), por una cuantía equivalente a unos 8 millones de euros.

Según confirman desde la empresa, el

comienzo de 2020 se mantuvo en sintonía con la tendencia del año anterior, hasta la aparición del virus que mantiene en vilo al mundo entero: el famoso Covid-19. Como era de esperar, ha tenido su eco en el sector, provocando una reducción significativa de los volúmenes de consumo, debido a la notoria disminución de los usuarios en los lugares públicos y las zonas de trabajo.

Respecto al impacto en su propio grupo, IVS expone que en la práctica, los resultados de la empresa en 2020 en términos de reducción de márgenes, no es cuantificable con precisión, dada la imposibilidad de predecir la duración e intensidad de los efectos de la epidemia.

Sin embargo, prefieren enfrentarse a esta etapa sin temor aplicando la experiencia con la que cuentan de situaciones anteriores:

"El Grupo IVS ya ha demostrado, incluso en periodos caracterizados por un entorno económico muy débil, como el 2013-2015, su fuerza y resistencia; sabe cómo afrontar retos difíciles, aprovechar nuevas oportunidades y mejorar constantemente su posición y su cuota de mercado", afirman.

Y es que, como hemos venido diciendo a lo largo de los días, también es momento de saber ver las oportunidades que se presentan, sobre todo de cara al aumento que se va a producir en la demanda de las nuevas tecnologías, las interconexiones y el pago digital.

Automated Vending aporta su solución ante la **obligatoriedad de dispensar comprobantes de compra** en Cataluña



Frente al artículo 224-2 del Código de Consumo de Cataluña, por el que se establece que la máquina ha de contar con un sistema que posibilite que el consumidor final reciba un comprobante acreditativo de la compra realizada, la empresa operadora, Automated Vending, propone su tecnología Televend Smart Can, que permite a sus clientes emitir comprobantes digitales sin usar una impresora.

En Hostelvending hemos hablado en distintas ocasiones de la gran variedad de normativas existentes en la comunidad autónoma catalana; ejemplo de ello lo encontramos en la norma de expedir facturas o tickets a través de las máquinas expendedoras.

Teniendo muy presente que, al fin y al cabo, se trata de otro segmento de comercio igual que cualquier otro, que sabe estar a la altura de los estándares de calidad, cumplir con esta regulación no será más que una demostración de que se trata de un negocio regulado, consolidado y fiable.

No obstante, en su tiempo se trató de una

norma que cogió por sorpresa a los empresarios de vending catalanes, puesto que dicha incorporación podía ser, a priori, cara o no rentable en muchos modelos de máquina. Para solventar esta situación, compañías como Automated Vending quieren aportar su grano de arena y ofrecer una manera fácil de emitir estos comprobantes en las máquinas automáticas.

Para ello han desarrollado Televend Smart Scan, que permite a los operadores emitir comprobantes digitales sin usar una impresora, o sin necesidad de tener que descargar una aplicación de pago. De esta forma, cada cliente puede obtener dicho comprobante simplemente utilizando la cámara de su móvil y escaneando el código QR incorporado en la máquina.

Apostar por la tecnología no es el futuro, sino el presente más inmediato para el sector de la distribución automática. Los códigos QR

cada vez se extienden más en los distintos segmentos de negocio y gozan de la simpatía de la mayoría por su facilidad de uso e inmediatez.

Tal y como nos explica la compañía, la solución permite, en tanto, gestionar los nombres de los productos, así como las tasas de impuestos y el contenido de los comprobantes de forma remota sin tener que hacer una visita a la máquina.

Es una forma de evitar costes de visita para cargar el papel o las posibles pérdidas de ventas que pueden provocar esa falta de papel.

Por otra parte, presenta otras funcionalidades que la convierten en una herramienta óptima para esta demanda, como la administración remota de los precios, rutas dinámicas, opción de habilitar un crédito remoto al usuario o integrar USB con capacidad para aceptar lectores de tarjetas de crédito homologados por Redys, Televend Wallet con RDIF y aplicación móvil.

Zummo amplía la garantía de sus productos para apoyar al sector de la distribución automática



Zummo, compañía especializada en la distribución automática de zumo, que continúa ofreciendo servicio a sus clientes, prolonga la garantía de todas sus máquinas dos meses para apoyar al sector.

Ante una situación sin precedentes a causa del coronavirus en el mundo del vending y la distribución automática (como en el resto del mercado), la empresa española, una de las líderes en máquinas exprimidoras y con presencia en más de 100 países, ha querido ayudar a que no decaiga la industria.

Y es que, el Food Service y Horeca están siendo dos de los segmentos más afectados por la pandemia, por lo que ha decidido ampliar la garantía de todos sus productos de manera

automática.

Tal y como aseguran desde Zummo, el funcionamiento sigue activo como siempre. Incluso ofrecen un servicio más reforzado dado el panorama actual; garantizando las medidas de higiene y de control pertinentes.

Es un momento crucial para repensar la forma de trabajar y adaptarse a las circunstancias, y todo ello pasa por garantizar los controles de calidad para apoyar a todos los segmentos y canales de la distribución automática para los que opera la compañía, necesarios más que nunca.

Desde el grupo, animan al resto de operadores de la industria a unificar fuerzas y verter todos los esfuerzos necesarios para sobrevivir a esta situación crítica:

“En estos momentos, es muy importante transmitir un mensaje de tranquilidad, todos nuestros servicios están plenamente operativos, bien los imprescindibles presencialmente para poder dar servicio al sector alimentación o bien teletrabajando desde el hogar y con un compromiso y dedicación del 150%”, expresan desde Zummo.



Vending, unido contra el Covid-19: un recorrido por las ayudas a los profesionales sanitarios

Como hemos visto estos días, la distribución automática está siendo una de las industrias más solidarias respecto a los efectos provocados por el coronavirus, sobre todo de cara a los centros sanitarios, desbordados por la escala de la infección y la falta de recursos.

Desde que se inició la crisis, multitud de empresas del sector del vending han llevado a cabo multitud de iniciativas solidarias para apoyar a la sociedad a combatir el covid-19, con especial hincapié a los hospitales, que se hallan en situaciones críticas ante la falta de herramientas y personal para atender a los pacientes. Así, tras la donación de más de 10 millones de euros por parte del sector y con la iniciación de proyectos en distintos hospitales, la distribución automática pretende fomentar la recuperación de esta situación.

Las principales ayudas llegan desde las compañías italianas, recordemos que es uno de los países más afectados. Tal es el caso de Evoca Group, quienes han recolectado 100.000 euros para donarlos al Hospital Papa Giovanni XXIII en Bérgamo. En el mismo centro, empresas como Bianchi Industry o Digisoft también



han realizado donaciones.

Ada Vending, Gruppo Illiria, Miami Ristoro y Nisi también aportan su granito de arena mediante recaudaciones de fondos en la región de Lombardía. A ellos se suma Coccione, que donó 1.500 botellas de agua al Hospital S.Massimo de Penne (Pescara); Riso Scotti Snack, donó también sus productos al Hospital Sierate (Bérgamo), así como al Instituto Nacio-

nal Lazzaro Spallanzani, en Roma.

Lavazza, una de las compañías más destacadas en el mundo del café, también contribuye a la causa bajo la donación de 10 millones de euros en asistencia sanitaria para combatir el coronavirus, de los que seis se enviarán a Piamonte.

También ha destinado parte de sus fondos a organismos y asociaciones que apoyan a los



sectores más desfavorecidos de la población italiana.

Ferri Distributori Automatici, Espresso Service, Gedar y La Futura han realizado financiaciones a Cruz Roja, mientras que Geos Sardegna, Alematic y Monfalmatic están aportando su ayuda a la Protección Civil.

A dicha protección se suma Liomatic, que ha donado 50 mil euros para la emergencia sanitaria actual.

De cara a la donación de material necesario para combatir al coronavirus, empresas como Cimbali ha decidido colaborar donando 10 ventiladores pulmonares a un centro hospitalario italiano; así como Serim, quien contribuyó al alquiler de un escáner CT móvil para el Hospital de Bolognini en Seriate.

Otras ayudas nos llegan de la mano de Maini y Miami Ristoro, a través de la donación de productos alimenticios al Proyecto ARCA. Al igual que Caffè Vergnano, que decidieron unirse a la iniciativa #riprendiAMOfiato, destinada a Piemonte.

Destacan además iniciativas como las realizadas por Mokarabia, quien está donando el 5% de sus ventas online, así como Paytec, bajo la donación de 5 euros por cada venta de sus dispositivos en el Hospital Sacco de Milán.

CAFÉ Y COMIDA GRATIS PARA RESPALDAR Y REPONER ENERGÍAS A LOS PROFESIONALES SANITARIOS

Además de las donaciones en sí mismas, las empresas operadoras en los diferentes centros sanitarios, han querido homenajear a los profesionales sanitarios y brindarles su apoyo en estos momentos de dureza, por lo que han puesto a su disposición los productos de las máquinas de vending.

En España lo estamos viendo constantemente gracias a empresas como Delikia, Eboca o Selecta, quienes ofrecen cualquiera de sus cafés a los trabajadores.

Una acción que sin duda ha sido respaldada y agradecida por el personal sanitario de los diferentes centros hospitalarios

Por su parte, en Italia, el Grupo Mancini también ofrece sus sándwiches de manera gratuita a través de las expendedoras al personal sanitario.

De igual forma, tampoco han faltado los mensajes de ánimo en las redes sociales tanto para los trabajadores de la salud como para los ciudadanos en general, un apoyo que demuestra el compromiso del vending y la distribución automática con la sociedad en un momento de dificultad.



Nestlé muestra su lado más solidario ante el impacto del coronavirus en España...



La empresa ha donado más de medio millón de sus productos más saludables a UCIs, centros sanitarios y hospitales. En sintonía, también ha suministrado lotes con productos a los transportistas que hacen posible la entrega de alimentos a otros comercios del país.

Nestlé, envuelta siempre en un compromiso con la sociedad, ha decidido brindar su apoyo en un momento de máxima urgencia como el actual, por lo que ha puesto en marcha distintas iniciativas solidarias con las que mitigar las necesidades sociales y sanitarias más imperantes tras la pandemia del coronavirus.

Hacia unos días, el grupo anunció una alianza con Cruz Roja Internacional por la que donará 10 millones de francos suizos, correspondientes a unos 9,5 millones de euros, para cubrir necesidades urgentes en los distintos países afectados por el virus.

Las ayudas también llegan a nuestro país de la mano de Nestlé España, que ha motivado a sus trabajadores a realizar donaciones para

Cruz Roja Española.

DONACIONES DE ALIMENTOS EN ESPAÑA

Siendo uno de los países más afectados por esta pandemia, Nestlé España colabora con diferentes asociaciones y entidades en la donación de productos.

Por el momento, el grupo ha donado más de medio millón de alimentos como platos preparados a base de legumbres, suplementos nutricionales, snacks, barritas de cereales, aguas y café tanto a colectivos de UCIS, como centros sanitarios y hospitales.

Así, los centros de la salud han obtenido más de 50.000 litros de agua mediante botellas de 1,5 litros y de medio. Y el café también estará presente para apoyar a los trabajadores, habiendo recibido media tonelada.

MÁS CERCA QUE NUNCA DE LAS PERSONAS MAYORES

La compañía también ha querido brindar su apoyo a la tercera edad. Asimismo ha colaborado en el proyecto "Minutos en compañía", implementada por el Ayuntamiento madrileño y la asociación "Adopta un abuelo".

A través de esta iniciativa, se ha podido llevar a cabo un programa de acompañamiento telefónico para las personas mayores que se hallan en situación de aislamiento durante este periodo de confinamiento.



... y dona 150.000 mascarillas a los colectivos más desfavorecidos frente al Covid-19

La situación de urgencia social y sanitaria provocada por el coronavirus ha motivado a la compañía distribuir 60.000 mascarillas a instituciones localizadas en zonas donde están presentes sus fábricas en España.

En suma, ha repartido 30.000 mascarillas al Servicio Madrileño de Salud.

A lo largo del panorama derivado de la pandemia del COVID-19, Nestlé, una de las principales empresas de alimentación y uno de los referentes en la distribución automática y el vending, ha querido estar a la altura de las circunstancias y aportar su ayuda en la causa.

Ya sea mediante donaciones de sus productos más saludables a UCIs, centros sanitarios y hospitales (enlace noticia de donación de alimentos) o, en el caso actual, a través del suministro de mascarillas, la compañía quiere responder a las urgentes necesidades sociales.

Nestlé ya ha distribuido una cuantía de 60.000 mascarillas tanto a instituciones como a entidades sociales localizadas en los municipios en los que el grupo tiene factorías, como son: Castellbisbal (Barcelona), Girona, Reus (Tarragona), Viladrau (Girona), Gijón, Sebares (Asturias), La Penilla (Cantabria), Majadas (Cáceres) y Pontecesures (Pontevedra).



En esta línea, también ha hecho entrega de unas 30.000 unidades al Servicio Madrileño de Salud, para que haga llegar este material a diversos colectivos de la capital.

Respecto al área metropolitana de Barcelona (ubicación de su sede central), la compañía también ha donado 14.000 mascarillas; distribu-

yéndose entre la Obra Social del Hospital Sant Joan de Déu, Cáritas de Sant Feliu de Llobregat y los Ayuntamientos de Esplugues y de Sant Just Desvern.

Y para continuar contribuyendo a la causa, Nestlé ya tiene previsto donar 16.000 mascarillas más a otros colectivos que las requieran con mayor urgencia en los próximos días, ofreciendo su ayuda en momentos de urgencia.

Rio Tinto dona vasos de un solo uso a IFEMA

La empresa especializada en la fabricación de vasos para la distribución automática, Rio Tinto, aporta su granito de arena en la lucha contra el coronavirus donando 150.000 vasos de un solo uso al Hospital de emergencia de IFEMA.

La distribución automática está más solidaria que nunca. Desde diferentes empresas del sector llegan ayudas para prestar aliento a los profesionales que se encuentran combatiendo el Covid-19 en primera línea. En este caso, la fabricante de vasos para el vending, Rio Tinto, ha decidido donar 150.000 vasos de un solo uso a IFEMA, que se encuentra desbordada ante la oleada de infectados por el virus.

Otra muestra de solidaridad que llega desde el mundo del café y el vending. Desde Covim, conocedores de la importancia de un buen momento de descanso a través de esta bebi-

da, han decidido tomar parte de las ayudas que se están prestando a los profesionales de la salud en esta lucha sin descanso.

La empresa tostadora, con motivo de brindar apoyo a los trabajadores sanitarios que se enfrentan al coronavirus, ofrecerá su café las 24 horas del día para en el hospital establecido en el ferry GNV, atracado en el Ponte Cristóforo Colombo, en Génova.

Bajo el hashtag #ESPRESSOINPRIMALINEA, pretenden fomentar este espíritu solidario para que todos ayuden a que la situación se solvete lo antes posible. Y en este caso, contar con un café caliente en momentos de cansancio y poder sacarlo de la máquina en cualquier momento, es una iniciativa que sin duda agradecerá la tripulación.

De esta forma, Grandi Navi Veloci (GNV), ha convertido el barco Spendid atracado en Ponte

Colombo en todo un hospital flotante, equipado con los recursos necesarios para poder operar.

Para convertir este barco en todo un centro sanitario, contó con el apoyo de casi 20 empresas, contando así con zonas dedicadas para el personal sanitario y organizadas para ser lo más cómodas y flexibles que permiten los medios.

Y para que sea lo más cálido posible tanto para trabajadores como para pacientes, la tostadora genovesa dará servicio con su café las 24 horas para hacer posible un recargo de energía y desconexión para todos.

Sin lugar a dudas, este servicio constante será posible utilizando máquinas automáticas ubicadas en el barco, para que cualquier persona que se halla en el ferry pueda hacer uso del café de Covim.

El café de **Java Republic** apoya al personal sanitario frente al **Covid-19**

La empresa de café premium, Java Republic, está llevando a cabo una oleada solidaria que comenzó con la entrega de café al Buque Naval Irlandés LÉ George Bernard Shaw, utilizado actualmente como centro de pruebas. Posteriormente, a su iniciativa sumaba el reparto de café gratuito a los trabajadores sanitarios del Hospital Universitario de Galway.

Desde que comenzara esta situación crítica, el vending ha sabido estar a la altura de las circunstancias; ya sea cubriendo las necesidades de bienes esenciales a través de su servicio (entendido, de hecho, como un servicio esencial), o mostrando su lado más solidario mediante multitud de ayudas y donaciones.

Java Republic, con una trayectoria de empatía y compromiso social, ha decidido sumarse a la causa a través de su bien más preciado, el café. Esta bebida puede reconfortar en esas horas donde el cansancio ataca a los que están dando todo su esfuerzo por combatir al coronavirus, el personal sanitario. Por ello, la compañía tostadora ha hecho entrega de su café al Buque Naval Irlandés LÉ George Bernard Shaw, actualmente centro de pruebas del virus, en el muelle de Sir John Rogerson (Dublín).



En suma, el café de Java Republic también ha llegado al Hospital Universitario de Galway, a través de su empresa de reparto Martin Joyce. Y es que el café está siendo uno de los grandes aliados de los trabajadores de la salud, que pueden contar en estas semanas con café gratis de la mano de grandes tostadores. "Como todos los demás en el país, nos

sentimos humildes y encantados de apoyar a los que trabajan incansablemente en este difícil momento", expresa Java Republic.

Según mencionan desde el equipo, es crucial mantener el apoyo a estas personas, que trabajan largas horas al aire libre para ayudar a protegernos a todos, de cualquier manera que se pueda.

Galletas Gullón: la mayor donación de su historia con 26 toneladas de sus productos

Una de las productoras de alimentos para la distribución automática, Galletas Gullón, hace la mayor donación de su historia mediante 26 toneladas de productos que irán destinados a Cruz Roja y al Banco de Alimentos de CyL.

De esta forma, la compañía se une a las iniciativas más solidarias llevadas a cabo por multitud de empresas del canal del vending y la distribución automática, para apoyar a la sociedad en uno de los momentos más duros de los últimos tiempos: la pandemia del coronavirus. Así, Gullón ha decidido donar sus productos alimenticios a varias organizaciones sociales: Cruz Roja Española y al Banco de Alimentos de Castilla y León (CyL), cuya labor está siendo decisiva en la ayuda a los ciudadanos.

El presidente de Cruz Roja Española de Castilla y León, José Varela Rodríguez, ha agradecido esta iniciativa, más necesaria que nunca: "La mayor movilización de recursos para estar al lado de los más desfavorecidos durante esta crisis" y reconoce el apoyo de Gullón para "dar respuesta a la demanda de alimentos de personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad". Así, con la colaboración de todos "conseguimos hoy más que nunca estar cerca de las personas que más lo necesitan".

Por su parte, el presidente de la Federación de Banco de Alimentos de la Comunidad Autónoma, Jesús Mediavilla también ha querido mostrar su gratitud ante el gesto solidario: "Ante esta circunstancia de alerta sanitaria y estado de alarma debido al Covid-19 y teniendo

en este momento una necesidad imperiosa de alimentos, especialmente para los niños. En nombre de la Federación de Bancos de Alimentos de CyL y en el de todos sus Presidentes y Voluntarios, les agradecemos enormemente este gesto de generosidad y solidaridad con los más desfavorecidos.", expresa.

Unas donaciones que van en sintonía con las realizadas hace unas semanas a la Asociación-Hermandad de Donantes de Sangre de Cantabria, de la que la compañía es "hermano de honor". Asimismo, han hecho una aportación de 1.500 kilos de sus productos, al mismo tiempo que han donado más de 1.400 kilos de alimentos a la Policía local, al Centro de Salud y Caritas para obsequiar la ardua labor que están realizando.

