

hostelVending^V

Especial Smart Vending 2020 - nº 120



aev
www.aevending.com

Coffee Innovation

ESTEL DUO

*Tu barista de confianza con tecnología avanzada,
fácil de utilizar y máxima flexibilidad*

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.

Agrupación Empresas Vending

Av. La Ferrería 26 - P.I. La Ferrería
08110 - Montcada i Reixac Barcelona
+ 34 934 98 28 08 info@aevending.com





Coffee Innovation

Máquina de café super automática Gal.la

Tu barista de confianza con tecnología avanzada, fácil de utilizar y máxima flexibilidad

Una gran VARIEDAD DE BEBIDAS te está esperando... La máquina ofrece una amplia y deliciosa variedad de bebidas de café.

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.

Las cuchillas planas de cerámica son el secreto de la eficacia de estas máquinas, muelen con precisión los granos extrayéndoles el sabor único del café. El modelo Gal.la tiene doble contenedor de café y doble molino.

*"Además descubre
nuestra nueva gama
de coffee corners
ALL-IN-ONE"*

Agrupación Empresas Vending

Av. La Ferrería 26 - P.I. La Ferrería
08110 - Montcada i Reixac
Barcelona + 34 934 98 28 08
info@aevending.com



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**

necta.evocagroup.com/es



Follow Us!

ESPECIAL SMART VENDING

36/ LAS SMART CITIES BUSCAN LA EFICIENCIA A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA, Y EL OBJETIVO PRINCIPAL DE LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA ES ESE: DISTRIBUIR UN PRODUCTO EN EL LUGAR Y EN EL MOMENTO PRECISO



• 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

21/ Ignacio Higueras, Account Executive &

CAFÉ

6/ Cold Brew: la tendencia millennial que se consolida en el mundo del café

8/ El sector del café: claro ganador durante el Covid-19

10/ Una app móvil para vender café en una nueva normalidad marcada por el distanciamiento

EMPRESAS

13/ Ñaming, el primer elaborador de sándwiches en certificarse en Prevención del COVID-19

16/ Las máquinas de EPI's de VenDis 360° llegan a las estaciones de AVE

18/ Las taquillas inteligentes se integran

dentro del panorama laboral: el caso de éxito de Eureka Vending

PRODUCTOS Y MÁQUINAS

22/ Futurmat Sensius Gold: todo lo que un barista necesita al alcance de su display táctil

26/ Breasy: la posibilidad de interactuar con la máquina de vending sin tocarla

31/ Nayax apunta al modelo unattended con la aceptación de los sistemas de pagos eftpos: American Express y JCB

35/ Aterriza desde Milán la nueva Rancilio Silvia Pro

ASOCIACIONES

36/ La Asociación Catalana de Vending agradece la generosidad de sus socios del sector del vending

Hostel Vending • nº120 julio - agosto

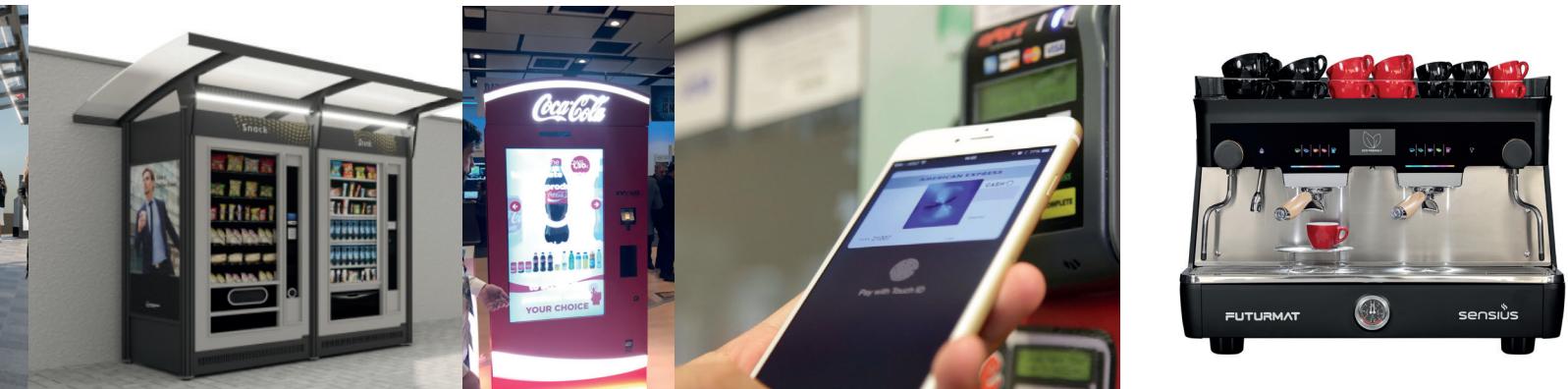
SUMARIO 120



@hostelvending

f /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

ARTÍCULOS

- 14/** La Seguridad del vending da un salto cualitativo: Alai Secure lanza M-Key Vendng, su nuevo sistema de autenticación y apertura remota
- 28/** Revolucionando el mundo del comercio con el modelo unattended: la tienda súper automática de AEV
- 54/** Posibles escenarios de futuro: centrarse en el cliente mediante aplicaciones tecnológicas