Inssa toma la iniciativa para ayudar al control del coronavirus en Colombia

Desde Bogotá nos llegan iniciativas de la empresa operadora de vending, que está proponiendo a los gobiernos locales proyectos para combatir la propagación del coronavirus mediante el uso de sus máquinas automáticas.

Como ya comentábamos, en un horizonte marcado por el confinamiento, la prevención del contagio, la ausencia del contacto y el cierre de muchos establecimientos, la distribución automática no solo supone un canal, sino todo un servicio público.

Y ahora más que nunca, es necesario aunar fuerzas para tratar de solventar la situación. Industria, autoridades políticas y asociaciones de vending han de entablar conversaciones para controlar la propagación del Covid-19, por un lado, y de reactivar la economía y el sector (sustento de muchos ciudadanos), por otro.

Teniendo esto presente, la realidad es que, pese a que en la mayoría de países la distribución automática se entiende como un servicio esencial, los estados de alarma obligan a que los espacios públicos y otros establecimientos que puedan reunir grandes cantidades de personas queden cerrados temporalmente; un hecho que afecta directamente a la facturación de las empresas de vending al quedar sus máquinas inactivas.

En Colombia ocurre igual: el gobierno del presidente Iván Duque estableció la obligatoriedad en el uso de tapabocas en cualquier lugar público o en cualquier caso, donde se puedan reunir más de 20 personas.

Empresas de vending como Inssa, la colombiana puntera en distribución automática, nos traslada sus propósitos de proponer a los hospitales, terminales de transporte, sistemas de transporte públicos y centros comerciales la instalación, sin costo, de máquinas expendedoras con los elementos de protección recomendados por las autoridades.

En ese sentido, convocó a los empresarios de vending para que hicieran la adaptación de sus máquinas de manera conjunta, anteponiendo el sentido social al económico. Así, propusieron contribuir para evitar la expansión de la pandemia facilitando la distribución del material de protección necesario: guantes, gel desinfectante, antrigripales y vitaminas.



La respuesta a esta iniciativa no tardó en llegar: el sistema de transporte público Metro de Medellín solicitó habilitar cerca de 20 unidades; un proyecto en el que participará Rapiharma, empresa que maneja alrededor de un centenar de máquinas expendedoras.

En suma, varios hospitales de Medellín, Bogotá y Cali han solicitado a Inssa la coordinación con otros operadores de las ciudades mencionadas para proporcionar el servicio de vending.

Ante esta reacción tan positiva, el presidente de Inssa, Javier Ossa, comenta la importancia de reavivar el sector, que se encuentra haciendo malabares para poder facturar una parte de lo que conseguía hace unos meses, y

herramientas más eficaces en situaciones de este calado:

“De esta manera estamos contribuyendo a la crisis que atraviesa el mundo. Los operadores activan algunas de sus expendedoras y los ciudadanos obtienen de manera segura y con precio controlado”.

Soluciones para la vuelta al trabajo:

Las máquinas Necta dispensan Equipos de Protección Individual (EPI's)



Necta, una de las marcas de máquinas expendedoras más destacadas a nivel mundial, ha desarrollado una solución simple y de garantía; características ideales en esta situación de urgencia, para ayudar a las empresas a mejorar sus estándares de seguridad y satisfacer las demandas de la pandemia.

Poco a poco, la situación va volviendo a la normalidad: los trabajadores empiezan a incorporarse a sus lugares de trabajo y las empresas retoman su actividad habitual tras meses de bloqueo y teletrabajo provocados por el coronavirus. Sin embargo, ahora es crucial garantizar el cumplimiento de las medidas de seguridad aplicadas por las autoridades competentes y asegurar que los empleados se encuentren protegidos ante la pandemia.

Por eso, soluciones como las de Necta llegan como agua de mayo para esta fase de desescalada. La idea es tan simple como efectiva: ofrecer sistemas de venta para la distribución de mascarillas y otros equipos EPI en ubicaciones estratégicas en los lugares de trabajo. Es muy importante que los trabajadores tengan a su alcance, y de forma sencilla, los equipos de protección necesarios para evitar

cualquier riesgo de contagio, y poder desarrollar su labor con tranquilidad.

Y para responder a todo tipo de demandas, Evoca Group ofrece una gama de 4 máquinas expendedoras de EPI's para satisfacer cualquier necesidad en cuanto a ubicación por el espacio, capacidad y prestaciones. Encontramos las máquinas Melodía, Jazz, Tango y Orquesta, que pueden distribuir EPI's de manera segura y eficiente. Fáciles de usar y de mantener, las máquinas permiten la personalización para adaptarse a las dimensiones específicas del artículo que se va a dispensar.

¿Cómo funciona? El software garantiza que cada empleado pueda recibir el equipo de protección requerido. Además, lleva a cabo un seguimiento de las entregas y el consumo, por lo que podrán estar seguros de que el EPI se entregó correctamente y que se evitó el desperdicio.

Y para aportar su granito de arena en esta situación de emergencia, los propios técnicos de Necta ayudarán a las empresas a instalar y programar las máquinas para ponerlas en servicio sin demora alguna. Dichos técnicos cualificados instalarán las expendedoras con una simple acción plug and play.

Otro de los beneficios de la instalación de estas máquinas es que, una vez que finalice la crisis de Covid-19, pueden seguir dispensando EPI's o cualquier otro producto, desde consumibles hasta herramientas de trabajo, para las que se requiere un control de consumo.

¿POR QUÉ ELEGIR UNA MÁQUINA NECTA PARA LA DISTRIBUCIÓN DE EPI'S?

Las expendedoras de la marca presentan unas características que la hacen una opción perfecta para distribuir este tipo de materiales en las zonas de trabajo. Así, las máquinas pueden ubicarse en lugares convenientes en los centros de trabajo y estar operativas 24/7, cada día de la semana, pudiendo hacerse con los EPI's en cualquier momento. Esto supone no tener que realizar una planificación previa, evitando así la concentración de personas frente a la máquina.

De igual manera, permite la opción programable: las máquinas se podrían usar solo durante ciertos intervalos de tiempo definidos por la compañía en cuestión. Otro rasgo es la facilidad de dispensación y la posibilidad de rastrear el producto sin necesidad de personal

adicional. Automatización y servicio desatendido son las claves para una transacción segura y rápida.

En relación a ello, las máquinas de Necta permiten un control de consumo y su seguimiento, para que los empresarios tengan presente en todo momento la situación de su oficina o almacén. Y esto es posible gracias a la equipación del sistema Hi!, ofreciendo datos que se pueden descargar de las máquinas y comprobar diariamente.

GAMA COMPLETA AL SERVICIO DE LA EMPRESA

Como adelantábamos anteriormente, la gama de 4 máquinas expendedoras de EPI's se adaptan a diferentes necesidades; presentando distintas opciones de capacidad, prestaciones y tamaño:

Melodía cuenta con un dispensador multi artículos (mascarillas y otros equipos de protección necesarios) y presenta hasta 6 bandejas y 6 espirales por cada una de ellas; configurable según las necesidades específicas de la localización. En cuanto a su capacidad, varía entre los 288 y los 396 productos según su embalaje.

Jazz, por su parte, incluye hasta 7 bandejas y 6 espirales por bandeja, y también puede configurarse en base a las necesidades de cada ubicación. Respecto a sus capacidades, puede albergar de 336 a 472 productos según el packaging.

La siguiente opción la encontramos con Tango: al igual que Melodía, ofrece la posibilidad de dispensar diferentes artículos. Presenta hasta 7 bandejas y 9 espirales por cada una, siendo configurable como el resto de la gama.



Orchestra

Peso y dimensio

Alto	1
Ancho	9
Fondo	8
Peso	3

Ascensor para artículos frágiles.

Con una capacidad variable, se pueden introducir desde 448 a 616 productos.

En cuarto lugar, Orchestra: esta máquina también cuenta con un dispensador multi artículos. En cuanto al número de bandejas, consta de 8 espirales por cada bandeja, 7 en este

caso. Todas ofrecen la opción de configurarse de acuerdo a las demandas de cada localización. Así, su capacidad varía entre 448 y 616 productos según el embalaje. Otra novedad que incluye esta máquina es la incorporación de una ascensor para artículos frágiles.

Apliven oferta su gama de Geles hidroalcohólicos para prevenir el contagio por coronavirus

Apliven, pone al alcance un catálogo de accesorios en el que han incluido toda una gama de distintos Geles hidroalcohólicos, formulados con el 70% de alcohol, para fomentar las medidas de higiene aplicadas por las autoridades y contribuir a la prevención del virus.

Desde que se iniciara la propagación del más que famoso Covid-19, una de las medidas en las que más han hecho hincapié las autoridades competentes ha sido la desinfección e higiene de nuestras manos y los utensilios manipulados.

Es muy importante seguir las pautas del Ministerio de Sanidad y hacerse con un buen

desinfectante para asegurarnos de que eliminaremos cualquier indicio del virus en nuestra piel.

Por ello, empresas como Apliven, distribuidor de productos y servicios para el sector del vending, en el esfuerzo común que mantiene la sociedad contra el coronavirus, ha decidido aportar medidas de prevención poniendo a disposición en su catálogo una gama de diferentes Geles hidroalcohólicos, formulados con el 70% de alcohol; una buena opción para higienizar en profundidad tanto manos como cualquier objeto que utilicemos (sobre todo el móvil), en cualquier lugar donde sea necesario.

Además, en sus componentes incluyen Aloe

Vera, lo que permite proteger la piel, puesto que por lo general estos geles suelen ser corrosivos y su constante uso puede reseca nuestras manos.

Respecto a los formatos, encontramos desde los 300 ml, recomendado para llevar en vehículos o en oficinas y lavabos; el gel de 100 ml o formato de bolsillo, perfecto para llevar siempre encima y poder desinfectar las manos en cualquier momento.

En suma, Apliven ofrece la medida de 500 ml tanto en su forma habitual como en pulverizador, destinado a almacenes de gran afluencia y para limpieza de maquinaria, más imprescindible que nunca.



La nueva versión de **La Reale** viene con más opciones de **personalización**

Quality Espresso presenta la nueva versión de La Reale con tecnología DFC (Dynamic Flow Control). La Reale es una máquina Premium, de la marca Gaggia Milano, que eleva la tradición del café espresso italiano al más alto nivel y que ahora dispone de una nueva versión con el innovador sistema DFC (Dynamic Flow Control) que incorpora una tecnología que permite modular y crear distintos perfiles de sabor.

La configuración de los parámetros del DFC proporciona un control absoluto de cada fase del proceso de extracción logrando un café espresso perfecto y totalmente personalizado.

La marca Gaggia es hoy en día un referente mundial en el mundo de las máquinas de café en entornos profesionales.

En 2019 celebró su 80º aniversario con el lanzamiento de La Reale. Una máquina multi-boiler con diseño único gracias a los detalles en cobre y acero, silueta perfilada con tecnología Led e iluminación sugerente, que la convierte en una máquina sofisticada y elegante.

La Reale dispone de la más avanzada tecnología para optimizar todas sus prestaciones. Entre sus principales características técnicas

cabe destacar displays individuales por grupo, área de trabajo con iluminación led, lanzas de vapor warm 2 touch, portafiltros ergonómicos y dispensador de agua caliente programable en volumen y temperatura.

Mediante sus displays de 3,5" se controla programación, configuración de diferentes dosis de café, temperatura y presión durante la extracción, permitiendo programar 4 selecciones distintas de bebida en cada uno de sus grupos. Además, dispone del "flush button" dedicado al enjuague del grupo antes de cada extracción.

La nueva versión de La Reale DFC (Dynamic Flow Control) permite elaborar el espresso perfecto totalmente personalizado.

La tecnología DFC permite configurar las 3 fases de la extracción. Fase 1, Pre-Infusión:

Humedecer la dosis de café de forma uniforme seleccionando el tiempo deseado y el nivel de flujo apropiado (3 niveles disponibles). Fase 2, "Rate of Rise":

Permite controlar el flujo de agua deseado durante los primeros segundos de la extracción

y dispone de 3 niveles. Fase 3, "Extraction": Por último, se accede al control de la última fase de la extracción controlando el flujo y la intensidad de la parte final de la bebida.

El dominio de las tres fases permite a La Reale configurar hasta 6 perfiles de taza distintos por grupo y obtener hasta 18 combinaciones diferentes

Esta posibilidad aporta al barista la más innovadora tecnología para personalizar en cada taza el nivel de acidez, dulzura, amargor, color, cuerpo, intensidad aromática y persistencia, partiendo de la misma mezcla o monovarietal.

A esto hay que añadir que La Reale ofrece un máximo rendimiento con una excelente eficiencia energética. Dispone de calderines independientes por grupo, sistema de precalentamiento de agua para aumentar la productividad y aislamiento de las calderas para optimizar el ahorro energético.

Todo ello sin olvidar la opción ECO para mayor ahorro energético.

En ese sentido, La Reale es una máquina que consigue unir un diseño italiano elegante y sofisticado, que nos transporta a los años 50, con la más avanzada tecnología.

Disponibles bebidas en formato familiar en máquinas de vending

La iniciativa nos llega desde Colombia, de la mano de Inssa, quienes han guiado a la recién formada Aero vending en la búsqueda de otros espacios en conjuntos residenciales que aglutinen más de 200 departamentos.

Hoy en día es común hablar de innovación y adaptación de formatos en lo que se refiere a los productos de las expendedoras; surgen nuevos tamaños que se alejan de los tradicionales que encontrábamos antes en cualquier máquina de vending.

De hecho, una de las grandes limitaciones a la hora de introducir nuevos productos era precisamente esa: tamaño (y material).

Actualmente, lo cierto es que cada día nos topamos con productos diferentes y máquinas más adaptadas a ofrecer opciones que podríamos encontrar en cualquier supermercado.

En esta línea se mueve Inssa, la empresa colombiana líder en la venta de máquinas expendedoras:

Han desarrollado una máquina única en el mercado, al contar con la particularidad de expender productos de mayor tamaño; hablamos de bebidas de hasta 2,5 litros.

Esta iniciativa la están implementando junto a Fernando Santos y su recién formada Aero vending. Santos aceptó así las recomendaciones facilitadas por Inssa, encargada de distribuir las máquinas de vending, para iniciar la venta de bebidas sodas de tamaño familiar.

Y es que, la propia situación que atravesamos actualmente, provocada por el coronavirus, hace que el quedarse en casa no sea una opción, sino una necesidad, y por ello, dichos



conjuntos habitacionales son uno de los mejores emplazamientos para poner expendedoras. Por su parte, Inssa, a través de su campaña, ha despertado el interés tanto de administradores de conjuntos habitacionales como de operadores de vending.

Recordemos que en 2017, la empresa colombiana obtuvo la patente de uso por la autoridad competente de su país; esta es, la SIC, por el desarrollo de la expendedora especial para la venta de bebidas y productos de gran formato.

De hecho, según nos confirman desde la compañía, es uno de los modelos de distribución que muestra mayor demanda al interior de polígonos industriales y conjuntos habitacionales.

Aero vending, que ya ha adquirido 4 máquinas automáticas, estima conseguir el modo de financiar la adquisición de otras tantas, con el objetivo de expandir a lo largo de este año su servicio a otras unidades residenciales.

PATENTE DE USO: SIC

Recordemos que en 2017, la empresa colombiana obtuvo la patente de uso por la autoridad competente de su país; esta es, la SIC, por el desarrollo de la expendedora especial para la venta de bebidas y productos de gran formato.

La **EVA** demanda medidas urgentes ante el impacto del coronavirus en el vending europeo



Desde los operadores de vending, tanto técnicos como reponedores, ya están informando de pérdidas de negocio de hasta el 90%, puesto que la gran mayoría de los empleados trabajan desde casa. Ante ello, la Asociación Europea de Vending y Servicio de Café demanda un apoyo financiero inmediato para poder hacer frente a la falta de ingresos en la industria.

No cabe duda, estamos viviendo una situación sin precedentes que está afectando a los modelos sociales y económicos. En el plano europeo, las medidas adoptadas por los distintos Estados miembros de la UE, aplicadas para frenar la expansión del virus, han tenido su eco en la actividad económica, en la que tanto medianas como pequeñas empresas están temiendo la repercusión de esta para sus negocios y empleados.

Esta situación es aplicable a la mayoría de los sectores, por lo que la industria del vending y el servicio de café no es una excepción.

Tanto es así que la EVA se ha focalizado en cómo está devastando el sector el coronavirus e insta a la Comisión Europea, al Banco Central

Europeo y a los gobiernos nacionales que introduzcan medidas urgentes para solventar el panorama.

Desde la asociación hacen hincapié de que esta petición no va en contra de las medidas excepcionales para reducir la propagación del COVID-19, pero la realidad es que los operadores de vending ya están expresando sus pérdidas de negocio de hasta el 90%.

Y es que, en una industria en la que el 95% de los operadores son pequeñas y medianas empresas (PYMES), estas pérdidas no solo no se pueden hacer frente, sino que, sin un apoyo financiero inmediato, la gran parte de las compañías no podrán continuar sus negocios.

Tal y como expresa la EVA, “están en juego millones de puestos de trabajo en toda Europa en todos los sectores, y entre ellos muchos miles de empleados en el sector del vending”.

Ante un contexto de tal envergadura, el vending no es una de las industrias peor paradas actualmente, puesto que al ser considerado por muchos países como un sector esencial

MEDIDAS URGENTES

-Garantizar la circulación libre y fluida de mercancías en el mercado interior, a pesar del cierre de algunas fronteras nacionales.

-Ayuda estatal temporal de los gobiernos para la industria del vending y el office coffee como proveedores esenciales de alimentos y bebidas.

-Acceso rápido y fácil a préstamos a corto y medio plazo para superar la escasez de liquidez en las empresas.

-Desgravación fiscal inmediata para las PYMES, así como la devolución a corto plazo de los impuestos y las cotizaciones sociales ya abonados.

-Reducciones selectivas del IVA y los impuestos especiales a medio plazo, para impulsar la recuperación y la creación de empleo en el comercio desatendido.

-Compensación del salario neto mínimo por parte de los gobiernos a los empleados que se hallan en desempleo.

-Apoyo financiero para que las empresas puedan implementar planes de trabajo a jornada reducida.

-Difusión de equipos de protección como mascarillas, guantes y otros a fin de poder garantizar que los reponedores no se expongan al virus.

en el suministro de alimentos y bebidas -y a veces, la única manera de hacer llegar este abastecimiento-, se encuentra en una posición única para abordar las preocupaciones y necesidades de los consumidores.

Como ya hemos expuesto en *Hostelvending* a lo largo de estos días, los operadores de las máquinas expendedoras, se encuentran capacitados previamente en materia de inocuidad de los alimentos e higiene personal, y desinfectan las máquinas con la mayor regularidad posible en toda Europa.

Sin embargo, la realidad es que la mayoría de las expendedoras se hallan en lugares de

trabajo como oficinas y fábricas, cerradas actualmente. Solo una parte de ellas se encuentran en lugares públicos como hospitales, estaciones o aeropuertos.

Según la asociación europea, “estamos viendo que algunos edificios están impidiendo que los operadores de máquinas expendedoras accedan a los locales para reponer y desinfectar las máquinas, incluso cuando las disposiciones gubernamentales lo permiten.

Si la situación es negativa, a ello se suma que la legislación actual está agravando exponencialmente la situación del sector, como las Normas Técnicas Reguladoras (RTS) sobre la

autenticación segura del consumidor (SCA) en relación a la “Directiva sobre servicios de pago 2”, que exige que se añada un teclado de PIN a las expendedoras para evitar la pérdida de ventas.