NOTICIAS

- 50/** 2020, el año del cambio: TUC y Lavazza desarrollan la primera máquina de café para vehículos
- 62/** Vasos en vending: ¿reutilizables o de un solo uso?
- 66/** Comer saludable en menos de 10 minu-

tos, posible gracias a la distribución automática

FERIAS

- 70/** Euvend & Coffeena se traslada del 27 al 29 de octubre de 2022
- 71/** La próxima edición de HIP ya tiene fecha: 15 al 17 de febrero de 2021 vuelve a IFEMA



{V} Cold Brew: la tendencia millennial que se consolida en el mundo del café



En el panorama español, aunque con una progresión más paulativa, todo apunta a que su consolidación y popularidad podrían extenderse, no solo a las cafeterías y locales especializados, sino al mundo de la distribución automática y el vending.

El café de especialidad, y en concreto el Cold Brew, ha llegado a nuestro país para quedarse. Aunque en países como Reino Unido y Estados Unidos esta elaboración de café infusionado en frío hace años que ya es una tendencia, aquí, como su modo de producción, se está tomando su tiempo.

De hecho, la mayoría de las recetas para el Cold Brew actual señalan que la molienda de café debe extraerse en agua un mínimo de 24 horas (a temperatura ambiente o refrigerada), antes de servirla sobre hielo; una vez infusionado, se añadirá agua o leche.

Es importante que no confundamos esta bebida con el café helado, puesto que, aunque

el resultado puede resultar similar, este se prepara usando espresso caliente.

Pues bien, la reaparición de esta bebida, surgida en los 50 en las cafeterías de especialidad neoyorkinas para captar al público joven, como una de las elecciones favoritas de las nuevas generaciones es un hecho que la industria cafetera (tostadoras, tiendas, productoras) ha notado y no han tardado en incluir en su oferta.

Asimismo, en otros territorios como el norteamericano o el inglés, se ha consolidado de tal forma que incluso los consumidores pueden encontrarla embotellada en los supermercados.

Este crecimiento se confirma con los datos del estudio realizado por Grand View Research, empresa de investigación de mercados, que señala que el volumen de este mercado podría alcanzar los 1,45 mil millones de euros para 2025.

De tal modo, esta realidad está empezando

a tener su eco en el mercado español, hasta ahora conservador, en el que "la innovación traspasada a la taza, se limitaba a poco más de la materia prima y en contadas ocasiones a las formas de elaboración", tal y como señalan desde el Fórum Cultural del Café.

El peso del atractivo millennial y la necesidad de llegar a los nuevos bebedores de café está provocando una reconversión de la industria en España.

Y para ayudar a expandir esta tendencia -aunque más que tendencia, estamos hablando de una bebida consolidada-, el vending podría ser el mejor aliado.

Con todo, la distribución automática y su concepto de café on the go se alza como uno de los canales más efectivos para cultivar el grano café de especialidad en España.

EL CAFÉ DE LOS MILLENIALS Y LA GENERACIÓN Z: LA OPORTUNIDAD DE AUMENTAR EL VOLUMEN DE VENTAS

Así es, el papel que juegan los consumidores más jóvenes a la hora de determinar la proyección del café helado en nuestro país es crucial.

Los millennials y la generación Z, los nuevos aficionados al café, son compradores inteligentes que, precisamente, se aburren si no se les ofrece algo diferente.

Y es que el primer punto que hay que tener en cuenta para empezar a configurar el café que le gusta, es la variedad y la innovación: son más curiosos y les gusta experimentar y probar otros sabores.

Para ellos, el café es más que una simple taza, es una experiencia de la que extraen diferentes notas; y en ese sentido, el Cold Brew tiene mucho que ofrecer.

Esta bebida especializada se suele asociar con un sabor suave y dulce, menos "amargo" que el café caliente; pero también a una con-

cepción más saludable y sostenible, las premisas más perseguidas por las nuevas generaciones.

En este contexto, el presidente de la SCAE ya hablaba en su momento de "nomenclaturas", es decir, toda una amalgama de etiquetas que han surgido en torno al café y que versan sobre los métodos de preparación y de productos, pero más allá de los "Cold Brew", "Black White" o "Latte", es necesario entender que conseguir una calidad superior solo es posible teniendo en cuenta el origen del café.