“El hecho de no exigir la SCA evitaría las colas y facilitaría el distanciamiento social en las máquinas. La EVA recomienda encarecidamente a los consumidores que elijan un vaso de un solo uso en lugar de un vaso reutilizable”, exponen desde la asociación, algo que colisiona además con la legislación europea sobre plásticos.

La **ACV** recauda fondos para ayudar a los profesionales sanitarios



La Asociación Catalana de Vending ha decidido colaborar estrechamente en la batalla contra el Covid-19 a través de la recaudación de donativos que irán destinados íntegramente a ayuda sanitaria.

Tras haber realizado un recorrido por las ayudas que el vending está brindando a los profesionales sanitarios, nos llegan nuevas acciones solidarias del sector; en esta ocasión, a través de la Asociación Catalana de Vending, que ha abierto una cuenta para recaudar fondos que irán destinados en su totalidad a ayu

da sanitaria.

Bajo el hashtag #unidosACVcovid-19, pretenden fomentar un espíritu solidario y empático no solo a sus socios, sino a toda la ciudadanía. El número de cuenta para poder ingresar el donativo a la ACV es: ES88 0081 0141 2600 0154 1262.

Queda demostrado una vez más el compromiso de la distribución automática, que está siendo una de las industrias más solidarias respecto a los efectos provocados por el coronavirus.

Lo veíamos a través de donaciones a centros sanitarios por parte de las principales empresas del vending, promociones, consumiciones gratis en las máquinas automáticas e inversiones en las herramientas que demandan los trabajadores sanitarios para poder operar de la forma más eficaz posible.

Toda ayuda para los profesionales sanitarios que están combatiendo día a día este virus es poca, pero con la colaboración de todos podremos vencer esta epidemia y salir de ella más fuertes.

CONFIDA consigue que Lombardía reanude el **servicio esencial** de las máquinas de vending



Tras la conversación mantenida entre CONFIDA y el presidente de Lombardía, Attilio Fontana, queda rectificada la Ordenanza del 4 de abril, que prohibía temporalmente el servicio de las expendedoras, a excepción de las máquinas de agua potable y las de leche a granel.

Finalmente, el esfuerzo de la Asociación Italiana de la Distribución Automática (CONFIDA) ha tenido sus frutos en la rectificación de la Ordenanza 521 (Artículo 1.2 B) por la que se vetaba “el comercio mediante máquinas expendedoras automáticas con excepción de las máquinas expendedoras de agua potable y las máquinas expendedoras de leche a granel, cuyo acceso debe realizarse a una distancia segura de un metro”.

Se trataba de unas normas que colisionaba con las medidas del país, ya que en el último decreto lanzado por Gobierno, las máquinas de vending seguirán activas y suponiendo un servicio público.

Y es que quedado demostrado que el sector de las expendedoras es uno de los canales más preparados para hacer frente a las medidas preventivas del coronavirus, y está suponiendo un apoyo para la mayoría de trabajadores sanitarios durante sus eternas jornadas.

Por ello, en cuanto salió a la luz la publicación, CONFIDA presentó un recurso ante el TAR. Al mismo tiempo, el presi-

dente de la Asociación, Massimo Trapletti, contactó con el presidente de la Región de Lombardía, Attilio Fontana, para hacerle llegar la importancia de mantener, como en el resto del país, las máquinas expendedoras como servicio público y necesario, y lo que están representando en los centros sanitarios y otros espacios que por su naturaleza, permanecen activos.

Tras la conversación telefónica, ambas partes llegaron a la conclusión de que las máquinas expendedoras están suponiendo un servicio esencial, sobre todo en este momento de urgencia. Así, la Región de Lombardía ha modificado las disposiciones:

“Las máquinas expendedoras dentro de las oficinas, actividades y servicios que, según las medidas estatales, pueden seguir funcionando, de conformidad con el distanciamiento social, están excluidas de la prohibición. Las máquinas expendedoras también están excluidas de la prohibición antes mencionada”.

Estas medidas carecían de sentido: cerrar el vending cuando está demostrando día a día con creces su efectividad durante el periodo de pandemia.

¿Por qué prohibir el vending en la región cuando las medidas más restrictivas aplicadas por Italia habían excluido tajantemente a la distribución automática, considerada un servicio esencial?



La experiencia que el usuario final tiene frente a una máquina de vending se basa en acercar la tarjeta de crédito o el móvil a través de un código QR para obtener el producto, sin saber todo el proceso complejo que conlleva que pueda conseguir su producto en las máximas condiciones de seguridad e higiene.



Poniendo en valor la garantías de **Seguridad Alimentaria** en **vending** en tiempos de crisis

HABLAMOS CON ACTORES DEL SECTOR DEL VENDING PARA COMPROBAR LA IMPORTANCIA DE EXTREMAR LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD E HIGIENE DURANTE TODO EL PROCESO TRAS EL ESTALLIDO DE LA PANDEMIA QUE TIENE EN VILO A TODO UN PLANETA

Seguridad, una palabra que resuena con fuerza en cualquier parte del mundo en estos días. La importancia de salvaguardar la salud de los ciudadanos ha pasado a ser la motivación principal de cualquier empresa. En la industria de la distribución automática y el vending, la seguridad alimentaria ha ocupado siempre un papel fundamental en todos sus procesos, desde el origen hasta que el usuario final tiene en sus manos el producto.

De hecho, antes de que estallase la pandemia, se estaba tendiendo a demonizar la industria alimentaria, tachándola de no saludable y de un uso excesivo de plástico; alzando los productos con el mayor envasado posible. Y precisamente, todo ese proceso de manipula-

ción industrial o el uso de este material se hacía para garantizar las condiciones sanitarias del producto que se vendía.

Y ahora es cuando se ha puesto en valor todo ello, porque ofrece mucha más seguridad que otros canales; el consumidor está demandando el envasado y esos controles que recibe los alimentos y bebidas del vending.

Yendo más lejos, y teniendo en cuenta que la situación que atravesamos es extraordinaria, si ya de por sí este sector contaba con medidas continuas, extremarlas durante el proceso de producción y distribución es más importante que nunca.

La epidemia de coronavirus es una situación para la que nadie estaba preparado: ni la sociedad, ni las empresas e incluso los gobiernos; por lo que es de vital crucial adaptarse a las circuns-



tancias e intentar gestionar esta situación de la mejor forma posible.

Así, la inocuidad de los alimentos es un proceso complejo que debe iniciarse desde el origen: es de suma importancia controlar las fases que forman la cadena alimentaria, desde que se obtienen las materias primas hasta la producción, distribución y el consumo.

Como decíamos, si algo ha demostrado la distribución automática estos días es que puede ser el canal de distribución y abastecimiento más seguro. En un panorama marcado por el confinamiento, la prevención del contagio, la ausencia del contacto y el cierre de muchos establecimientos, la distribución automática se alza como todo un servicio público.

No hay duda: el vending es un canal seguro en todos los aspectos, siempre y cuando los operadores cumplan con los protocolos de seguridad indicados por el Gobierno y las principales autoridades sanitarias.

Este debe ser uno de los puntos fuertes del sector, y hay que unificar fuerzas para que este compromiso de calidad y seguridad se transmita a los consumidores.

Control del **proceso productivo férreo**: desde el **origen** hasta el **usuario final**

Partiendo de la base de que la industria alimentaria, sobre todo de cara a la distribución automática, ya cuenta con unos protocolos previos muy fuertes que justo van dirigidos a evitar la contaminación el producto, aún así, las empresas productoras para el vending han reforzado todo el procedimiento.

Y es que, controlar todas las fases del proceso previo para tener mayor control y obtener un producto de mayor calidad es la clave. Tal y como nos trasladaba Paula Sarabia González, directora de Calidad, Seguridad alimentaria y Sostenibilidad de Delikia, en el momento inicial es necesario realizar dos selecciones: la selección de proveedores (qué requisitos solicita la operadora, cómo hacer el proceso de homologación, documentación requerida, etc) y la elección de materias primas: "debemos definir cuáles son los productos con mayor riesgo y en base a

esa clasificación, aplicaremos unos controles u otros", señala Sarabia.

Teniendo en cuenta que en numerosas ocasiones, los productos llegan de un tercero, los proveedores: ¿cómo se aseguran las empresas operadoras de que esa materia prima cumple con las normas de seguridad e higiene?, ¿cómo es la comunicación e interacción con ellos?

Delikia hace hincapié a la homologación de proveedores, puesto que en ella se pueden incluir auditorías para asegurar que las instalaciones de los mismos cumplen con las pautas de higiene para el producto. Ocurre que, habitualmente en vending, los productos vienen de obrador (comidas ya listas para consumir), por lo que el riesgo suele ser mayor; por ello, contar con un plus de control es fundamental y es un valor añadido (analizar el envase, etiquetado, fechas de caducidad y un control analítico).

En ese sentido, como señalan desde Ñaming, al pertenecer al sector alimentario, ya contaban con unos protocolos de auditoría y control a sus proveedores, que tienen la IFS, -certificaciones que mayor garantía dan dentro del sector-. Por tanto, los productos que encontramos en vending, de por sí ya pasan unos controles analíticos que demuestran la higiene que se ha tenido a la hora de la elaboración.

Ahondando en el proceso productivo, podemos agrupar aspectos primordiales, relacionados a la seguridad alimentaria: almacenamiento del producto y materia prima así como instalación a temperatura controlada.

En sintonía con estas ideas, desde Danone nos trasladan que sus productos, en sus procesos naturales ya cuentan con tratamientos térmicos de pasteurización o esterilización que ayudan a su protección, así como los procesos de desinfección para los embalajes que disponen todas las líneas de envasado.

En relación a esa calidad del producto, la tecnología ha demostrado que puede ser una gran aliada para alcanzar los máximos estándares.

Y es que el uso de programas informáticos permiten saber cuánta materia prima se necesitará en las instalaciones, y por tanto, se reducirá la manipulación de los productos, lo que disminuye notoriamente el riesgo.

Por su puesto, otra clave se halla en la cadena de frío. Tal y como nos explican desde Delia, es crucial durante todo el proceso; desde el almacenamiento previo a la salida a ruta, el vehículo y las máquinas.

Incluso, justo antes de introducir los alimentos en la máquina de vending, el personal comprueba una vez más la temperatura de los mismos para evitar que se introduzca un producto en mal estado.

Las condiciones que se exigen en la elaboración de productos para vending son mucho mas estrictas que en cualquier otro canal.

TRAZABILIDAD: CONTROL TOTAL

Si hay un factor que garantiza al 100% la seguridad del producto alimentario en vending, esa es la trazabilidad. Nos permite tener un

control total de los alimentos que encontramos en las máquinas; todo su ADN.

Tal y como asegura Jorge Miranda, director de Desarrollo de Negocio en Ñaming, el producto que se compra en una máquina de vending, "simplemente con la fecha de caducidad, se puede saber toda su información, desde su origen hasta el momento de consumo".

EL SÁNDWICH: DOBLE CONTROL; DOBLE EXIGENCIA

Dentro del sector del vending, el sándwich es un apartado individual. No forma parte de la gama del snack, porque sustituye una comida, ¿Qué ocurre entonces? Al tratarse de un producto fresco elaborado manualmente, hasta ahora ha tenido un alto riesgo percibido por el consumidor, y se le suele exigir más garantías que a otros productos.

Por eso, cuando hablamos de seguridad alimentaria, es importante transmitir y comunicar, porque en el caso del vending, es la propia visual la que vende y ofrece el producto.

Así lo estiman desde Ñaming: "Es crucial que se comunique que el sándwich está respaldado por unas garantías a la hora de elaborarlo".



Cambios en los **controles** y **protocolos de actuación** en momentos de urgencia



Repasados los controles que marcan el día a día de las empresas que operan en el mundo de la distribución automática, es imposible negar que la situación del Covid-19 ha obligado a extremarlos más si cabe, para salvaguardar tanto la salud de los consumidores como de los trabajadores que hacen posible encontrar todo tipo de productos frescos en las máquinas.

En ese sentido, desde Nāming han reforzado tales controles: “por un lado, lo hemos afrontado desde el punto de vista humano, en este caso, el empleado: como el portador principal es el humano, hemos establecido un nuevo control de acceso al obrador y zona de elaboración, en el que, a toda persona que entra, se le mide la temperatura. También disponemos de test de verificación de Covid-19”.

“Hemos hecho un mayor control de todos los accesos de materias primas y auxiliares dentro de las zonas de elaboración, creado protocolo de desinfección de todo el material y aumentado el número de nebulizaciones”: Nāming.

De igual forma nos lo confirman desde Danone: “Nuestros controles así como los límites son más rigurosos que los establecidos oficialmente o recomendaciones existentes. En ese sentido, sí que se han revisado y reforzado los controles de limpieza y desinfección de nuestras líneas de proceso”.

Así, operadores de vending como Delikia, nos trasladan que, al inicio de la situación, empezaron a establecer reuniones diarias para intentar tener todo bajo control y maniobrar rápidamente ante cualquier situación: “creamos un gabinete de crisis y mantuvimos reuniones con los servicios médicos de Sanitas, de Fremap y de Qualtys, para recibir el mejor asesoramiento posible sobre las medidas que debía adoptar una empresa como la nuestra”, explicaba Yago Díaz, director de Marketing de la empresa.

Trasladándonos a la sede de una de las fabricantes de máquinas más destacadas mundialmente, Evoca Group, han reiniciado las actividades de producción en total conformidad con protocolos muy estrictos de salud y seguridad; establecidos con los más altos estándares para asegurar que los empleados estén protegidos frente a cualquier riesgo de contagio por virus.

En suma, para limitar la presencia de personas en el lugar de trabajo, el personal que no se dedique directamente a las actividades de Operaciones, continuará trabajando de forma remota.

Desde compañías productoras como Gullón, han definido un plan de contingencia y seguridad muy exigente para aislar a la industria del coronavirus y garantizar la salud y seguridad de sus empleados, con el objetivo de seguir fabricando y garantizar el suministro de alimentos a la población a través de la distribución.

“Una semana antes de que se decretara el estado de alarma, implantamos medidas de seguridad en los centros de trabajo de Galletas Gullón que nos han ayudado a evitar el contagio y a dar más tranquilidad a nuestros empleados, a los que en todo momento agradecemos su esfuerzo y dedicación”.

Y, entre las medidas adoptadas por la compañía, destacan la medición de temperatura a todos los trabajadores que entran en la fábrica; ozonización y nebulización de zonas comunes o desinfección de superficies de forma continuada, entre otras.

“También repartimos y hacemos obligatorio

el uso de EPIs; establecemos distancias de seguridad, distancia social y separación de espacios mediante mamparas y proponemos la escalada en la entrada a los turnos de trabajo”, añaden desde Gullón.

“Cada día vivimos cambios continuos, salen nuevos protocolos que nos exigen irnos adaptarnos”: Delikia.

Otra de las claves que nos relató la operadora gallega fue la importancia de aplicar esos nuevos protocolos de actuación a la gestión operativa. En ese sentido, Patricia Aguilar Castillo, directora de Operativa nacional, comentaba que para trasladar esa importancia de las nuevas medidas de seguridad, es necesario concienciar que es responsabilidad de todos aplicar las medidas fijadas y los protocolos de actuación, no solo del departamento de calidad:

“Resulta crucial reforzarlo con un planing de formación anual y hacer seguimientos continuos a los equipos para ver el nivel de implementación.

Y, como en cualquier situación de crisis, la rapidez en la toma de decisiones es clave.

Desde Orain, una de las empresas especializadas en sistemas de pago en el mundo del vending, nos trasladan que, por su tipo de operativa, están trabajando todo el equipo desde casa, según lo aconsejó el Gobierno desde que se iniciara el estado de alarma.

“Por ahora no tenemos ningún tipo de contacto con clientes o máquinas, ni con nuestros mismos dispositivos. Aunque sí que hemos preparado ya un protocolo anticipando la vuelta a la oficina”, explica Izan Forca, director de Marketing Digital del grupo.

GUÍAS INFORMATIVAS DE ACTUACIÓN

Informar al equipo y trasladar todas las actualizaciones que van surgiendo del estado del Covid-19 y sus efectos ha sido y es primordial desde el principio.

Desde Gullón, han habilitado una “APP exclusiva para nuestros empleados durante el COVID donde los empleados pueden revisar todas las actuaciones diarias que se están llevando a cabo para su seguridad y que tengan acceso inmediato al plan de contingencia”.

Todo se realiza de forma consensuada con el Comité de Empresa que se encarga también de gestionar toda la información necesaria al respecto: “Además, estamos comunicando a través de tablones y se han hecho llegar pildoras de vídeo que sirven de agradecimiento y ánimo por la dedicación de los empleados.

Se han establecidas las normas higiénicas y

de seguridad de todo el personal a partir de las reglas internas y complementadas por todas las recomendaciones de las sectoriales / administración divulgadas.

PERSONAL FORMADO PARA LA DESINFECCIÓN DE LAS INSTALACIONES

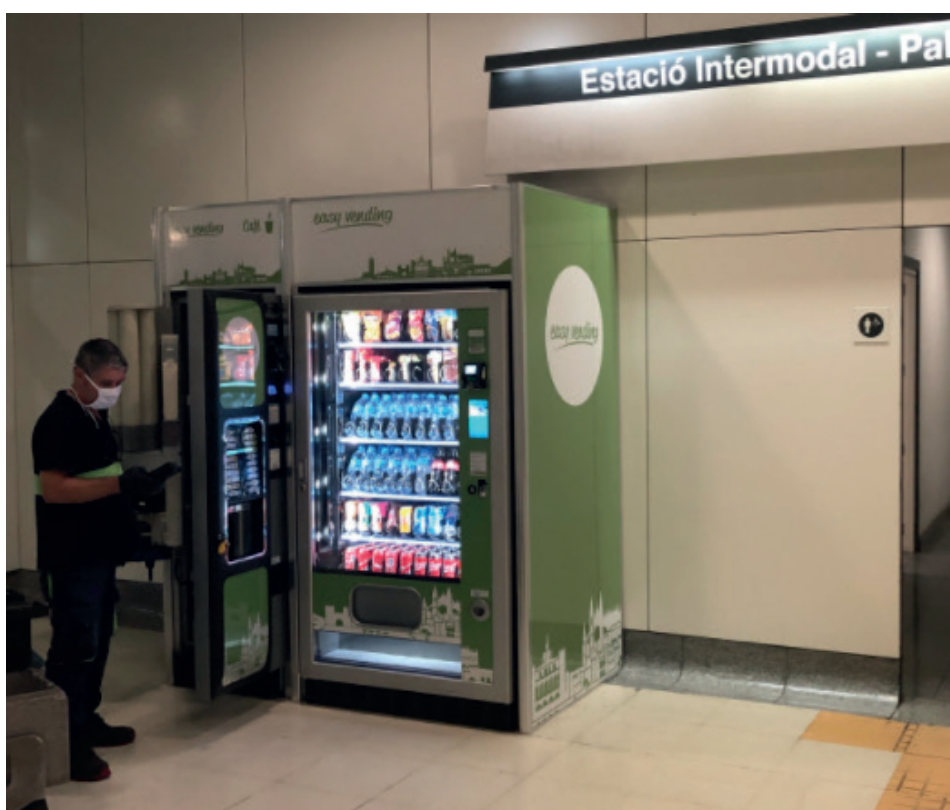
Así, una limpieza y desinfección constante de las instalaciones, equipos y cualquier superficie no debe ser solo constante, sino realizarse de acuerdo a un protocolo verificado y contrastado, y los productos empleados para dicha tarea, homologados.

Por ello, es necesario formar al personal que se va a dedicar a dichas tareas de desinfección a cómo utilizar los productos y equipos de protección individuales necesarios.

Como trasladan desde Delikia, de nada serviría entregarles esa equipación si no saben usarlo, en qué orden colocarse los EPIs o cómo manipular el producto.

En el caso de Gullón, han implantado un plan de desinfección exigente, que va desde los exteriores hasta las líneas de producción, zonas comunes o equipamiento del personal.

“Estar informado y formado en estos momentos es crucial para que la labor que estamos realizando de limpieza de los resultados esperados. Qué productos utilizar, cómo y sobre qué materiales utilizarlos, indumentaria de trabajo y cuidados, etc..”



Abastecimiento y reposición de la máquina expendedora ¿cómo hacerlo de la forma más correcta?



Llegamos a la parte que genera mayor preocupación actualmente: el abastecimiento y reposición de la máquina expendedora y cómo hacerlo de la forma más correcta posible.

Por su parte, Evoca Group, ha lanzado recientemente unas pautas sanitarias en el mantenimiento y uso de las máquinas para la prevención del Covid-19, en las que hacen hincapié en que los operadores que gestionan las operaciones de limpieza y mantenimiento en los equipos instalados extremen las medidas de limpieza al máximo.

HIGIENE PERSONAL DEL TÉCNICO DE LA MÁQUINA DE VENDING

En ese sentido los trabajadores de las máquinas han de lavarse las manos a menudo y a fondo con agua y jabón, durante, al menos, 60 segundos.

Un paso más allá, también “recomendamos el uso de guantes desechables y una máscara protectora durante las operaciones de carga y limpieza; los guantes deben remplazarse antes de comenzar a trabajar en una máquina nueva”

LIMPIEZA DE LAS SUPERFICIES DE LA EXPENDEDORA

Una vez garantizada la limpieza y desinfección personal del trabajador, el siguiente paso es trasladar esa higiene a la superficie de la máquina, se recomienda limpiar las partes externas de los aparatos con paños empapados en los detergentes indicados anteriormente.

Tal y como aseguran desde Evoca, es vital centrarse en las partes de la interfaz de una máquina como pantallas táctiles, paneles de selección, áreas de erogación, soportes de tazas, botones para el cambio y áreas para insertar monedas/ aceptar billetes o tarjetas de crédito.

Por su parte, desde la operadora Delikia explican que realizan una limpieza programada de forma automática y que, en cada una de las reposiciones que hacen los técnicos, se lleva a cabo una desinfección de la máquina automática con todas las medidas pertinentes.

“En cuanto a los operadores y otros técnicos de las máquinas de vending, están teniendo en cuenta la importancia de aseverar la seguridad

y la higiene en los productos, por lo que han tomado las medidas necesarias tanto en higiene personal como en la protección contra las infecciones”, señalan.

LIMPIEZA DE LOS COMPONENTES INTERNOS DEL EQUIPO

Según confirman desde la empresa fabricante, Evoca, es preferible emplear los ciclos de lavado de los grupos de café/ mezcladores/ circuitos de

“Si tienes que trabajar en piezas internas, asegúrate de usar guantes desechables nuevos para retirar las piezas y enjuagarlas bien bajo agua corriente después de limpiarlas con trapos empapados con los detergentes indicados”, detallan desde Evoca.

Tecnología: la gran aliada para garantizar seguridad alimentaria durante coronavirus



Desde que se iniciara el estado de alarma, el desarrollo tecnológico permite precisamente monitorizar las máquinas en remoto, controlando su temperatura y pudiendo conocer qué producto hay en cada carril



Aquí es donde entra en juego el papel que están tomando las empresas dedicadas al desarrollo de software y sistemas de pago que operan en la distribución automática.

Empresas como Orain señalan que, durante estas semanas y desde que se declarase el Estado de Alarma, han estado trabajando para ofrecer a sus clientes soluciones que sean realmente importantes para la vuelta al nivel de actividad habitual.

En ese sentido, por un lado, entregan soluciones de pago alternativas al efectivo mientras trabajan en reducir al máximo los puntos de contacto directo con las máquinas, todo a través de su aplicación móvil.

“Estamos realizando nuevas versiones mejoradas de nuestra aplicación con el objetivo de dar todas las facilidades de compra a los usuarios mediante nuevas funcionalidades, ofreciendo al mismo tiempo nuevas herramientas de venta a los operadores”, Izan Forca, director de Marketing Digital de Orain.

Por su parte, los ciudadanos cada vez más escogen los pagos electrónicos y digitales (incluso en muchas ocasiones son los únicos aceptados en ciertos establecimientos, según aconseja la OMS). Y esto trae consigo ventajas

para los actores de vending, quienes encontrarán el éxito invirtiendo en soluciones de pago contactless y aplicaciones móviles.

Por otro lado, siendo conscientes de la difícil situación económica que se vive en el sector, desde Orain continúan ofreciendo sus servicios sin ningún coste inicial por los dispositivos, “ni cobro de comisiones ni tasas, ofreciendo así un solución fácilmente asumible en estos momentos”, expresa Forca.

NUEVOS SERVICIOS PARA EL OPERADOR

Actualmente, es posible ofrecer un servicio de calidad y una asistencia efectiva sin necesidad de presenciarse en las ubicaciones de las máquinas.

Alternativas al pago en efectivo aseguran que el operador pueda continuar dando servicio y, por ende, facturando. Encontramos así sistemas como el de Automated Vending, Televend, que permite extraer el café de la máquina sin necesidad de tocarla.

También Azkoyen, a través de su sistema One Air Touch para sus máquinas automáticas, con la que permite al usuario seleccionar el producto desde una distancia de seguridad de hasta 2 centímetros de la superficie del panel, reduciendo así el contacto.

En ese sentido, los operadores deben apoyarse en la tecnología y las oportunidades de servicio

que esta brinda: gestión remota de incidencias y reembolsos, información actualizada y directa para los usuarios, canales de asistencia digital, y alternativas al consumo en bares y restaurantes, entre otras.

“Es necesario crear rutas y calendarios de abastecimiento más eficientes y, sobre todo, intentar solucionar el mayor número de acciones posibles de manera remota. Esto incluye incidencias en las máquinas, fallos en los servicios, devoluciones de dinero a los clientes, o cualquier medida de gestión directa con los consumidores”: Orain.





Cambio de paradigma en el **envasado**, el potencial del **plástico reciclado**

Un factor fundamental a la hora de valorar la seguridad alimentaria es, sin duda, la efectividad de su envasado. Ese concepto nos lleva directamente a otro: el plástico, un material que venía generando mucha controversia.

Y hasta ahora, había una fuerte tendencia a demonizar el uso del plástico en la industria, en favor de otros materiales: papel, cartón y alternativas compostables ganaban peso en las conversaciones sobre envasado. Sin embargo, realmente... ¿Aseguran la misma conservación que el plástico?

Teniendo en cuenta que estamos hablando del sector alimentario, donde se ofrecen productos frescos y existe la posibilidad de manchar el propio envase, ese papel o cartón debía estar cubierto igualmente por una lámina de plástico, con lo cual, se continúa utilizando plástico y, en suma, dificulta mucho más el reciclado.

Además, también debemos tener en cuenta que un papel manchado tampoco puede ser reciclado.

A esto hay que sumar que la fecha de caducidad o la vida útil del producto es notoriamente menor que la que se puede ofertar envasado en plástico.

Ahora el consumidor está poniendo en valor el envasado de los productos de vending, porque le genera mayor confianza.

Para empresas productoras como Gullón, también presentes en el mundo del vending, el sistema de envasado asegura que los productos no se 'contaminen' o infecten: "además, estamos apoyando a todo el tejido de transportistas y mediante. Más de 200 vehículos de transporte entre camiones y vehículos de gran tonelaje entran en la fábrica de Galletas Gullón y hacen posible el abastecimiento de materias primas y la logística final de la distribución", señalan.

Y es que, el usuario final sabe que ese alimento que está obteniendo de la máquina no se ha contaminado durante el proceso; sabe todo los ingredientes que lleva y su valor nutricional.

En ese sentido, se ha producido un cambio de paradigma en el envasado, en el que las organizaciones principales recomiendan el empleo del mismo para garantizar la seguridad de los ciudadanos.

El que problema del plástico, no es el mate-

rial en sí, sino el uso que de este se hace. Hay que apostar por el plástico reciclado y reciclable.

Desde Námings lo tienen claro, el material más adecuado es el RPET, que, en esencia, es PET reciclado. Su uso está muy extendido en España y en Europa; se trata de envases de botellas o de PET en general que se han vuelto a utilizar por lo que, en vez de venir de recursos fósiles, proviene de reciclado.

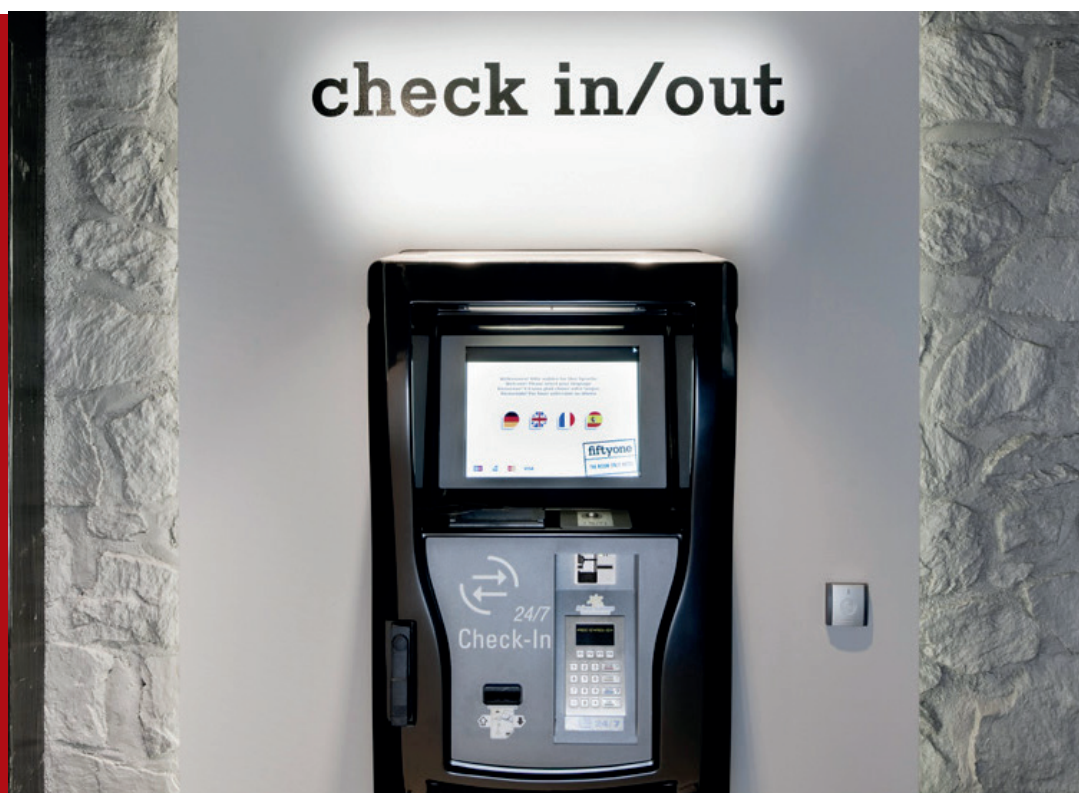
Según Jorge Miranda, director de Desarrollo de Negocio de la compañía, si bien nos encontramos en los inicios de esa Nueva normalidad:

"Estamos notando que toda esa tendencia hacia productos menos envasados está cambiando; apostando por la industria alimentaria y sus rasgos".



Últimas **tendencias** en **Horeca**: hacia un **servicio** completamente **unattended**

NUEVAS
POSIBILIDADES,
MAQUINARIA, PRO-
DUCTOS Y DEMAN-
DAS: HACEMOS UN
RECORRIDO POR LAS
TENDENCIAS MÁS
AUTOMATIZADAS EN
LOS SERVICIOS DE
RESTAURACIÓN.



Imagina un panorama en el cual el cliente entra al hotel con una aplicación reinstalada, pre-checking, acceso directo a su habitación y al restaurante a la hora solicitada; menú ya pedido con anterioridad y disponible en la máquina de dispensación de bandejas. Pudiera sonar a un futuro lejano, pero lo cierto es que la tecnología avanza a pasos agigantados.

A esa celeridad se suma la situación que atravesamos actualmente. Así es, la pandemia del Covid-19 ha generado que la digitalización y el concepto unattended se implementen de forma inmediata para salvaguardar la seguridad del cliente. Y ahí precisamente está la oportunidad, no solo para poder mantener una cuota de ingresos, sino para salir de este panorama reforzados en el mercado.

De hecho, para empresas como Evoca Group, una de las más destacadas en la fabricación de máquinas profesionales de la distribución automática, esta idea no es solo tangible, ya en otro tipo de negocios se está produciendo: "en otros sectores, todo está integrado con una app, y continuarán imponiéndose día tras día en una cada vez mayor variedad de segmentos de negocio, como pudiera ser el Horeca".



Rancilio: "No estamos muy lejos de que al presentarte frente a la máquina de café, esta ya sepa si desayunas con espresso o cappuccino"

¿Qué servicios demandan los clientes?

En los últimos años, la demanda de los hoteles va dirigida a un servicio dispensing de café, y partiendo de esa base, la búsqueda ahora radica en aumentar la calidad de la taza. Pasamos de una etapa marcada por las máquinas de cápsulas a toda una tendencia de superautomáticas atractivas que ya ofrecen leche líquida o soluble de calidad.

En ese sentido, encontramos en los hoteles todo un servicio de cafetería con corners específicos de café para llevar o servir en la barra del bar del hotel, que proporcionan una oferta amplia de bebidas cada vez más demandadas por el cliente (cappuccinos, cafe latte, latte Machiato,...).

Desde Nestlé, gigante de la alimentación y referente también en vending, nos confirman el potencial de los Coffee Corners:

"Sí que vemos que estas opciones en los hoteles de ciudad están entrando con mayor frecuencia, como alternativa a la sala desayuno por un lado (hoteles pequeños), y por otro lado, como oferta de autoservicio para todas las horas del día y para aquellos huéspedes que tienes que hacer el check-out

antes del horario de apertura del buffet de desayuno”.

“El cliente busca sencillez, que sea de uso fácil e intuitivo. Con variedad de recetas para adaptarse a los gustos de cada uno de los clientes. Más compactas y de fácil limpieza. Mayor calidad en las bebidas, el cliente cada vez es más exigente”, Evoca Group.

La tendencia hacia el automatismo y la sencillez de procesos en la hostelería es una realidad que cada vez está más presente. La cápsula ha supuesto una gran evolución en lo que a complejidad de elaboración y homogeneidad de producto se refiere. Pero sin duda, la decisión inteligente para cualquier negocio con alta demanda es optar por un equipo que automatice todo el proceso de tratamiento de café y leche, y nos presente un producto terminado de alta calidad.

Desde Rancilio Group, una máxima es “que el diseño de nuestros equipos ofrezcan soluciones tanto desde el punto de vista del operador de la máquina que la entiende como un bien de negocio, como de la persona que se sirve un café y busca calidad y rapidez”.



¿En qué **novedades** están trabajando las **empresas** para la **línea dispensing**?

NOVEDADES EN MÁQUINAS PROFESIONALES

Sencillez, tecnología, diseño y variedad de combinaciones para dar el mejor servicio al cliente final, así son las máquinas profesionales que ofrecen las principales firmas del mercado.

Desde Evoca Group nos trasladan que, precisamente, un rasgo en común que comparten tanto su gama de OCS Professional como la línea Horeca es estar preparadas para dar este tipo de servicio con las máximas exigencias que le demande el cliente.

En ese sentido, mediante su gama completa de máquinas, ofrece una amplia selección de productos y de servicios asociados: “Desde pequeñas oficinas hasta grandes cafeterías, desde lugares llenos de gente hasta locales públicos, nuestros productos satisfacen todas las necesidades”, apuntan.

Por su parte, Alejandro del Castillo, Area Manager en Rancilio Group señala que, dependiendo de las necesidades de emplazamiento en lo que a productividad y tipo de interacción con la máquina se refiere, encaminan su oferta hacia uno de los tres

sistemas que comercializan: Next, One y Zero, pertenecientes a la gama EGRO

En ese sentido, todos los equipos EGRO son modulares y pueden combinarse para crear estaciones de trabajo formadas por módulos centrales de café, y laterales de leche fresca, solubles, té en hoja, cold brew, y caliente tazas.

“Desde una pequeña panadería que quiere ofrecer café para llevar hasta un buffet de hotel con más de 200 cafés/hora, somos capaces de ofrecer una solución a la medida de cada situación. Adaptándonos en cada caso al tipo de pago que el cliente elija para la venta”, comenta del Castillo.

En relación a una oferta personalizada, Nestlé nos cuenta que, tras haber renovado este año sus máquinas, han lanzado un nuevo modelo con pantalla digital, elegante y atractivo para los huéspedes. Estas máquinas permiten una amplia personalización tanto en recetas como en idiomas. Además, permiten mejorar la comunicación de los hoteles

hacia sus huéspedes a través de las pantallas: indicaciones de seguridad e higiene, valores, promociones, ofertas.

Por otro lado, presentan una máquina exclusiva para fuera del hogar: Nescafé Dolce Gusto Majesto, para las cápsulas de la marca Nescafé DolceGusto. La máquina dispone de una pequeña pantalla táctil intuitiva a color y ofrece un uso fácil y rápido, con más de 30 variedades de café sin gluten y otras deliciosas bebidas calientes y frías, preparadas con solo apretar un botón. “Las dimensiones y la eficiencia resultan ideales para hoteles de ciudad de menor tamaño”, confirman.





Tendencia acelerada a la **NO** utilización de monedas y billetes

La tendencia es clara: el uso de monedas y efectivo en las máquinas de vending desaparecerá.

Una visión compartida con Evoca Group, que nos explica que la mayoría de sus máquinas son compatibles con diferentes tecnologías para el pago por móvil.

Tanto es así que, de hecho, en muchos casos ya funcionan de esta manera en los diferentes nichos de mercado; disponiendo de conectividad Wifi, bluetooth e Internet 3G.

En ese sentido, Evoca ha desarrollado la app móvil Breasy, que permite el pago de una manera sencilla mediante tarjeta de crédito o tarjeta monedero, evitando de esa manera la utilización de dinero en efectivo, en cualquiera de nuestras máquinas. La seguridad de Breasy está avalada por Mastercard.

PRODUCTOS: CAFÉ DE CALIDAD

Sin lugar a dudas, la oferta de productos, ya sean café en grano, molido o solubles (café, leche y otros sabores), debe tener presente la calidad y el concepto premium; una tendencia que va ganando peso en todos los segmentos de negocio.

Uno de los líderes en el sector del café, presente también en la distribución automática, Templos Café, apuesta de igual forma por las máquinas dispensing para el servicio de hoteles, reforzándolas con un producto de calidad. Así, establecen su oferta según el tipo de hoteles. Para los urbanos o de negocios, ofrecen máquinas superautomáticas de café grano, con o sin leche líquida, que pro-

porcionan un café expreso de alta calidad y esa oferta amplia de bebidas demandadas.

Para los hoteles vacacionales, que necesitan rapidez de servicio, pero quieren ofrecer cafés de calidad, “ofrecemos máquinas dispensing de café grano y productos solubles (café, leche y cacao) de alta calidad, a diferencia de otros café solubles o congelados que hay en el mercado”, señala Juan José Carro, director de Grandes Cuentas de Templo Cafés.

En cuanto a Nestlé, su principal solución es Nescafé: “Nuestra gama de bebidas incluye café en grano, café soluble natural y descafeinado, leches semidesnatadas y desnatadas, cacao y chocolate a la taza”, afirman.