Teniendo esto presente, la evolución de la bebida estará marcada por la capacidad que tengan las empresas especializadas en café, desde productores hasta operadores, de implementarla en sus máquinas de vending; fomentando así el consumo on the go, que por otra parte será el que marque el ritmo tras un país marcado por la pandemia del COVID-19.

La comunicación y el marketing promocional de las compañías también serán decisivas para convertir el "mito" del Cold Brew en "realidad".





El sector del café: claro ganador durante el Covid-19

Pese a la embestida de la pandemia, los caficultores latinoamericanos, los mayores productores a nivel internacional, pudieron mantener los precios durante la crisis debido al aumento del consumo de esta bebida. Así lo atestiguan empresas como Nestlé, quienes han obtenido un incremento de sus ventas.

Crisis del calibre de la generada por el coronavirus no ha dejado indiferente a ningún mercado. Multitud de empresas y sectores se han visto golpeados duramente; hablamos de pérdidas del 80% de la facturación, y en los peores casos, de cierres. Pero como en todo, hay casos en los que esta situación no solo se supera, sino que refuerza un negocio. De cualquier crisis surge una oportunidad, y lo podemos ver en el sector cafetero.

En Latinoamérica, el mayor país productor, pese a la dificultad de la recolección por falta de mano de obra, el aumento del consumo de café en casa ha mejorado los precios de la materia prima. De hecho, el presidente del Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé), Nelson Carvalhaes, declaró a Efe que la industria se encuentra en un momento positivo “debido a la reducción de los inventarios en el mercado mundial y al aumento del consumo en el hogar”. Más aún, estiman que durante los meses venideros, se mantendrá un ritmo

positivo de exportaciones.

Así es, si hay un producto que no ha dejado de consumirse, ese es el café; ha acompañado a los ciudadanos en los peores momentos y ha supuesto un momento reconfortante para aquellos trabajadores que tuvieron que enfrentarse al virus en primera línea.

Eso nos lleva al servicio que ha ofrecido durante todos estos meses el vending y la distribución automática a sectores como el sanitario, las fuerzas de seguridad o a muchas industrias de bienes de primera necesidad. Las máquinas de café llegaban a todos los rincones para dar apoyo a esos trabajadores que se dejaban la piel para vencer al virus que azotaba al mundo entero.

Trasladándonos a casos concretos, destaca la gigante de la alimentación, referente también en vending, Nestlé. Y es que, durante el confinamiento, la provisión de productos como Nespresso, Nescafé y alimentos precocinados listos para comer, han originado que el gigante de la restauración, referente en vending, logre un aumento del 4,3% en las ventas y cerrar uno de los mejores trimestres de la compañía.

Sin lugar a dudas, el café siempre ha sido un compañero en momentos de crisis. Muchos productos han podido sufrir un “freno” en su consumo, pero no ha sido el caso de esta bebida. Y declaraciones como las de Roberto Vélez,

gerente general de la Federación Nacional de Cafeteros colombiana (FNC), corroboran esta afirmación: “la cosecha cafetera pasará de 7,2 billones de pesos (lo que equivale a unos 1.600 millones de euros) de 2019 a más de 9 billones en 2020 (1.900 millones de euros aproximadamente), casi un 30% más de los ingresos”.



CAFÉ ON THE GO: VOLVERÁ CON MÁS FUERZA

Si bien es cierto que el consumo en el hogar ha sido el más destacado durante estos meses -ligado directamente al confinamiento y las medidas preventivas-, el café para llevar será uno de los grandes aliados en la nueva normalidad.

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, una tendencia que ya venía pisando fuerte.

¿Un café molido con probióticos a base de champiñones?



La empresa norteamericana Four Sigmatic ha lanzado un café ecológico mezclando la molienda con champiñones y probióticos, lo que facilita la digestión de la bebida.

Sí, has leído bien: un café con champiñones. La bebida promete el sabor tradicional pero con los beneficios de este hongo, de los probióticos y prebióticos.

Y es que ante una sociedad cada vez más concienciada sobre la nutrición y la salud, este tipo de producto puede tener buena acogida por parte de los consumidores.

La innovación la trae Four Sigmatic, productora de café de Los Ángeles, inspirados en la búsqueda de una digestión más fácil por parte de los clientes: amantes del café pero con problemas digestivos que les afectan en tolerar esta bebida tan afamada.

Y para obtener este café, de comercio justo y orgánico, se emplea la variedad arábica 100%, proveniente de Guatemala. Durante la molienda, se añaden los champiñones Tukey Tail y Chag, así como probióticos resistentes al calor, combinados para proporcionar una bebida más digestiva.

Así, la cepa prebioótica Bacillus, la empleada en el proceso, persiste a través del ácido estomacal, lo que la convierte en un probiótico ideal de larga duración para soportar cualquier rutina matutina.