Distanciamiento social: el potencial de las **app móviles** de **comunicación** y **medios de pago** en la **hotelería**

La sustitución de una barra tradicional en el hotel por una estación de café y snack, era ya una realidad antes de la crisis actual por el hecho ofrecer un servicio 24h y sin necesidad de personal dedicado solo a atender esta sección.

Tras la aparición del Covid-19 en nuestras vidas, los beneficios de este modelo de negocio quedan resaltados al anularse la interacción con un operario.

Así lo creen desde Rancilio, quienes sostienen que el pago con tarjeta o móvil mediante NFC o la lectura de un código QR se implementará cada vez más en detrimento del uso de monedas y billetes.

“Esto ofrece al profesional poder gestio-

nar estas ventas desde su propia aplicación móvil e integrar el servicio de bebidas dentro de su programa de fidelización de clientes”, defiende su Area Manager.

En sintonía con estas ideas, en Evoca Group nos confirman que, efectivamente, la tecnología está cada vez más implantada en todo tipo de negocios:

“Sin lugar a dudas, a raíz de esta situación que actualmente vivimos de pandemia provocada por el Covid-19, el crecimiento de este tipo de demanda ha sido notorio. Para nosotros forma parte ya de una de las principales líneas de desarrollo. De hecho, dentro del grupo, tenemos una empresa que se llama Newis, que se dedica exclusivamente a todo

tipo de tecnología: tenemos aplicaciones, como una a través de bluetooth, que se comunica a la máquina a través de una app, donde puedes dispensar el café”, explican.

Rancilio: Nuestra responsabilidad como fabricantes es ofrecer soluciones y dotar a nuestras máquinas de todos los sistemas de pago principales presentes en el mercado (tarjeta, monedas, papel moneda, fichas, QR, lector de barras, NFC,...)”.

Post-Covid-19: tendencias que prevalecerán

En esta nueva era post-coronavirus, tanto las empresas como los profesionales coinciden en que tanto la calidad como la hiper-personalización serán las grandes bazas que marquen este nuevo ecosistema.

Según un estudio realizado por Tradelab, las características principales para que el sector hostelero se haga con el mercado son: en primer lugar, con el 79%, aquellos que permitan pocos clientes a la vez; los que apliquen unas medidas de higiene extremas (59%); con un 53%, los establecimientos que muestren un cumplimiento óptimo de las normas y, finalmente, los que cuenten con la separación suficiente de las mesas (50%). Dichos rasgos pueden aplicarse perfectamente al sector hotelero.

A juicio de Juan José Carro, se seguirá apostando por la calidad y por mejorar la experiencia del cliente:

“A corto plazo, el usuario estará reacio a usar las máquinas dispensing y a zonas muy concurridas y habrá que buscar soluciones de autoservicio en la mesa (monodosis de café americano), pero esto cambiará posteriormente”, opina.

“A largo plazo las máquinas superautomáticas con leche líquida o leche soluble de alta calidad, ofrecerá al cliente la calidad y experiencia que espera”, Juan José Carro, director de Grandes Cuentas de Templo Cafés.

REFORZAR EL VALOR DE LA MARCA

Poder ofrecer marcas fuertes y reconocidas por la calidad refuerza la confianza de los consumidores e incrementa la satisfacción de los huéspedes.

En resumen, los productos premium y los productos saludables siguen siendo el foco principal. En estos momentos, la salud llega a ocupar un espacio muy importante dentro de nuestras prioridades. Por eso, los consumidores exigen, cada día más, poder elegir



los productos en base a las características nutricionales, la composición de ingredientes y también la sostenibilidad del Packaging.

“Tanto en bebidas, como en alimentos, esta tendencia se refleja en una mayor disposición de los consumidores a pagar más para servicios de mayor calidad”, señalan desde Nestlé.

¿NUEVAS FORMAS DE CONSUMIR CAFÉ EN LOS HOTELES?

El consumo del café, como del resto de los productos, cambiará tras las restricciones definidas. Se potenciará el consumo individual en las habitaciones y en zonas comunes donde se pueda garantizar el distanciamiento social. Se deberá retomar el servicio atendido en la mesa, en detrimento del buffet tradicional.

En ese sentido, desde Templos Cafés estiman que hay proporcionar a la hostelería soluciones que les ayude a cubrir estas necesidades del cliente, sin renunciar a la calidad de una buena taza de café.

Profundizando en estas cuestiones, la productora Nestlé nos expone tres posibles escenarios que podrían ser adoptados por los hoteles, teniendo en cuenta las indicaciones de las autoridades sanitarias para las fases de desescalada:

POSIBLES ESCENARIOS EN HOTELES

1. Servicio a mesa con jarras y tazas:

no habrá autoservicio de bebidas calientes, los huéspedes pedirán las bebidas a los camareros que las servirán en la mesa

2. Autoservicio reducido con estrictas normas higiénicas:

-Con un camarero encargado de pulsar los botones de las bebidas elegidas por los clientes,
-Autoservicio por parte de los huéspedes, poniendo a su disposición lociones hidroalcohólicas para que puedan higienizarse las manos antes de usar la máquina.

3. Kit desayuno sin posibilidad de acceso al buffet distribuido en cada habitación.

“En Nestlé entendemos las nuevas necesidades que han surgido tras la situación excepcional de emergencia sanitaria y estamos abiertos a adaptarnos a la nueva realidad ofreciendo soluciones personalizadas a nuestros clientes”.

¿Está cambiando el Coronavirus las formas de pago en la distribución automática?

Ante la intensa propagación del virus, tanto los gobiernos como las instituciones financieras recomiendan el uso de los sistemas de pago contactless, al ser mucho más eficaces en la consecución de las medidas preventivas.

El panorama del comercio minorista desatendido se dirige sin frenos a los pagos sin contacto. No solo las autoridades pertinentes; la propia OMS (Organización Mundial de la Salud) está fomentando dejar de utilizar dinero en efectivo (ya sean monedas o billetes) para evitar así cualquier oportunidad de contagio. El efectivo viaja de mano en mano y aumenta exponencialmente el riesgo de contagio.

Así, la idea es pagar a través de la tecnología contactless (sin contacto) siempre que sea posible y la máquina o establecimiento lo permita. Por eso es muy importante invertir en tecnología y en los últimos medios de transacción sin contacto. En el vending es una apuesta que se lleva haciendo desde hace tiempo; en él encontramos los sistemas más innovadores que únicamente requieren el móvil (que siempre nos acompaña) o una tarjeta.

Empresas como Nayax, especializadas en la implementación de esta tecnología, ofrecen todo tipo de opciones cashless, en las que destacan el lector Onyx sin contacto, compatible con EMV. Y la ventaja es que se puede incluir en cualquier modelo desatendido, en los que se incluyen el vending, OCS, estacionamientos, lavanderías, micromarkets y un sin fin de comercios que se basan ya en el servicio unattended.

De cara a los operadores y cualquier minorista que cuente con máquinas automáticas, los monederos o wallets también son una buena solución para poder aumentar la facturación al tiempo que el usuario compra de manera segura. Desde Nayax proponen Monyx Wallet, una aplicación de pago a través del móvil.

Gracias a aplicaciones de este tipo, además de ser más seguras por su propia naturaleza y evitar contactos innecesarios, ofrece reembolsos en compras con la tarjeta de prepago de Monyx Wallet con productos gratuitos, bonos o reembolsos digitales inmediatos.

Como ya vaticinábamos hace tiempo, el futuro del comercio, sobre todo en lo que a



distribución automática y vending se refiere, no es que pase por el modelo desatendido, sino que es la única dirección.

Al tiempo que la tecnología se expande y se va implantando en nuestras vidas, las demandas de máquinas y sistemas de pago más efi-

caces, intuitivos y rápidos son el pan de cada día en el sector.

Quizá la situación actual ha incentivado aún más esta tendencia, pero lo cierto es que el vending ya estaba marcado desde hace tiempo por el autoservicio y el cashless.



ALBERTO LÓPEZ, PARTNER MANAGER DE ADYEN PARA ESPAÑA Y PORTUGAL

“Tenemos en una sola plataforma los **datos** de **todos los pagos** que llegan desde cualquier canal”



EL VENDING HA DEJADO DE SER EL SEGMENTO TRADICIONAL; HABLAMOS DE DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA, EN LA QUE LA INNOVACIÓN ES EL PAN DE CADA DÍA: LOS SERVICIOS AUTOMATIZADOS, LA VINCULACIÓN CON OTROS SEGMENTOS, COMO EL DELIVERY Y LA VERSATILIDAD DE LOS MEDIOS DE PAGO SON LA CLAVE. PROFUNDIZANDO EN EL PAGO, HABLAMOS CON ALBERTO LÓPEZ, PARTNER MANAGER DE ADYEN PARA ESPAÑA Y PORTUGAL, PLATAFORMA DE PAGOS QUE OFRECE TODA UNA VARIEDAD DE SISTEMAS.

Qué aportación a nivel individual de productos hacéis en vending?, ¿qué agilidad proponéis para implementar en las plataformas actuales de ventas de productos?

Desde Adyen nos caracterizamos por ser una empresa tecnológica que opera en el mundo de los pagos, y eso significa que nuestro hilo conductor para trabajar siempre es innovación usando la tecnología; eso hace que pongamos al servicio nuestro equipo desarrollado y el conocimiento que vamos adquiriendo desde que empezamos.

“Limitarte en los medios de pago es limitarte en el mercado: nuestra plataforma ofrece la solución”

Ofrecemos nuestros dispositivos desatendidos en modelos unattended, ya sea para máquinas que están completamente desatendidas, o que, por tamaño, no se puede poner un dispositivo atendido.

En cuanto a la integración de vuestros sistemas con otras plataformas, ¿valoráis el potencial de los móviles? Por simplicidad, por costes y por contacto direc-

to con el cliente final resulta muy interesante tener en cuenta este tipo de apps que interactúan con el usuario en tiempo real, ¿cuál es vuestro caso?

Como bien dices, al final lo que toma mucho valor desde el punto de vista del comprador es el móvil; se ha convertido en una extensión más de las personas: es nuestro wallet, porque resulta cómodo para muchos usuarios. Poco a poco experimentamos un abandono de las tarjetas de crédito físicas gracias a las aplicaciones en las que se introducen las tarjetas en nuestro terminal, lo que además conlleva una capa de seguridad extra. Nuestros dispositivos físicos están preparados para leer todo este tipo de aplicaciones porque, al fin y al cabo, es una tarjeta lo que se está poniendo encima del terminal cuando haces un contactless, venga desde un móvil o desde una tarjeta física.

Es importante ofrecer todas las vías posibles para que se efectúe el pago. Bien es cierto que la tarjeta es el método más extendido pero también presenta sus propias limitaciones, como la falta de conectividad con el consumidor en tiempo real. En el caso de las aplicaciones el operador puede tener datos e identificar al usuario y trabajar en tanto una oferta más personalizada. ¿Se está trabajando eso con las tarjetas?

Considero que es un punto muy interesante. Lo bueno como una plataforma como la nuestra es que tenemos todos los datos de los pagos que llegan desde cualquier canal; es decir, online y offline. La tendencia actual pasa por identificar al usuario, así como los programas de puntos, fidelización y promociones. No hay mayor loyalty que la tarjeta de crédito; en España, sin ir más lejos, lo normal es tener una que es la que se usa para todo.

Sin embargo, la tarjeta sigue sin ofrecer la oferta en tiempo real, como sí lo hace las aplicaciones móviles: agilizar la comunicación e incrementar ingresos a nivel marketing...

Estamos hablando de la tarjeta porque es lo más extendido en países como España o Francia, pero si nos trasladamos al ecosistema asiático lo que está más extendido es el wallet. Y es que, lo bueno de tener una plataforma global como es Adyen, es que nuestros métodos de pago alternativos (con una perspectiva global integramos métodos de pago locales), están integrados en ella y permitimos que cualquier empresario u operador que quiera abrir un canal de ventas en uno de estos países, pueda identificar al usuario gracias a los wallets.

Pero para poder hacer el check in, es necesario que la plataforma tenga los métodos integrados. En este punto, hacemos la siguiente analogía: la plataforma de pagos es el perfecto 9 y nosotros queremos serlo, como un equipo de fútbol, porque somos delanteros y la última línea. Pero es importante tener de base una buena tecnología a la hora de identificar a tus usuarios: ese sería el portero y la defensa del equipo. También es importante contar con un buen equipo de marketing y un catálogo de producto eficaz. Sin embargo, es esencial tener un delantero que marque gol: ahí es donde están las plataformas de pago.

En efecto, un método de pago nunca puede fallar. ¿En qué os diferenciáis de otros “delanteros”?

Creo que es muy importante disponer de muchas posibilidades y variantes; limitarte en los medios de pago es limitarte en el mercado, y eso es lo que permite precisamente las plataformas de pago. Nosotros, no solo integramos una gran variedad sino que aunamos experien-

cia. El tener un contrato con Adyen supone que te liquidemos de cualquier método de pago. La liquidación es solo un contrato y eso otorga agilidad. Como decía, integrar métodos de pago te lo puede ofrecer cualquier plataforma, pero que lo recojan y te lo liquiden todo en tu cuenta bancaria, en cualquier moneda que necesites, eso no lo puede hacer mucha gente.

La unificación de medios de pago e implementación de la plataforma en otras plataformas es el punto clave. Los integradores son primordiales porque grandes empresas necesitan integrarse dentro de su plataforma extremadamente compleja.

Efectivamente, y nuestra filosofía es ayudar a nuestros clientes de manera local con un equipo de ventas; ayudamos con la implementación y también ofrecemos un gestor de la cuenta. Lo que buscamos es que, a través de una aproximación local y cercana, el cliente pueda dirigirse a lo global. Por ejemplo, si un empresario español quiere abrirse al mercado

portugués, el esfuerzo de integración puede ser nulo: basta con activar un método de pago, sin necesidad de hacer ninguna conexión con un adquirente local porque nosotros actuamos como tal. Tiene la oportunidad de procesar y recibir pagos de cualquier país; de hecho en el caso online, podría abrir mañana un negocio en otro país sin tener que contar con un contrato local.

Continuando con los medios de pago, en la distribución automática, el futuro se dirige a que las máquinas de vending dejen de incluir los monederos, sino que directamente estén conectadas a través del móvil,

Estoy de acuerdo, y sucede incluso en los dispositivos físicos. De hecho, estamos viendo pilotos que muestran códigos QR dinámicos, de manera que puedas escanearlo a través del móvil, y desde nuestra plataforma te damos una solución que es pago por enlace en el que te llevaría a una página alojada en nuestros servidores.

IVS Italia se lanza al **delivery** en Bérgamo y provincia

Mediante un anuncio en su web y redes sociales, IVS Group Italia ha anunciado que se dedicará al reparto de alimentos en Bérgamo y provincia, acercando a los ciudadanos los platos del restaurante LoRo, de la mano de chefs como Pierantonio Rochetti y Francesco Longhi. El pedido podrá realizarse a través de la web www.yourbestdelivery.com, manteniendo un servicio de 10 de la mañana a 8 de la tarde.

Los operadores de vending están volcando sus esfuerzos por mantener su facturación durante la crisis que está provocando el COVID-19. La distribución automática es una de las industrias que más explora nuevas formas y tendencias de compra/venta para hacer de su servicio el más intuitivo, eficaz y sencillo posible. Ante una situación tan crítica como la presente, es tiempo de agudizar el ingenio y de ver qué está funcionando durante el confinamiento y qué demanda el usuario.

Como ya comentamos anteriormente, una de las claves se halla en el delivery. Ante esto, cabe plantearse el siguiente interrogante: ¿serán los operadores de vending las nuevas empresas de reparto a domicilio?

Lo cierto es que esta posibilidad también la



han sabido ver desde la operadora IVS, quienes han decidido dar el salto hacia el reparto de comida. Así, a través de su marca Your Best Delivery, ha comenzado a entregar comidas preparadas del restaurante con estrellas Michelin “LoRo” en Bérgamo y su provincia.

Bajo el anuncio “¡En la oficina o en casa, como en el restaurante! Su mejor entrega y Restaurante traen los mejores platos del famoso restaurante con estrellas en Trescore a Bérgamo y su provincia”, pretenden satisfacer la demanda delivery a través de aperitivos, prime

ros platos y postres disponibles en paquetes desechables.

Y para asegurar la calidad del producto, desde la compañía confirman que es almacenado a una temperatura entre 2/5°C (refrigerados) por un máximo de 24 horas, pudiendo ser consumido en un margen de 8 horas.

Respecto al ámbito de actuación, desde la compañía comentan que ampliarán su radio de acción garantizando los estándares de calidad y facilitando este servicio al mayor número de ciudadanos posible.



Máquinas expendedoras de pizza para continuar disfrutando de un sabor de restaurante

La revolución de las máquinas automáticas con productos más gourmet llegan ahora como agua de mayo. En un momento en el que la mayoría de los establecimientos permanecen cerrados hasta nuevo aviso, los ciudadanos pueden encontrar en el vending el aliado perfecto.

Se trata de hacer más llevadero este periodo de confinamiento: continuar dándonos nuestros caprichos y no tener que cocinar todas las comidas cada día. Ante esta necesidad, queda demostrado que las máquinas automáticas, sea bajo la forma que sea, suponen una herramienta más que eficaz.

¿Y si además estas máquinas ofrecieran productos gourmet? Lo cierto es que la industria lleva tiempo mejorando sus creaciones tanto en continente como en contenido, y encontramos actualmente una extensa oferta de productos que podrían encontrarse en la cafetería o restaurante más selectos. Y una de las comidas favoritas de la ciudadanía, que no hace excepción en edad ni en localización geográfica, es, sin lugar a dudas, la pizza.

Empresas como Basil Street ha respondido a esta demanda poniendo en marcha una máquina automática de pizza gourmet a través del uso de la tecnología más innovadora. Aseguran que el proceso de cocción es óptimo y que se emplean los ingredientes más frescos.

“Después de tres años de perfeccionar el proceso para ofrecer pizza gourmet sin igual al estilo de horno de piedra a través de la comodidad de una máquina expendedora independiente; estamos entusiasmados con el siguiente paso para llevar este concepto exclusivo y, lo que es más importante, una pizza de gran sabor al mercado”, expresaba Deglin Kenealy, CEO de Basil Street.

En concreto, estas máquinas cuentan con tres ofertas de pizza de masa fina de estilo italiano de 10 pulgadas: cuatro quesos, pepperoni y una “pizza del mes” que se vende entre 6.95 a 11.95 dólares (6,44 y 11,07 euros).

Un modelo de negocio que se adapta totalmente a las tiendas 24h, que como expusimos



anteriormente, suponen un canal, como su nombre indica, abierto 24 horas los 7 días de la semana en el que los ciudadanos pueden hacer sus compras convenientes, perfecto para el momento actual.

Se trata de que los actores del sector de la distribución automática apuesten por la tecnología más innovadora e inteligente en sus máquinas, porque los ciudadanos siguen consumiendo y comprando comida, solo que hay que buscar la forma para que puedan continuar haciéndolo. El vending es una clara respuesta a ello.

Otro claro ejemplo es la empresa Smart Pizza, una generación de distribuidores que han diseñado la máquina a partir de rasgos como: fiabilidad y facilidad. Así, presentan dos tipos de máquinas para adaptarse a la demanda lo mayor posible. Por un lado, está el modelo Diva, que puede albergar hasta 64 pizzas y que cuenta con un horno; por otro, Julia, diseñada para almacenar un total de 96 pizzas y sus dimensiones le permiten introducir dos hornos para acelerar el proceso. Estas dispensadoras aceptan todo tipo de pagos, lo que va en línea con la necesidad de emplear métodos cashless y contactless por las medidas de prevención aconsejables.

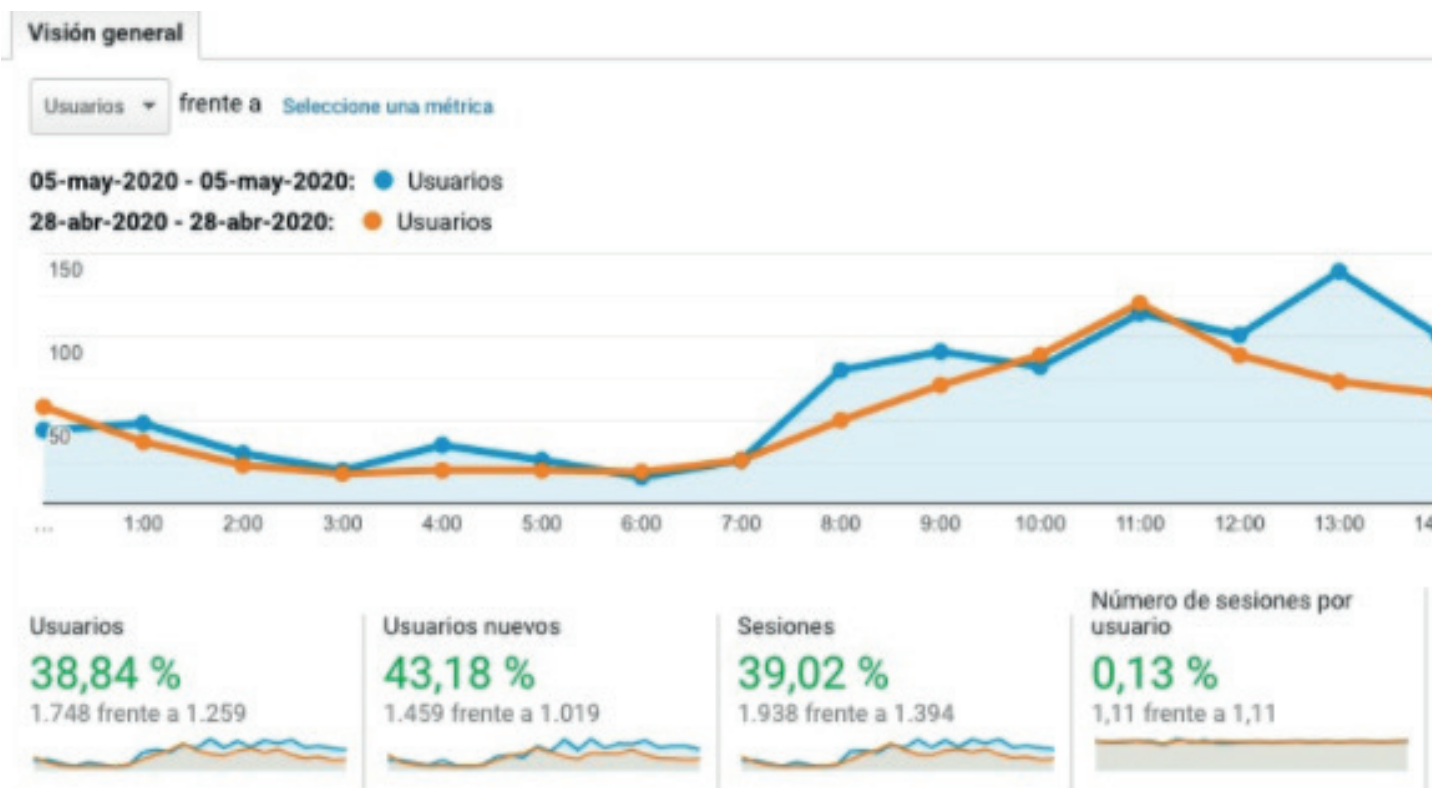
Si nos trasladamos a España, desde hace un par de años estas máquinas se han ganado un espacio en diferentes localizaciones. Encontramos empresas Let's Pizza, una dispensadora de pizzas recién horneadas. Basta con esperar 3 minutos para poder llevarte una pizza recién horneada y con la posibilidad de escoger entre muchos sabores. Esta máquina de vending amasa, mezcla y añade ingredientes y dispone la masa de la pizza.

Y, confirmando el potencial de este tipo de expendedoras de alta gama, hace poco llegaba a Málaga la primera máquina expendedora de pizzas recién hechas, bajo la empresa Cignus-Vending. Sin lugar a dudas, este servicio 24h llega como una solución eficaz ante una situación de confinamiento sin precedentes.

Aquellos que necesiten un capricho en estos días y consumir su pizza favorita en casa, podrán encontrar en las máquinas de vending su restaurante ideal. Y es que, en el caso malagueño, la pizzería Pizzorro, dueña de la máquina, sirve las pizzas con la misma calidad del restaurante.

Si hay una comida que une a todo el mundo, esa es la pizza. Estas máquinas se están convirtiendo en un gran atractivo para los consumidores. En definitiva, apostar por la innovación, por un lado, y por la comida fresca, natural y sana, por otro, en las máquinas automáticas debe ser la norma si los operadores quieren obtener un margen de beneficio suficiente para salir airosos de este panorama.





Hostelvending, la voz alta y clara del vending en momentos de mayor dificultad

Desde que comenzase la situación de crisis provocada por el coronavirus, Hostelvending ha experimentado un crecimiento exponencial que refleja el arduo trabajo y la ambición de querer dar voz al sector del vending cuando más lo está necesitando.

Esfuerzo, ambición y pasión por la industria en la que estamos sumergidos. Esas son las claves que han llevado a Hostelvending a fijarse no solo como un medio de referencia en el mundo de la distribución automática y el vending, sino como la voz oficial de un sector que necesita ser escuchado y expandir, por todas las oportunidades que se le presentan en el horizonte.

Estamos orgullosos de exponer los buenos resultados que venimos experimentando desde el año pasado, un crecimiento que hemos notado desde que comenzó 2020 y que se han intensificado en los últimos meses.

Paradójicamente a lo que se pudiera pensar, atravesamos esta crisis sanitaria fortalecidos y con un crecimiento de visitas del 7,07%

en lo que llevamos del mes de mayo.

Por supuesto, nada es mera casualidad; requiere trabajo y dedicación extra.

Todos los actores del vending y la distribución automática han sentido nuestro apoyo desde que tuviera lugar la situación marcada por el Covid-19: información actualizada, búsqueda de oportunidades, nuevos modelos de negocio y esfuerzos de la industria marcan nuestra agenda cada día.

Así, esto se ha visto reflejado en un aumento de los usuarios: en tan solo 5 días, nuestro medio ha contado con un 38,84% más de usuarios (1.748 frente a los 1.259 en cuestión de 24 horas).

Aparte de nuestra audiencia más fiel, contamos con un crecimiento del 43,18% en nuevos usuarios; hablamos de un 79,3% de nuevos visitantes en tan solo un mes.

En cuanto al tráfico, según recoge Google

Analytics, ha aumentado un 59,66% en estos 5 primeros días de mayo.

Y es que en nuestra hemeroteca destacan noticias de calado nacional e internacional; ahondando en temas como el futuro de la distribución automática, la transición de la restauración y la posibilidad de servirse del vending o la recuperación de la hostelería gracias a la ayuda de las empresas que operan en el sector.

Pero este crecimiento no sería posible sin el apoyo de nuestros lectores, por lo que desde aquí queremos dar las gracias por ayudarnos a mantener este medio, más necesario que nunca.

Recordamos a las empresas interesadas que, para darles la máxima difusión en estos momentos de suma dificultad, contamos con ofertas especiales y personalizadas tanto en nuestra web como en nuestra revista.

Os invitamos a contactar con nosotros; estaremos siempre aquí.

Pago en efectivo: ¿seguro o inseguro ante el coronavirus?



Durante estos días existe un debate constante entre la comunidad científica, la cual no logra ponerse de acuerdo respecto a si es o no más peligroso para la propagación del virus el uso de dinero efectivo.

Y es que ante la incertidumbre, como nos trasladan desde Orain, empresa de medios de pago que opera en el mundo de la distribución automática:

“Los ciudadanos tienen mucha desconfianza, lo cual les está haciendo tomar las mayores precauciones posibles, en definitiva, evitar utilizar efectivo siempre que sea posible”.

El panorama del comercio minorista desatendido se dirige sin frenos a los pagos sin contacto, y que la inversión en tecnología y en los últimos medios de transacción es funda-

mental, algo que en vending se lleva haciendo desde hace tiempo.

Si a ello le sumamos que, entre los nuevos hábitos que el temor ante el contagio del virus está provocando, las personas han comenzado a reducir el uso de efectivo y aumentar los pagos en línea y digitales.

No obstante, no hay que olvidar que gran parte de la población sigue utilizando los sistemas de pago más tradicionales, y por tanto, se les debe garantizar la posibilidad de pagar en metálico. La duda en este terreno surge con la aparición del Covid-19.

Entonces, ¿es realmente tan contagioso el dinero en efectivo?, ¿qué ocurre entonces con aquellas personas (ancianos, discapacitados o que residen en zonas más rurales) que solo cuentan con este método para poder efectuar compras?

Si nos trasladamos a Suecia, la empresa de banca Riksbank asegura que no hay evidencia

de que el coronavirus se propague a través de las monedas o billetes: “No hay nada que indique que exista riesgo de ser infectado por el coronavirus a través de los billetes y las monedas. El Covid-19 se propaga principalmente por la tos y los estornudos o por el contacto cercano con alguien ya infectado”.

Sin embargo, Instituciones como la propia OMS comenzó a fomentar el uso del pago cashless en detrimento del dinero en efectivo para evitar cualquier oportunidad de contagio.

Tal y como nos explican desde Paytec, según los datos conocidos hasta la fecha, “parece que la manipulación de billetes y monedas en realidad puede transmitir el coronavirus, y, sin embargo, los riesgos son menores que en los de escribir un pin sobre un cajero automático, ya que el virus sobrevive más

tiempo en el plástico.

Para ser segura una transacción, debe ser sin contacto o a través de un smartphone, métodos que se están extendiendo cada día más a un ritmo acelerado a expensas de los billetes y monedas”, exponen.

Teniendo esto presente, hay que saber ver que, como ha pasado siempre, los sistemas de pago digitales son el futuro y la sociedad se dirige hacia esa dirección.

Cuando hablamos de evolución y cambio, es importante tener en cuenta que siempre ha de realizarse mediante una transición lógica y razonable. De hecho, lo que está claro es que esta situación ha forzado que mucha gente salga de su zona de confort y se familiarice con nuevos sistemas digitales.

Como nos confirman desde Orain, “Personas que nunca antes lo habían hecho, durante estas semanas han teletrabajado, hecho videoconferencias, pagado con el móvil y comprado por Internet.

Históricamente, cualquier cambio de hábitos digital ha sido difícil en los inicios por la reticencia de los ciudadanos a probarlo por primera vez, debido principalmente a la desconfianza y al desconocimiento. Una vez superada la barrera de “la primera vez”, esto no hará más que ir en aumento”.

Hay que abrazar los sistemas de pago más innovadores y digitales, así como ofrecer todas las variedades para que el usuario pueda escoger la que mejor se adapte a él.

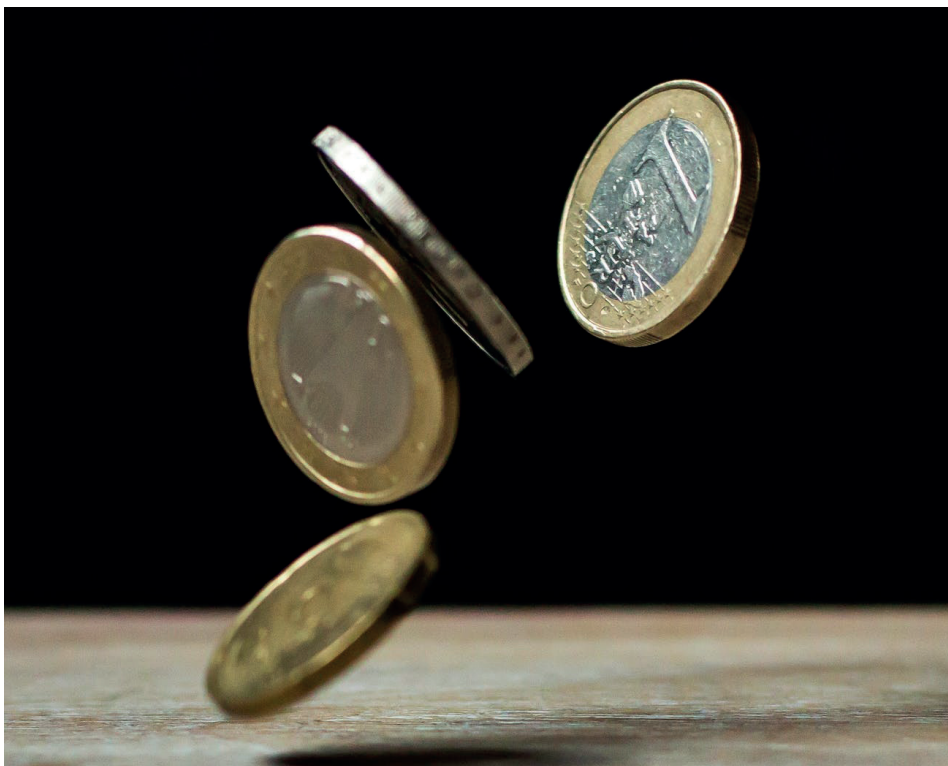
En el caso de Orain, el número de peticiones y “el interés general en nuestra solución ha aumentado mucho durante las últimas semanas, ya que las empresas que volvían al trabajo exigían a nuestros clientes un sistema de pago sin efectivo, y Orain es la solución que presenta una mejor relación calidad/precio, lo cual ha sido muy valorado sobretodo en estos momentos de crisis”.

En ese sentido, su previsión es que esta demanda siga aumentando conforme se vaya recuperando la actividad y los ciudadanos se reincorporen a sus lugares de trabajo.

También es importante resaltar otro método de pago que no se está valorando en estos momentos, y es el uso de las tarjetas Ticket Restaurant de las que disponen muchos trabajadores.

Ante la situación actual de bares y restaurantes, y la estimación de que serán los últimos en volver a abrir sus puertas, el vending debe posicionarse como la primera opción para utilizar el saldo disponible en estas tarjetas.

Soluciones como Orain, permiten usar el



saldo de Ticket Restaurant, Tarjeta Sodexo y Cheque Gourmet en las máquinas expendedoras, fomentando un importante aumento de consumo de bebidas y snacks.

En relación a las tarjetas, Paytec recomienda la solución CAIMAN EXE, una tarjeta de crédito que se puede integrar con cualquier lector de tarjetas, en combinación con el módulo VENDOTEK.

Este lector está certificado según los estándares EMVCo y acepta todas las principales

tarjetas como Visa, MasterCard, Maestro PayPass, así como numerosas soluciones móviles como ApplePay, GooglePay o SamsungPay. Desde la especializada en sistemas de pago, indican, además, que “la tarjeta SIM integrada permite monitorizar las transacciones en tiempo real y recopilar en forma remota todos los datos de auditoría, haciendo posible la integración con los sistemas informáticos de la compañía”, un factor clave en estos momentos de confinamiento.



Distribución automática y vending: alternativa ante un país sin servicios de restauración

Tal y como expuso la ministra de Trabajo y Economía Social, Yolanda Díaz, se producirán dos periodos para la recuperación laboral de España. La segunda fase, que afecta al sector de la restauración, se extiende hasta el último trimestre de 2020, lo que significa que la vuelta a la normalidad de restaurantes, hoteles y bares no se producirá en verano, como se vaticinaba meses atrás.

Ha pasado más de un mes desde que se decretara el estado de alarma, con su correspondiente cierre de establecimientos de hostelería como medida preventiva frente al coronavirus.

Una situación que se está alargando y que ha golpeado duramente al sector, lo que ha tenido su eco en la demanda de equipamientos para la hostelería, una disminución sin precedentes.

La dureza de la situación y la incertidumbre sobre el futuro de la industria ponen encima de la mesa la necesidad de buscar otras alternativas para continuar dando servicio a los ciudadanos.

Porque el consumo no cesa; pueden mutar los canales y las formas de consumir, pero a la luz de tales acontecimientos queda demostrado que los usuarios se adaptan a nuevas formas de abastecer sus necesidades, y esas herramientas pasan por la automatización, el autoservicio y los medios de pago digitales.

Unos términos que se vinculan directamente con el mundo de la distribución automática y el vending. Este sector tiene el compromiso de plantearse como una alternativa eficaz, no solo durante este tiempo de reactivación, sino una vez empiece a funcionar la hostelería.

Los operadores tienen en sus manos la oportunidad de ofrecer sus servicios de forma excelente para perpetuar y consolidar su oferta.



Y es que el vending, desde que comenzara el confinamiento y las medidas más restrictivas al mercado, ha sabido estar a la altura de las circunstancias.

Y no resulta sencillo: cierres de establecimientos donde estaban presentes las máquinas, romper con la imagen de un servicio que ofrece productos "de consumo puntual" o las propias trabas que impone el virus per se.

La distribución automática demuestra día a día que puede ser un canal igual de válido o más para las necesidades más básicas; incluso suponer una vía para adquirir menús y comidas propias de la cafetería o restaurante más selectos.

Además de ello, debe adaptarse a un nuevo perfil de consumidor: uno mucho más exigente, desconfiado, digital y preocupado por los estándares de seguridad e higiene.

Los expertos coinciden en que la herida del coronavirus dejará una cicatriz en el tejido social: las rutinas personales y económicas van a dar un giro y la industria ha de potenciar sus servicios para ganarse la confianza de los ciudadanos.

Así, según un estudio realizado por UBS, el banco sueco, la digitalización y la automatización serán claves durante el post-confinamiento.

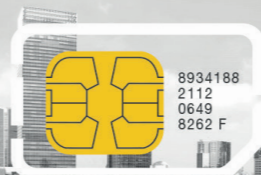
Ya lo hemos visto a lo largo de estas semanas, la sociedad está abrazando la tecnología y personas que antes no se habían planteado utilizar medios de pago digitales, online e incluso aplicaciones móviles, por ejemplo, a día de hoy se han convertido en aliados para sus compras.

*"Más de 100 millones de
hackeos en dispositivos
IoT en 2019"*

Alai Secure

Operador M2M/IoT en Seguridad Telco

www.alaisecure.com



Especial
comunicaciones
M2M

Alai Secure
ALTO RENDIMIENTO

**¿estás pensando en
conectar tu base de
terminales vending?**

1º operador
M2M/IoT en
Seguridad Telco

Cuenta con ALAI SECURE para
proteger tus comunicaciones M2M
Controla tu RED VENDING de forma
SEGURA y evita que tus máquinas
sean víctimas de un hackeo.

alaisecure.com



Crecimiento exponencial de las ventas de **Foodservice Delivery** en Latinoamérica

Latinoamérica cuadruplica sus ventas en el canal de Foodservice Delivery durante los últimos cinco años y se posiciona en segunda posición de crecimiento después de Asia-Pacífico.

Sin lugar a dudas, el reparto a domicilio está siendo uno de los segmentos de negocio más atractivos de los últimos tiempos. Cada vez hay más adeptos tanto en el take away como en el delivery; más que una tendencia, se tratan de una realidad.

Que los consumidores gastan cada vez más en alimentos para consumir fuera de casa es un hecho que podremos comprobar a simple vista: córners de café y comida en cualquier rincón y todo tipo de espacios que se sirven del modelo unattended para ofrecer sus productos a los ciudadanos.