“Más del 62% de los estadounidenses consumen café, por lo que siempre nos esforzamos por ofrecer opciones mejores para ellos desde nuestra compañía”, añadía Tero Isokauppila, fundador y CEO de Four Sigmatic

Este nuevo producto, que abre un nuevo abanico de posibilidades, se une a la línea existente de cafés de la productora, que incluye café instantáneo y molido con champiñones con Lion's Mane, así como café, también en ambos formatos, adaptogénico; disponibles en 55 países y distribuidos tanto en tiendas de E.E.U.U. como en plataformas online.



Una app móvil para vender **café** en una nueva normalidad marcada por el distanciamiento



La aplicación se llama COFE (Coffee Ordering Fast and Efficient) y permite mantener la facturación de las ventas a través de diversos modos de entrega; ayudando a la industria a sobrevivir durante la nueva normalidad.

Muchas son las estimaciones sobre cuándo volveremos a la normalidad. Lo que parece estar claro es que las medidas preventivas (si bien suavizadas) se alargarán hasta finales de este año. Y la tendencia del distanciamiento se alargarán a lo largo de esta nueva normalidad. A esto se suma la desconfianza que muchos consumidores sienten aún con la idea de acudir a restaurantes y cafeterías debido a la mella que ha hecho el Covid-19.

Ya lo decíamos en Hostelvending, la solución no es otra que apostar por la tecnología, concretamente, por las aplicaciones móviles. Tanto las industrias de la distribución automática, el vending y la restauración -en esencia, las dedicadas a la alimentación- deben apoyarse en las facilidades que las apps ofrecen.

Entre estas ideas, encontramos la aplicación COFE, que por su diseño, permite a los

amantes del café a obtener su bebida favorita con la sencillez de pulsar la pantalla táctil de su móvil.

Para que las empresas puedan fidelizar a sus clientes, la aplicación brinda un servicio de suscripción para que su cliente pueda recibir su café preferido de forma regular.

Como era de esperar, la herramienta ofrece a los usuarios la posibilidad de pagar sin contacto; haciendo toda la transacción a través de la app. Bastará con seleccionar, pedir y pagar.

De cara a las empresas, si bien está pensada para apoyar a las cafeterías y coffeshops, es una solución que puede aplicarse a empresas de vending que se dediquen al mundo del café, desde los productores hasta los operadores, pueden hacer llegar el café de sus máquinas a cualquier usuario.

Respecto a las formas de envío, destaca el formato Pick & Go, con el que previamente se pide el café a través de la app para recogerlo y pagarlo en la cafetería. También brinda la posibilidad de hacer la entrega en el coche del consumidor, como el servicio "auto" que podríamos encontrar en muchas cadenas de comida.

Adicionalmente, incluyen métodos más convencionales como el envío a domicilio; pero también a zonas más concretas como habitaciones de hospitales, oficinas, aulas e incluso hacen entregas en barcos.

COFE App funciona igualmente a modo de tienda, permitiendo a las cafeterías vender granos, solubles, accesorios, mercancía y máquinas de café.



“Tus cápsulas en casa”, la nueva web de After Vending que ofrece toda una variedad de café



Se trata de una tienda online a través de la que ofrecen las marcas de café más destacadas del mercado y en distintos formatos, para responder a todas las demandas. Así, en la web se puede encontrar desde cápsulas compatibles, café en grano o molido, hasta los propios vasos con diferentes estampados.

Para hacer más llevadera esta nueva normalidad, desde After Vending, especializada en comercializar productos para operadores de vending, se han embarcado en un nuevo proyecto con el que brindan el café de las productoras más relevantes a nivel internacional a los consumidores, para poder disfrutar de su bebida favorita en casa, de camino a ella o en la oficina.

Así es, la situación de confinamiento ha dado paso nuevos hábitos de consumo que pasan por lo digital. Se ha disparado el modelo online, el delivery y todo tipo de automatización en la compra.

Según un estudio realizado por AECOC, un 20% de las personas que no había utilizado nunca el canal online antes de la epidemia han comenzado a emplearlo.

De esas nuevas necesidades surge el proyecto “Tus cápsulas en casa”, con el que pretenden adaptarse a las nuevas formas de

negocio, que se han terminado de consolidar con la situación provocada por el más que conocido Covid-19.

Se trata de una tienda online dedicada a la venta de café en sus distintas variedades y complementos, dirigida tanto a particulares como a pequeñas empresas.

Café en grano, molido, cápsulas compatibles y MPS, solubles, vasos de papel, azúcar y paletinas, sacarina, tapas para vasos, incluso máquinas de café, ya están disponibles en la web.