Y esta realidad también se impone en el territorio latinoamericano, en constante crecimiento y evolución. Según el estudio "Foodservice Delivery en Latino América", realizado por Euromonitor International, las ventas derivadas de este tipo de servicios de entrega de alimen-

tos casi se han cuadruplicado durante el último lustro, lo que la posiciona como la segunda región de mayor crecimiento después de APAC (Asia-Pacífico).

Tanto es así que este negocio es la segunda industria más grande de LATAM, alcanzando los 200.000 millones de dólares (183.908.048 euros) en 2019.

De igual manera, el estudio se focaliza en el crecimiento y el desarrollo llevado a cabo por los emprendedores, así como las oportunidades de crecimiento y desafíos que están surgiendo en el reparto para los restaurantes en Latinoamérica.

En palabras de Rocío Guzmán, analista en Euromonitor International, "los actores de los envíos de "última milla", los restaurantes e incluso las ciudades, se reinventan constantemente.

Las dinámicas actuales, los factores socioeconómicos y la pandemia de coronavirus, com-

binadas con una fuerte cultura gastronómica, están impulsando la demanda de entrega en la región".

En ese sentido, rasgos como la creciente urbanización, en sintonía con el panorama económico y la fragmentación de un mercado de gran tamaño, han motivado ese impulso de actores de última milla (el paso final del proceso del envío de un producto desde el almacén hasta la puerta del cliente) en países como Brasil, México y Chile, entre otros.

Por otro lado, a juicio del director de Investigación en Euromonitor International, David Mackinson, para fortalecer el uso de apps concretas, es esencial la colaboración entre los restaurantes (tanto locales como grandes cadenas) con esas aplicaciones móviles, dado que:

"Los consumidores son fieles a determinados restaurantes, pero no a determinadas aplicaciones".

ECONOMÍA



El 85% de las empresas de vending ya han notado el impacto del coronavirus

La empresa brasileña AMLabs, especialista en software de gestión, pago y telemetría para operadores de vending y que administra más de 35.000 máquinas expendedoras, presenta los resultados de su encuesta para entender cómo están sufriendo el impacto de la pandemia las empresas que operan en la distribución automática y las percepciones de futuro de la situación.

En un contexto marcado por un impacto a nivel social y económico, es necesario entender en qué situación se hallan las empresas en este momento. Nos enfocamos en la industria del vending y otros segmentos de mercado como micromarkets, OCS, máquinas automáticas 24h, y un largo etcétera que conforma la distribución automática.

Ante un panorama que roza la recesión económica, los empresarios intentarán llevar a cabo algunas acciones para contribuir a que el mercado fluya con el menor impacto posible durante este tiempo.

Y para obtener datos en tiempo real, compañías como AMLabs han volcado sus esfuerzos en establecer un marco en el que entender cómo están sufriendo el impacto tanto los trabajadores como las empresas.

Así, han establecido una encuesta en la que han contactado con compañías del sector de distinta tipología y facturación. Encontramos que el 55% de los encuestados trabajan con pequeñas máquinas

espresso y de bebidas calientes; el 63% de la muestra lo conforman aquellos que cuentan con máquinas medianas y grandes de espresso y bebidas calientes; los dedicados a las máquinas de café profesionales suponen el 28% y un 12% los que operan en el mercado de los micromarkets.

En cuanto a facturación anual, el 35,7% alberga una cuantía menor o igual a 360 mil y 1,2 millones (R\$); el 20,2% presenta una facturación entre 1,2 millones y 4,8 millones de reales brasileños.

¿CÓMO ESTÁ SIENDO EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LAS EMPRESAS?

Respecto a este interrogante, de las empresas que cuentan con unos ingresos anuales de hasta 1,2 millones (R\$), el 58% de los encuestados afirma que está siendo grande y el 31%, muy fuerte. Aquellas con facturación anual por encima de esa cifra, el 44% confirma que está siendo fuerte y el 52% muy notorio.

Y, de cara al futuro, el 100% de las empresas con ingresos por encima de 1,2 millones coinciden en que el impacto en el segmento del vending será fuerte. Respecto al bloque de los ingresos de hasta 1,2 millones, es el 85% el que estima que será fuerte aún en el futuro.

Ante la pregunta de si las empresas están experimentando ya uno o más impactos potenciales del coronavirus, el 28% se ha visto obligado a detener el 100% de la operación y el 51% ha tenido que pausar



La mayoría opina que en un plazo de 6 meses (27,4%); seguido de los que creen que 2 meses será el tiempo máximo, con el 22,6%. En contraposición, los mas pesimistas estiman que hará falta más de un año

El potencial de las **cerraduras electrónicas** en las máquinas expendedoras de **tabaco**

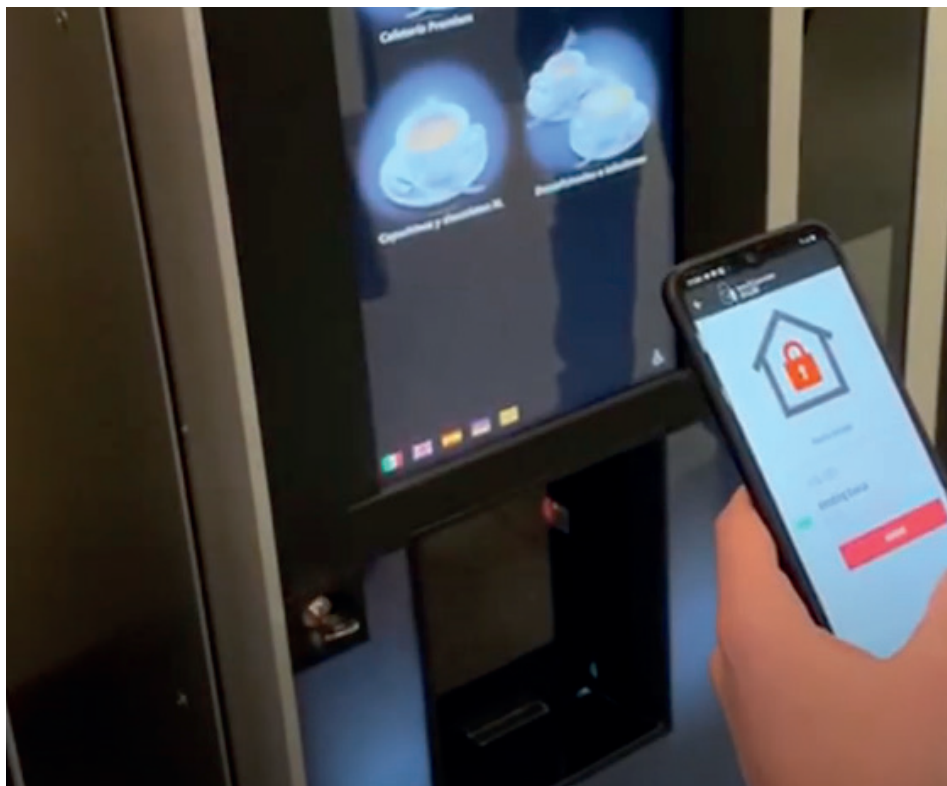
El avance tecnológico ha transformado la industria de las cerraduras, aportando alternativas para hacerlas más seguras y, sobre todo, para llevar un control más exhaustivo de la manipulación de las máquinas de vending. Especialmente, de cara al segmento de mercado del tabaco, uno de los que cuentan con más trabas y limitaciones legislativas.

Atrás quedó esa imagen obsoleta del operario de la máquina con mil llaves. De hecho, la llave física ha pasado a ser anecdótica; en la actualidad, el sector de la distribución automática y el vending demandan nuevas soluciones que pasen por ofrecer un control y gestión remoto, eficaz y, sobre todo, seguro.

Seguridad. Un elemento crucial en el mundo de la distribución automática. Apostar por ella está siendo uno de los factores principales en las empresas operadoras, que cada vez más abrazan las soluciones punteras para poder ofrecer a sus clientes un control total de sus negocios. A pesar de que muchos empresarios aún están reticentes a apostar por la tecnología y los medios de pago más innovadores por tema de costes, la realidad es que esta inversión trae consigo muchas ventajas, que también se traducen en ahorro económico: posibilidad de contar con un menor número de personal; alcanzar mayor cantidad de usuarios que demandan las nuevas tecnologías y tener la tranquilidad de que la máquina está segura en todo momento.

Y si hay un segmento que necesita este tipo de tecnología como ningún otro, ese es el de las expendedoras de tabaco, que están demandando continuamente estas soluciones, y más teniendo en cuenta que sufre tales limitaciones que en muchos casos dejan de hacerlas rentables. Por eso, estos escrúpulos por estudiar con todo detalle la relación entre los productos que expenden, los puntos de venta y su gestión, hacen necesaria esta tecnología para poder ofrecer un control total al empresario.

Profundizando en el tema, precisamente uno de los quebraderos de cabeza de los operadores vienen de la mano de las multas de inspección, ya que los propietarios de las expendedoras tienen un tiempo muy reducido para abrirlas y mostrar la tipología de producto y procedencia. Si durante ese margen de tiem-



po no se ha abierto, son multados.

Teniendo eso presente, las cerraduras inteligentes llegan a este segmento como agua de mayo: estos problemas quedarían erradicados al contar con un sistema de apertura de la máquina de forma remota y automática, incluso sin la necesidad de estar presente en el local.

Esa demanda de soluciones nos la confirman desde Watchman Door, que nace en 2016, siendo un spinoff de una importante empresa dedicada a la securización de activos. Pioneros en la instalación de su cerradura inteligente aplicada en activos situados en zonas calientes de "okupación". Así, operaban en segmentos de negocio como la banca, Real Estate, hoteles, etc; ahora, han decidido embarcarse en la industria del vending, uno de los modelos que más demandan el desarrollo tecnológico. La compañía trabaja y produce en España, por lo que el producto es desarrollado por su propio departamento de ingenieros, lo que supone todo un valor añadido.

En ese sentido, ofrecen su proyecto de Cerraduras Inteligentes WBox, que permite un control total de acceso y apertura desde el smartphone.

A través de una app, el cliente puede abrir la máquina y desde el Cloud al que está vinculada, administrar el acceso, consultar el historial de operaciones y gestionar toda la información necesaria para el control del negocio. Es decir, estas cerraduras actúan a modo de CRM para el cliente, que puede hacer un seguimiento en tiempo real de quién entra y quién sale de las máquinas, cuándo se ha producido la recaudación y el abastecimiento y, en definitiva, si la tarea se ha producido tal y como habría indicado el operario.

En ese sentido, se puede extrapolar a multitud de situaciones en las que es necesario deshacerse de ellas en el sector. De hecho, ya están experimentando una fuerte demanda de su producto en todo tipo de máquinas, en las que se incluyen las de tabaco.

"Lo que intentamos es dar la mayor facilidad a los operadores; ofrecerles lo que nos reclaman en vending, sobre todo porque hay mucha rotación de personal y necesitan tener la tranquilidad y la opción de poder cambiar este acceso mediante la propia conectividad de la máquina", nos explica Laura Gijón, directora Comercial de la compañía.

más del 50% de la actividad. En la práctica, el 77% ha sufrido una reducción de la demanda; por su parte, el 13% de los encuestados ha notado un retraso de los proveedores pero sin impacto en el funcionamiento de la compañía. Es decir, el principal impacto está en la reducción de los servicios principalmente, con algunas cancelaciones de contratos.

La encuesta, que se realizó la semana pasada, también analiza las medidas de prevención del Covid-19. Así, el 62% afirma haber aplicado medidas y pretende añadir adicionales; las compañías que han adoptado medidas pero no tiene pensado aplicar más, suponen el 30%.

¿Y EN CUANTO A LAS MEDIDAS DEL GOBIERNO PARA PALIAR EL IMPACTO EN LAS EMPRESAS?

En estas cuestiones, la gran parte (56%) expresa que no está claro si se beneficiarán o no; el 24% no ha sido beneficiado hasta ahora y en último lugar, el 17% confirma que estas ayudas contribuirán a una mejora de la situación pero no hay detalles de cómo se beneficiarán de las mismas.

Hablábamos anteriormente de que una de las soluciones podría estar en la petición de créditos y ayudas. Sin embargo, ¿realmente son más accesibles ahora? El 28,6% opina que es más fácil tras la situación del coronavirus, en contraposición con el 27,4%, que sostiene que



incluso actualmente es más complicado.

Otra de las cuestiones propuestas por AMLabs está relacionada con la interrupción temporal de la actividad. Asimismo, se les plantea a las empresas por cuánto tiempo podrían permanecer cerradas antes de sufrir restricciones de efectivo.: el 38,1% de 0 a 15 días, seguido del 22,6% que afirma que podrían de 16 a 30 días. Por su parte, el 14,3% estaría de 51 a 90

días sin sufrir impactos notorios.

NEGOCIACIONES CON LOS PROVEEDORES

Uno de los puntos claves para paliar la situación actual reside en la comunicación con los propios proveedores. Así el 27% afirmó realizar una negociación con sus proveedores, y estos han sido flexibles.

Un barrio coruñés se apoya en las máquinas de vending para ofrecer mascarillas

La tienda automática 24h cuenta con todo tipo de productos de higiene y protección frente al contagio del Covid-19, los más demandados por parte de la sociedad en los últimos meses.

Como vaticinábamos desde Hostelvending, ante la situación que tiene paralizado al mundo entero, las tiendas 24h son uno de los canales más efectivos para que los ciudadanos puedan abastecerse de los productos de primera necesidad. Servicio constante, autoservicio y seguridad son algunas de las características que lo presentan como el gran aliado durante la epidemia.

De hecho, son cada vez más los adeptos a este modelo de vending; multitud de barrios están adoptando las tiendas automáticas, y las que ya estaban establecidas potencian al máximo la oferta para que los usuarios puedan abastecerse de las necesidades más básicas.

Y, hablando de productos de primera necesidad, muchas veces ocurre que se encuentran

agotados en los supermercados u otro tipo de establecimientos. A nuestra mente se vienen desde mascarillas hasta geles hidroalcohólicos, los bienes más demandados desde que se estableciera el estado de confinamiento.

Sin lugar a dudas, encontrar estos equipamientos se ha convertido en toda una odisea. Ahí es donde entra en juego, de nuevo, el vending, quien se alza como un modelo perfecto para responder a esta demanda y ser una solución eficaz.

Sin ir más lejos, en un barrio de A Coruña, Motogrande, encontramos máquinas automáticas que están dando servicio a los vecinos: en las expendedoras podemos encontrar gel desinfectante y dos tipos de mascarillas (las aconsejadas por las autoridades pertinentes para evitar la propagación del Covid-19).

El dueño de la tienda 24h, Pablo Suárez, comenta que la idea le surgió precisamente de esa escasez de productos en los diferentes puntos de venta, lo que le llevó a adaptar

sus máquinas y a introducir esos bienes. Una vez consiguió la cantidad suficiente para abastecer las automáticas, probó suerte y el resultado fue mejor del esperado: en 24 horas ya había vendido el 90% de su mercancía.



VENDING SALUDABLE

3 de cada 10 personas sufren algún tipo de **alergia** o **intolerancia alimentaria**, ¿encuentran lo que **necesitan** en el **servicio de vending**?

Todos conocemos a alguien que es intolerante a la lactosa o al gluten o alérgico a los frutos secos. En realidad, son millones de personas las que presentan intolerancias o alergias alimentarias; personas que también son clientes de su servicio de vending y quieren productos que les sienten bien, tengan buen sabor y sean saludables.

Se estima que el 25 por ciento de la población sufre algún tipo de intolerancia alimentaria, mientras que un 3% son las personas afectadas por alergias alimentarias y el 1% son celíacos. Si nos fijamos solo en las alergias alimentarias, la Fundación para la Seguridad Alimentaria y la Prevención de las Alergias calcula que en España hay dos millones de personas que las sufren.

PERO, ¿EN QUÉ SE DIFERENCIAN?

La intolerancia alimentaria es una reacción de rechazo del sistema digestivo ante un alimento que no puede asimilar de forma completa y causa trastornos digestivos, entre otros síntomas. En cambio, en las alergias alimentarias, es el sistema inmunitario el que interpreta que un alimento es una sustancia nociva y provoca reacciones en el sistema digestivo, respiratorio o en la piel, y puede llegar a causar síntomas muy graves. Las enfermedades autoinmunes como la celiaquía van un paso más allá porque el sistema inmune ataca al propio organismo.

En los últimos años este numeroso segmento de consumidores con alergias o intolerancias alimentarias o celiaquía ha visto como los lineales de los supermercados han ido ampliando la oferta de productos "sin": sin gluten, sin lactosa, sin sulfitos, etc.

Las máquinas de vending deben estar igualmente preparadas para atender la demanda de este amplísimo segmento de público.

Food From Nature es una empresa distribuidora de productos de alimentación ante todo



deliciosa y saludable, con un extenso catálogo de snacks, bebidas y golosinas, tanto ecológicas como convencionales, que entran por los ojos y además son productos aptos para personas que tienen intolerancias o alergias alimentarias; o que hacen una dieta especial como la vegana y buscan en la máquina de vending algo para saciar el hambre o la sed, acompañar un momento de descanso, recuperarse de un esfuerzo realizado o simplemente darse un capricho dulce o salado.

En el apartado de refrescos, destaca la bebida energética Tenzing, 100% natural, sin alérgenos y elaborada a base de plantas con cafeína, electrolitos y vitamina C; los refrescos de té TAO de sabores afrutados sin gluten ni lactosa, hechos con ingredientes naturales, sin conservantes, ni colorantes y bajo en calorías, o las bebidas refrescantes ecológicas y probióticas Kombucha Kat, que tampoco contienen alérgenos. Además, todos estos refrescos son también perfectos para veganos.

Para asegurar una alta rotación en vending, el truco está en ofrecer referencias que sean atractivas para todos los públicos, es decir, referencias deliciosas que gusten a todo el mundo, pero que además sean aptas para dietas especiales.

Para reponer fuerzas o como tentempié, Food From Nature propone las barritas energéticas sin gluten ni soja Roo'bar o las de Bett'r (sin gluten, soja ni lactosa), los palitos de avena Bett'r, salados y crujientes (sin lactosa ni soja) o las galletas de avena Rookies de diferentes sabores (sin soja, trigo ni gluten).

¿Y por qué no una golosina saludable? Food From Nature tiene un surtido para darse un capricho a cualquier hora. Así, el consumidor puede elegir entre una gama que pasa, desde los caramelos de menta ecológicos Biona (sin lactosa ni trigo), hasta los chicles Chewsy, sin alérgenos, aspartamo ni plásticos.

JORGE MIRANDA, DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIO EN ÑAMING

“Hay **operadores** que **ya** están trabajando para cambiar su modelo, y dentro de **seis meses** **saldrán reforzados**”



DESDE ÑAMING QUIEREN TRANSMITIR SU APOYO A LOS OPERADORES DE VENDING, UN SECTOR QUE, PESE AL HABER PERDIDO UNA FACTURACIÓN DE MÁS DEL 50%, HA MANTENIDO SU ACTIVIDAD PARA MANTENER LAS ÁREAS DE DESCANSO PARA LOS TRABAJADORES QUE HAN ESTADO EN PRIMERA LÍNEA FRENTE AL COVID-19. AHORA, SEGÚN EXPRESA JORGE MIRANDA, DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIO DE LA PRODUCTORA, ES MOMENTO DE EMPEZAR A PLANTEAR CÓMO SALIR DE ESTA SITUACIÓN Y APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES QUE SE PRESENTAN.

La fase de desescalada está comenzando a producirse, ¿pensáis que es este el momento idóneo para empezar a replantear el modelo de negocio por parte del vending?

Por su puesto, es hora de que empecemos a plantear cómo salir de esta situación y cómo aprovechar las oportunidades que cualquier cambio ofrece. Todo modelo de negocio ofrece oportunidades a las empresas.

“Pasados seis meses, veremos a unos operadores que estarán en una posición más aventajada porque han sabido aprovechar la circunstancia. Tendrán seis meses más de recorrido y ventaja sobre el resto del mercado”

Hasta ahora, la mayoría de las empresas hemos estamos en shock, apostando por replegar velas e intentando que los gastos sean los mínimos posibles. Pero no es una posición que se pueda mantener para siempre,

porque, frente aquel operador que se adelante y empiece a trabajar, el resto tendrá muy difícil ponerse a su altura.

¿Y qué oportunidades consideráis que existen para el vending?

Objetivamente, por un lado, es el hecho de que la principal alternativa del vending, el canal horeca, está cerrado, con unas grandes restricciones en sus capacidades de ofertar o bien el consumidor no lo ve como una opción segura. En ese sentido, cuando al cliente final le surge la necesidad de consumir, la hostelería en muchos casos no va a ser una solución, con lo cual, las máquinas de vending se alzarán como una gran opción.

Hablamos sobre todo de los entornos de trabajo. Antes, los consumidores optaban por acudir a su cafetería de confianza. Lo que hay que analizar, entonces, es por qué elegía la hostelería y no el vending. Nosotros vemos que, por un lado, lo que ofrecía la hostelería era un momento de desconexión, un ambiente

distinto a la oficina, y la socialización. Ese tipo de circunstancia no se va a poder producir ahora mismo.

Ahora bien, había otros consumidores que no iban por eso, ni siquiera por precio, porque este es el doble que en la máquina. Estaban dispuestos a pagar más por un producto de mayor valor. Es importante hacer ver que existe una oportunidad de ofrecer productos de relevancia en vending, y demostrar que este es capaz de dar un producto competitivo y de calidad.

A todo esto, se suma que el volumen total por la crisis económica va a caer. Entonces, asumiendo que venderemos vendamos menos cantidad, aumentemos en valor y precio para que la facturación no solo no caiga, sino que aumente.

Ofrecer un producto de calidad que buscaba ese usuario en la hostelería. Intentar saber qué productos consumía para ofrecerlos en el vending.

¿Sigue habiendo miedo por parte del sector del vending al precio?

Sí, aún persiste ese miedo intrínseco al precio; aunque muchos operadores señalaban que el problema no estaba tanto en el consumidor, sino en su cliente, el que demanda las máquinas y decide cuáles poner, que siempre va buscando el precio mas barato.

Sin embargo, ese cliente del operador, ahora mismo está abierto a nuevas opciones, porque el paradigma ha cambiado totalmente. Y es que, con una hostelería cerrada, se le puede plantear que no hay alternativa, que la dirección más adecuada es apostar por ampliar las opciones, ofreciendo precio y también productos de valor.

Entonces, la solución pasa por que el vending se convierta en un canal que ofrezca productos de calidad que compitan contra la hostelería

Desde luego, es un tema de valor, en las cafeterías el ticket medio individual está entre 3€ y 6€ y el cliente es el mismo que en el vending. En la cafetería estaba dispuesto a pagar el doble que en la máquina. Se trata de un momento esencial para que los operadores de vending empiecen a replantear cómo van a encarar los meses próximos. Mantener el mismo surtido en las máquinas que el anterior al inicio de la pandemia, es previsible que agrave la caída de los ingresos.

Aun así, ese momento de consumo del usuario que busca un producto más indulgente o económico se puede mantener; lo bueno que tiene el vending es su capacidad de dar surtido, de abordar más nichos de mercado y tipología de consumidores: máquinas de todo tipo y multiproducto y ofrecer diferentes calidades. Estas diferencias de calidad hay que mostrarlas e identificarlas. No se puede esperar que un producto de mayor valor se venda con la misma comunicación y merchandising que un producto de precio. En la decisión de consumo en una máquina vending, prevalece lo emocional frente a lo racional.

¿Suponen los entornos de trabajo una gran oportunidad para empezar a apostar por un cambio de oferta?

Así es, la gente va a seguir trabajando, incluso en unas condiciones más extremas: las salidas para comer se van a reducir mucho, la situación de la empresa será distinta y la jornada, pasarán de ser partidas a continuas.

Y en 8 horas, el trabajador sentirá la necesidad de comer o beber algo. Por eso es tan importante ofrecer lo que buscan, y lo que demandarán ahora no será el típico snack para matar el hambre.



Ahora hay que ofrecerles una comida completa, ese servicio de hostelería y fidelizar a la gente.

A la calidad se suma la importancia de la comunicación y el uso de la tecnología para dar un servicio de mayor calidez al usuario...

Desde luego, es muy importante la comunicación, porque al carecer de una persona vendiendo el producto, al usuario hay que darle apoyo y un servicio cálido. Ir cambiando la oferta; sorprender para fidelizar.

La seguridad y la sorpresa son la clave de éxito; cambiar la monotonía y ofrecer productos distintos para fidelizar.

Y desde Naming, ¿qué ofrecéis para que los operadores de vending puedan dar ese salto a un nuevo modelo de negocio?

Por un lado, hemos lanzado unos adhesivos con fotos que muestran cómo elaboramos nuestros productos las condiciones sanitarias que seguimos para dar una garantía al consumidor y seguridad al operador de vending. Todos los esfuerzos de ofrecer un producto seguro y lo que conlleva hay que comunicarlo a los clientes.

Por otro, para sorprender al usuario y dar más opciones, hemos lanzado una serie de gamas, y modificadas otras. Por ejemplo, hemos relanzado la gama de ensaladas, *Ensalading*: además de ampliar su vida útil el doble, (de 7 a 15 días), se ha modificado la receta, buscando una mejor adaptación a los operadores

de vending y rebajado el precio.

Con las modificaciones de formato, en monoración, pueden ser un producto especial, a modo de tapa para complementar una comida, siguiendo el concepto saludable y fresco. Así, proponemos las ensaladas de pasta con salsa de pesto, ensaladilla rusa, de quinoa y arroz...

Por otra parte, también hemos relanzado la gama de bocadillos Artesano's a base de pan de cristal, por lo que se pueden consumir fríos; siendo excelentes para sustituir el de un bar, porque los hemos hecho más grandes para que sean más contundentes, como los que suelen buscar algunos consumidores en el bar de confianza. Encontramos sabores más tradicionales: atún, queso y salchichón, entre otros.

Además, hemos rediseñado nuestra gama de sándwiches Bloomer con la idea de alargar su vida útil, así como el packaging; acompañando del lanzamiento de tres sabores nuevos: jamón cocido extra, pavo braseado y pollo asado. Todos ellos tienen un formato completamente distinto, y su pan no es triangular, con lo cual le ofrece al operador la opción de romper con la premisa de que un sándwich triangular no puede superar el euro, al tiempo que puedes aumentar su valor por ser productos de primera calidad.

Ahora mismo, como decía, el operador de vending tiene la oportunidad de rediseñar su surtido y comunicarlo. De manera que, cuando ese trabajador esté en su oficina o en un espacio público y vea que las máquinas han cambiado su oferta, y que incluso los precios son más baratos que en la hostelería, será el momento de fidelizarlo. Por ello, nosotros le brindamos a los clientes esa oferta para hacer el cambio real.

 VENDING SALUDABLE

La máquina de vending más **saludable**: entrega segura de verduras en momentos difíciles



La máquina automática lanzada por Kort'om, una plataforma web local de distribución de alimentos de Lovaina (Bélgica), permite a los vecinos de la ciudad comprar alimentos saludables y frescos de una forma segura, reduciendo los riesgos de propagación del Covid-19.

Nos encontramos ante un panorama en el que acudir al supermercado presenta un riesgo real de contagio por el virus; los esfuerzos de estas empresas por mantener medidas de seguridad no cesan, pero la realidad es que el contacto humano, los entornos cerrados y poder manipular todos los productos de los stands, suponen más riesgo que en modelos como la distribución automática.

Ligado a una mayor búsqueda hacia lo próximo, los negocios locales y de confianza, la solución la encontramos en la automatización. A día de hoy, existen numerosas formas de distribución automática, por lo que hay mil posibilidades de adaptarlas a cualquier negocio

minorista.

Tal es el caso de las taquillas inteligentes, de las que hemos hablado en numerosas ocasiones por múltiples posibilidades y ventajas.

En estas máquinas, se puede realizar todo un servicio de venta de los productos más comunes y básicos a través del cajón dispensador de forma segura: el contacto es mínimo y las máquinas se desinfectan automáticamente para que no haya peligro de contagio. Y en suma, se pueden instalar en cualquier ubicación.

Imagina que cada comunidad o barrio contase con sus taquillas propias: como quien recoge un paquete o carta, los vecinos podrían disfrutar de sus compras con el mínimo esfuerzo pero con la mayor de las seguridades.

Ejemplo de ello lo encontramos en Iniciativas de este tipo, que son las que están generando auténticos beneficios para todos: se trata de un win to win en el que todos encuentran una solución al periodo de crisis que esta-

mos atravesando actualmente.

Para los ciudadanos, supone un canal de venta más seguro, rápido y automático en el que poder hacer una auténtica compra nutritiva y fresca; porque mantener un estilo de vida saludable es más importante que nunca para poder hacer frente al Covid-19.

En segundo lugar, es un apoyo total a la agricultura local, afectada también por los efectos del virus. Así, fomenta el consumo local y agrícola de Lovaina, y pondrá en contacto a comerciantes y establecimientos de restauración con agricultores locales, haciendo llegar sus productos a más canales.

Por otra parte, contribuye a que el sector de la distribución automática continúe funcionando. Y es que el vending es una de las industrias que mejor se está adaptando a la situación; reconvirtiéndose para dar respuesta a las nuevas formas de demanda y necesidades por parte del consumidor.

En la máquina de Kort'om se pueden encontrar

trar todo tipo de frutas y verduras cultivadas localmente, pero también productos de otra naturaleza como sopas y lácteos, para poder hacer una compra lo más completa posible.

Y como las puertas se abren automáticamente, el cliente solo tiene que tocar el producto comprado, evitando así cualquier propagación.

En ese sentido, la máquina funciona cumpliendo los estándares de higiene fomentados por las autoridades para garantizar la mayor seguridad frente Covid-19. Y como todo pasa por el desarrollo tecnológico, también acepta los pagos contactless para reducir al máximo el contacto, de acuerdo a las recomendaciones gubernamentales y de organismos como la OMS.

Por su parte, el concejal de agricultura y consumo, David Dessers, expresó la idoneidad de este tipo de proyectos que abrazan la automatización y el servicio desatendido:

“Con esta máquina expendedora, incluso los que viven en el centro de la ciudad pueden probar los productos locales y sostenibles directamente del agricultor, sin tener que viajar lejos para conseguirlos. Para los agricultores, también es un apoyo en estos tiempos difíciles”.

Si bien la máquina expendedora estará disponible de manera temporal y hasta que las medidas del coronavirus se relajen, quién sabe si en ella encontrarán un modelo de negocio fructífero y beneficioso para mantenerlo de forma definitiva.

“En resumen, Lovaina será un mercado online que pondrá en contacto a los comerciantes y a la industria de la hostelería con los agricultores locales”, expresó Michael Moulaert, quien codirige el proyecto: “

Esto facilitará a nuestros agricultores encontrar su hueco en la ciudad, al tiempo que más gente podrá disfrutar diariamente de los productos directamente del campo”.Demos



más valor al aspecto local y de proximidad: los usuarios están abrazando los productos más cercanos y de los que conocen su origen. Abogamos por lo sostenible y conozcamos a nuestros distribuidores.

Automatización y cercanía, esa es la clave; aunque parezcan antónimos, la distribución automática está consiguiendo acercarnos nuestro negocio de confianza, pero con todas las ventajas de la innovación.

Y como todo pasa por el desarrollo tecnológico, también acepta los pagos contactless para reducir al máximo el contacto, de acuerdo a las recomendaciones gubernamentales y de organismos como la OMS.

Casual food

NUEVO

ARTESANO'S

Con Aceite de Oliva

Atún y Huevo · Queso Semicurado · Salchichón
Jamón Serrano y Pimientos

Ensalading

Pasta Pesto · Rusa · Cangrejo
Quinoa Vegana · Pasta Jamón y Pollo

BLOOMER

Jamón Cocido Extra · Pollo Asado
Pavo Braseado

NUEVAS RECETAS

NUEVA IMAGEN

15 DÍAS VIDA ÚTIL

www.n-aming.es

Illycaffè amplía el plazo hasta el 30 de junio para las candidaturas de la **Cocktail Competition**

A raíz de la situación sin precedentes provocada por el coronavirus, la empresa tostadora ha decidido aplazar la fecha de presentación de las recetas candidatas para la décima primera edición de la Illy Cocktail Competition, prevista acualmente para los meses de verano.

Ante una oleada de aplazamientos y cancelaciones a causa del panorama, illy ha ampliado finalmente la fecha hasta el 30 de junio para que aquellos que lo deseen puedan enviar su apuesta de cóctel con el café como ingrediente base.

La de este año es la XI edición, y se trata de un certamen que homenajea el trabajo de multitud de baristas y cocteleros que operan en todo el territorio español.

De igual manera, también pretende poner en valor la presencia del café en el mundo de la alta coctelería creativa; así lo confirman las recetas ganadoras de encuentros anteriores, que se basaban en el café como ingrediente principal.

Desde la compañía, explican que para poder participar en el concurso, basta con ser mayor de edad y presentar buenas dosis de imaginación y creatividad, necesarios para poder responder a unas demandas de novedades por parte de los consumidores, tanto en el mundo del café como de la coctelería.

En este sentido, las recetas premiadas se darán a conocer en el Xla illy Cocktail Competition, aún sin fecha concreta confirmada.

CAFÉ, INGREDIENTE PROTAGONISTA

Aquellos profesionales que decidan unirse a este concurso, deberán enviar una receta de cóctel con café sin límite de ingredientes empleados.

La máxima es que el café sea la parte principal de la bebida, y que la medida de alcohol no supere en ningún caso a la del café. En cualquier caso, todos los materiales y materias primas utilizados en la presentación han de ser exactamente los mismos el día de la final.

En la receta enviada previamente, deberá a parecer tanto el nombre del cóctel como los ingredientes con sus cantidades detalla-



das, así como el modo de preparación y la inspiración que le ha llevado a tal creación.

El día de la final, un jurado especializado formado por cuatro expertos escogerá la mejor de entre las diez finalistas.

En ese sentido, cada uno de los concursantes asistirán con su vestimenta habitual de trabajo y preparará su cóctel en directo.

Todos los finalistas recibirán un diploma de su participación en la final, y los tres ganadores se harán también con una máquina de café X7 lperespresso.

En suma, el ganador podrá asistir con todos los gastos pagados a un curso completo de Coffee Expert en la Università del Caffè de Trieste (Italia).

La **VMF** pospone por segunda vez su fecha: se celebrará en **agosto**



Pese a los continuos esfuerzos por garantizar la máxima seguridad a todos los visitantes y tranquilizar continuamente a los expositores, la organización ha decidido volver a posponer la feria, prevista para celebrarse del 10 al 12 de mayo, a los días 3,4 y 5 de agosto.

Todo apuntaba a que la nueva fecha de la VMF se cumpliría. Tras haber confirmado que el 95% de los expositores días atrás asistirían a la feria china, la realidad se impone de nuevo. Así, sopesando y siguiendo muy de cerca la situación de la epidemia, han decidido finalmente cambiar a trasladar el evento a verano.

“A la luz de las crecientes incertidumbres en los viajes al extranjero, con el fin de evitar la reunión masiva, detener la propagación del virus, salvaguardar la salud y la seguridad de los asistentes en la exposición y garantizar el mejor resultado de la misma, VMF 2020 ha llegado a la difícil decisión de cambiar la fecha tras un largo debate”, exponen desde la organización.

Originalmente, el evento estaba previsto para el 4,5 y 6 de marzo. Posteriormente y a raíz de la expansión del coronavirus, VMF anunciaba que se trasladaría al mes de mayo,

los días 10, 11 y 12. Y es que es innegable que las ferias internacionales dependen del resto de países para poder recibir expositores/visitantes internacionales, con lo cual han de organizarse teniendo presente el panorama internacional.

Desde el equipo piden disculpas por la variación de fechas y el apoyo de los asistentes. Respecto al lugar de celebración, será el mismo: en el Complejo ferial de importación y exportación de China de Guangzhou.





Eu'vend & Coffeena y Orgatec mantienen su celebración del 29 al 31 de octubre

Una de las ferias internacionales más destacadas del mundo de la distribución automática, el vending y el café: Eu'Vend, sigue preparando hasta el más último detalle para tener todo listo en su fecha inicial. Así, por ahora se mantiene el encuentro del 29 al 31 de octubre en este año, en Colonia.

Ante un calendario de ferias y eventos de la distribución automática en continuo cambio provocado por el Covid-19, Eu'Vend & Coffeena, patrocinada por la Asociación Europea de Servicios de Vending y Café (EVA) y la Asociación Alemana de Vending, se llevará a cabo por el momento del 29 al 31 de octubre.

Así, todo apunta a que volveremos a disfrutar este año de uno de los eventos más importantes del sector del vending y el café.

Recordemos que se celebrará junto a Orga-

tec, feria de diseño y organización de oficinas, lo que ampliará notoriamente el público de un nicho de mercado del que el vending está muy ligado.

En su edición anterior, cerró con datos de éxito: 162 expositores de 22 países presentaron sus últimas novedades frente a casi 5.000 visitantes provenientes de 66 países; aparte de consolidarse como una de las citas clave en el mundo de la distribución automática.

El encuentro de este año será decisivo para poner en calma un mercado que ha sufrido fluctuaciones y reconfiguraciones en la hora de entender el modelo de negocio.

En ese sentido, se tratará de una muestra de la situación de la distribución automática en otoño y las posibilidades de adaptarse a un panorama en el que la distribución automática tiene mucho que decir.



CAFE O SNACK?

FAS COMBI

POWERED BY ANDROID



FAS

VENDING SOLUTIONS SINCE 1967



www.fas.it

madrid **fas**
achine
Vending Products Supplier



ESTEL

Tu barista de confianza con tecnología avanzada, fácil de utilizar y máxima flexibilidad

Los granos de café molidos al momento, junto con un sistema de leche fresca (que puede ser incorporado) proporcionan una exquisita gama de bebidas al nivel de exigencia de un barista profesional. Puedes elegir entre el auténtico café espresso italiano, macchiato, cappuccino con leche fresca o espuma de leche.

La máquina dispone de un amplio display touch screen que te proporcionará toda la información necesaria para su mantenimiento diario.

ALL-IN-ONE

Elige la combinación que más te guste para tu espacio, ya que el corner es perfectamente modular: mueble de 3 medidas: 1,1m, 1,4m, 1,7m. Puedes elegir que máquinas de café deseas poner (Estel, Jasmina, Galia), añadirle su nevera, máquina de té e infusiones y un módulo de agua por filtración o por Osmosis Inversa.

Ejemplo solución ALL-IN-ONE

Dos máquinas Estel con dos tipos de cafés en grano, nevera con calienta tazas, dos contenedores de leche (para dos leches diferentes), sensor de nivel de leche y temperatura en pantalla. Mueble de 140cm con cajón de residuos y módulo para los vasos de plástico y módulo de agua por Osmosis Inversa.

Pídenos información:

Agrupación Empresas Vending
Av. La Ferrería 26 - P.I. La ferreria
08110 - Montcada i Reixac Barcelona
+ 34 934 98 28 08 info@aevending.com