Necta is #hereforyou: brinda apoyo a los operadores para renovar sus negocios

Para facilitar el comienzo de la nueva normalidad y la reactivación de la actividad, Necta is #here for you: ofrece sus soluciones de máquinas totalmente automatizadas, Kalea Plus y Krea Touch. Y ante la necesidad de garantizar tanto al operador como al consumidor final las mayores condiciones higiénico-sanitarias, la compañía pone a disposición de sus clientes toda su desarrollo tecnológico.

Somos conscientes de que la sociedad ha vivido uno de los peores momentos de la historia actual; la propagación del Covid-19 ha provocado roturas y grandes pérdidas en todos los mercados. Así, el comienzo de un largo y gradual regreso a la normalidad también pasa por la reapertura estratégica de la mayoría de las actividades comerciales.

Uno de los grandes afectados ha sido el sector Horeca, que ha sufrido todo tipo de restricciones que han mermado sus ingresos. De igual forma, la distribución automática y el vending también ha experimentado grandes pérdidas que se traducen en más del 80% de su actividad. Por ello, es hora de empezar a dar el siguiente paso: renovación y reconfiguración del modelo de negocio para dar respuestas a las nuevas demandas y necesidades post-Covid-19.

Y para comenzar este nuevo capítulo, Necta

está preparada para aportar su grano de arena: *"Seguimos a tu lado, y siempre lo estuvimos: en los días más difíciles e importantes de sus vidas. Estábamos entre los escritorios de la universidad, en noches de insomnio antes de un examen. Estuvimos allí la mañana del primer día de trabajo. Estábamos en cada almuerzo apresurado. Estábamos en los pasillos del hospital mientras esperabas la llamada de la matrona.. Y no vamos a dejarte solo, incluso ahora, en este momento de mayor dificultad. Todo parecerá diferente, pero nuestra rutina diaria no dudará en volver: y después, será un placer redescubrirlo, tal vez con una buena taza de café que, después de todo, será la forma más amarga de endulzarlo. We #careforyou - Nosotros #cuidamosdeti"*, expresan con un halo de positivismo para sus clientes.

En todas esas situaciones, el punto de unión es el mismo: una oferta de máquinas profesionales que responden a las diferentes demandas a través del empleo de la tecnología más Vanguardista. Para esta ocasión, Necta apuesta por Kalea Plus y Krea Touch, dos de sus máquinas totalmente automáticas.

Y es que el sector se enfrenta a un momento en el que las condiciones higiénico-sanitarias se alzan como los factores clave en este nuevo servicio al consumidor. Por ello, Evoca

Group, referente en la fabricación de máquinas a nivel mundial, pone a disposición de los operadores de vending su tecnología, con la que garantizan el respeto de las normas de seguridad vigentes.

Y para conocer más a fondo estos modelos y poder implementarlos en los diferentes nichos de mercado, Necta ofrece en su web más especificaciones de ambos modelos, tanto de la Kalea Plus como de la Krea Touch.

De acuerdo a las normas EN 16889 de higiene y alimentación, así como los estrictos protocolos NSF, las máquinas se diseñan con el propósito de crear productos atractivos y elegantes, pero sin renunciar a la funcionalidad. En ese sentido, los modelos incluyen el ciclo automatizado de envasado mediante la solución Bean-To-Cup, que evita cualquier interacción humana -el canal de propagación más fuerte- y garantiza, en tanto, la mayor higiene.

Otra característica que las hacen óptimas es la inclusión de ciclos de enjuague automáticos con agua caliente (90 ° C), tanto de los circuitos de leche como los de café después de cada erogación. Hablando de higiene, también presenta un proceso muy sencillo de limpieza respecto a la superficie de las máquinas.

Ñaming, el primer elaborador de sándwiches en certificarse en Prevención del COVID-19



CON ESTE SELLO DE ACERTA, CERTIFICADORA INDEPENDIENTE ESPECIALISTA EN EL SECTOR ALIMENTARIO, ÑAMING SE ESTABLECE COMO LA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE SÁNDWICHES PIONERA EN HACERSE CON ESTE TIPO DE CERTIFICACIONES. ASÍ, ACREDITA QUE EL GRUPO OFRECE LAS MÁXIMAS GARANTÍAS DE SEGURIDAD FRENTE AL CORONAVIRUS EN LA ELABORACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE SUS PRODUCTOS.

Seguridad, una palabra que ha cobrado más fuerza en cualquier parte del mundo a lo largo de estos meses. La importancia de salvaguardar la salud de los ciudadanos ha pasado a ser la meta principal de cualquier empresa.

En la industria del 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.

Dicha premisa siempre ha estado presente en compañías como Ñaming, una de las grandes del sector de la distribución automática.

Y, en su compromiso por garantizar la seguridad y salud de sus trabajadores, proveedores, clientes y usuarios finales, desde que estableció el estado de alarma en marzo, implementó una serie de medidas para proteger a sus profesionales frente a la pandemia.

Una labor que se ha visto recompensada a través de la consecución del Certificado COVID-19 Prevention/ Food, que asevera el protocolo de prevención llevado a cabo por la compañía en base a las directrices y recomendaciones promovidas por la OMS, la Comisión Europea y el Ministerio de Sanidad de España, entre otras autoridades.

En ese sentido, el sello impulsa la confianza entre todos los colectivos, y supone un paso más hacia la recuperación económica y social

tras los efectos de la crisis sanitaria.

“Dar confianza en estos momentos de incertidumbre en los que nos enmarcamos es fundamental para todas las empresas y la certificación nos ayuda en este objetivo”, señalan desde Ñaming.

MEDIDAS ADOPTADAS: GALARDONADAS CON EL CERTIFICADO

Las medidas implementadas pasan por el control de temperatura a los trabajadores en el acceso a la planta; la desinfección de las zonas de elaboración y almacenamiento mediante nebulización; la separación en zonas comunes, puestos de trabajo en planta y oficinas; nuevos protocolos de limpieza y desinfección tanto de las zonas de elaboración como en la de almacenamiento.

Igualmente, también se han llevado a cabo cambios organizativos de control de cara a las visitas y los servicios externos no esenciales, así como del personal interno para aumentar la separación física mínima de las personas en todo tipo de localizaciones.

Para ello, la empresa estableció además la escalada de turnos de trabajo, la distribución de mascarillas homologadas y un acceso continuo a los geles hidroalcohólicos de desinfección de manos en cualquier punto del local.

“Para garantizar nuestras entregas, en nuestra red de distribución propia, se ha proce-

dido a formar de manera continua en la prevención, siendo de uso obligatorio las mascarillas, guantes y la higiene continua con geles hidroalcohólicos. Y en el caso de la distribución subcontratada, se ha procedido a verificar la puesta en marcha de medidas de prevención”, explican.

COMPAÑÍA CERTIFICADA

Una sello que se une a toda una trayectoria de certificaciones, puesto que Ñaming cuenta con la ISO 9001 y 14001, en materia de calidad y gestión medioambiental respectivamente. La empresa, una de las líderes en España en la elaboración de sándwiches y Casual Food, cuenta con más de 30 años de experiencia en el mercado, y trabajan diariamente en su obrador de emparedados, ubicado en Zaragoza, para poner al alcance de los consumidores los productos más frescos monoración listos para comer.

Este tipo de certificaciones en una empresa que se dedica a la industria alimentaria de cara a la distribución automática, otorga un valor añadido al vending, y reafirma sus altos estándares de calidad en cuanto a toda la cadena de producción que lleva a cabo para que el consumidor final pueda hacerse con su sándwich favorito de la máquina expendedora, y disfrutarlo con la certeza de la calidad y el control que ha seguido.

La Seguridad del vending da un salto cualitativo: Alai Secure lanza M-Key Vending, su nuevo sistema de autenticación y apertura remota

Alai Secure, presenta M-Key Vending, el nuevo sistema de autenticación y apertura remota a través del móvil especialmente diseñado para operadores de vending.

Un sistema inteligente que permite a los equipos del operador, por un lado, poder validarse y abrir con el móvil, evitando los problemas que conlleva la gestión de llaves físicas, y por otro, tener control en tiempo real de cuándo y por quién se ha abierto el terminal pudiendo, además, llevar un control exhaustivo del cumplimiento de las rutas de reparto.

M-Key Vending está integrado con los principales fabricantes de cerraduras inteligentes, lo que le permite atender cualquier escenario de servicio. Sin embargo, la principal ventaja de M-Key, reside en que puede integrarse con el sistema de apertura actual del terminal vending -con el mismo nivel de seguridad físico-, sin necesidad de cambiar las cerraduras, y, lo más importante, sin tener que asumir grandes inversiones; permitiendo, a su vez, la cohabitación de sistemas entre la llave física y la llave virtual.

SEGURIDAD, ELEMENTO FUNDAMENTAL EN CUALQUIER SOLUCIÓN DE VENDING

Por otra parte, si tenemos en cuenta las actuales demandas a la hora de ofrecer un servicio en vending, comprobamos que la seguridad es la motivación principal de cualquier empresa. Seguridad, una palabra que resuena cada vez más en cualquier ámbito de nuestras vidas.

Y, a pesar de que en vending siempre ha sido una de sus premisas, reforzar esta característica es crucial en los tiempos que corren.

En ese sentido, desde Alai, aseguran que, precisamente, la principal ventaja de M-Key frente a otras soluciones es la seguridad. Mediante un diseño pensado por y para esta máxima, se convierte en la pieza clave de todo el servicio.

Es fundamental garantizar la seguridad en las comunicaciones frente a usos fraudulentos o ataques externos malintencionados; tanto en la gestión de permisos, desde la central del Operador Vending, como en la misma apertura, por parte del personal desplazado: reponedo-



Integración total con la cerradura de cualquier máquina vending

res, técnicos de mantenimiento, comercial...

Para hacer esto posible, M-Key Vending está diseñado basándose en el protocolo de Seguridad Telco GSM de doble validación, una tecnología probada, segura y testada diariamente por más de 6.000 millones de dispositivos en todo el mundo.

De esta forma, la solución permite al Operador Vending gestionar, de forma segura, todos los accesos a través de su Centro Autorizador Seguro y poder crear diversos tipos de llaves con diferentes tipos de permisos en función de sus necesidades:

Así, encontramos, por un lado, llaves para reponedores, que permiten el acceso a un número de terminado de máquinas vending dentro de un horario fijado por el operador; por otro, llaves temporales, utilizadas para cubrir

de forma temporal la baja de un empleado.

Otra opción se halla en las llaves maestras, que posibilitan abrir todo el parque de terminales sin restricciones de horarios; pensada para que los equipos de soporte técnico puedan atender cualquier incidencia, sin limitaciones físicas y horarias.

En último lugar, la solución de Alai Secure hace posible que, en caso de una inspección, y no estar presentes para poder abrir el terminal, se pueda enviar una llave virtual al móvil de la persona encargada de la inspección de la máquina de vending.

Una solución que llega como agua de mayo para segmentos como las máquinas expendedoras de tabaco, donde los dueños de los negocios han sufrido numerosas trabas y multas por no poder acceder al interior de la máquina en el tiempo requerido. Así, el operador o dueño del negocio, no tendrá problema para cumplir los tiempos de apertura marcados

CENTRO AUTORIZADOR

La solución permite al Operador Vending gestionar, de forma segura, todos los accesos a través de su Centro Autorizador Seguro y poder crear diversos tipos de llaves.

LLAVE VIRTUAL

Hace posible que, en caso de una inspección, y no estar presentes para poder abrir el terminal, se pueda enviar una llave virtual al móvil de la persona encargada de la inspección de la máquina.

por la regulación -reduciendo así riesgos de sanción por demora-.

TRAZABILIDAD, CONTROL TOTAL DEL NEGOCIO DE VENDING

Otro elemento fundamental en cualquier solución para vending que se preste, es la trazabilidad:

El sistema M-Key permite generar informes en tiempo real y disponer de una trazabilidad completamente detallada con todos los registros de cuándo y por quién se ha abierto el terminal, de cara a poder justificar cualquier intervención de terceros.

Asimismo, cuenta con un sistema de alertas, que permite detectar intentos de apertura -fuera de permiso- por parte del mismo personal del Operador Vending, y un sistema de avisos, que informa cada vez que se abre un terminal, y que permite: conocer el cumplimiento de una ruta, confirmar la presencia de los reposadores en todas las ubicaciones marcadas, y poder medir los tiempos medios de reposición de todas las rutas para reorganizarlas a futuro.

M-KeySecure

www.mkeysecure.com

Apertura de la máquina vending sin necesidad de cobertura en el móvil

Lavazza adquiere Fulfill, de Compass Group, para aumentar la calidad de su servicio

Con este movimiento, la tostadora, referente en el mundo del vending y la distribución automática, refuerza su compromiso de mejorar no solo sus productos, sino sus servicios de cara al cliente.

Desde Lavazza siempre han tenido claras dos cosas: ofrecer un café de calidad, y brindar apoyo a sus clientes. Ya nos lo comentaba el director General en Expressa Coffee & Water y Lavazza, Alberto Cipelli: tras un momento de máxima dificultad, la compañía está poniendo a disposición de sus partners -que así llaman ellos a sus clientes- varias soluciones para afrontar esta situación sin precedentes en la historia del sector.

Ahora, este espíritu de compromiso con los operadores y clientes en general, se ve reforzado con la unión de Fullfill, una de las empresas más destacadas en Reino Unido del sector del vending perteneciente a Compass Group, a

Lavazza. Con esta adquisición, la división ha pasado a llamarse Lavazza Professional Operating Services.

Desde la productora no han tardado en darle la bienvenida al grupo: "Estamos muy contentos de dar la bienvenida a Fulfill, un proveedor de servicios bien establecido, de buena reputación y líder en el mercado, a la familia Lavazza -expresó Ashley Weller, director de Mercado del Reino Unido en Lavazza Professional-. Representa un gran avance en el servicio para nuestro negocio, ampliando el alcance de Lavazza Professional al permitirnos ofrecer una solución de 'ventanilla única' para máquinas, bebidas, aperitivos y servicios".

Para lograr esta adquisición, dirigida por el director de Eficacia Empresarial de Lavazza Professional, Ken MacIsaac, se ha llevado a cabo un planning meticoloso por parte de ambas compañías, con el objetivo de llevar el

servicio al cliente al siguiente nivel.



Las máquinas de EPI's de VenDis 360° llegan a las estaciones de AVE



Los equipos de VenDis 360°, referente en el sector de la distribución automática, han sido homologados para la dispensación de EPI's sanitarias. Por el momento, darán servicio en dos estaciones de alta velocidad andaluzas, en concreto, en la estación de ave de Santa justa (Sevilla) y en estación de ave de Córdoba.

A lo largo de estos meses hemos comprobado la efectividad del vending como punto de venta de los EPIs, una de las mayores demandas actuales. Las máquinas expendedoras de equipos de protección individual copan todo tipo de entornos, desde centros sanitarios, calles, centros comerciales, aeropuertos y un largo etcétera.

Ahora esta solución se extiende a las estaciones de alta velocidad (AVE), donde se están empezando a instalar las primeras automáticas. IBERPHARMA será la empresa operadora encargada de ofrecer este servicio a través de máquinas expendedoras especializadas en EPI's Sanitarias.

Dos de los puntos elegidos son en Andalucía: la estación de AVE de Santa Justa (Sevilla) y la estación de AVE de Córdoba, que han sido instalados los equipos de VenDis360° para esa dispensación de mascarillas e hidrogeles, además de productos de parafarmacia.

Dichos puntos de venta digitalizados no asistidos han sido posibles gracias a "TecMaDigital Shopping Corner", del grupo UNMAMMED. Con todo, el propósito es facilitar la disponibilidad de estos elementos de protección que suponen un must en nuestro día a día -además de ser de uso obligatorio actualmente-.

Respecto a las máquinas de vending, en ellas podemos encontrar los productos estrella que no pueden faltar en nuestra rutina: el hidrogel de 100 ml de viaje para que el usuario pueda llevarlo consigo de manera cómoda -y usarlo en cualquier momento- y las mascarillas en packs de dos que son totalmente desinfectables.

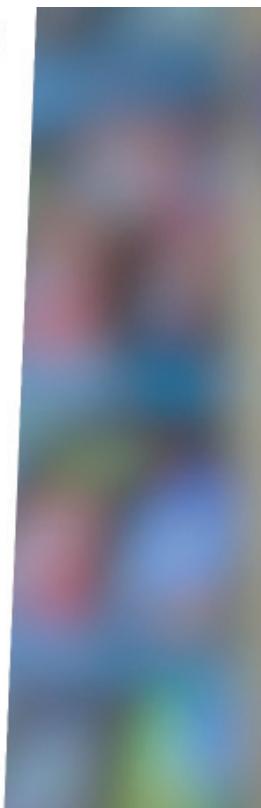
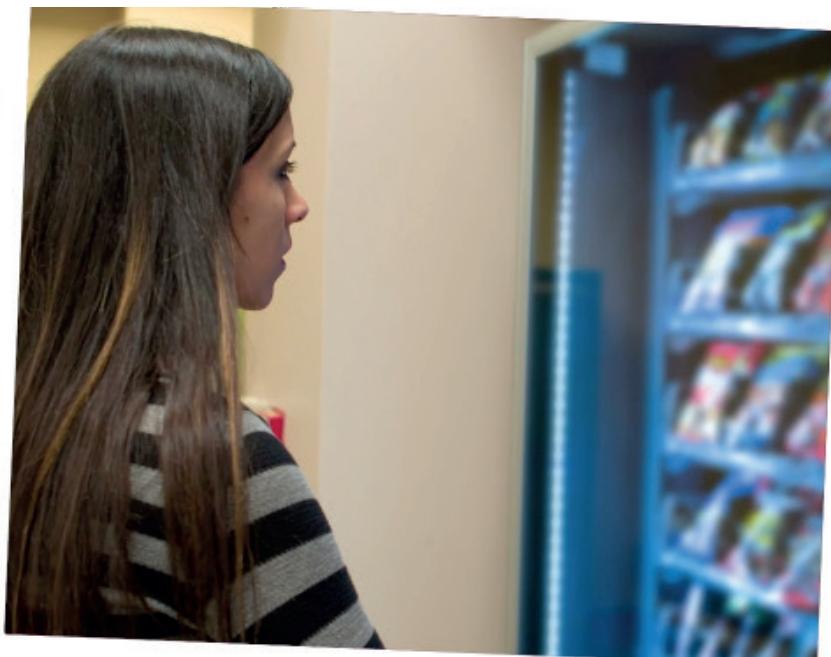
La auto-protección es una de las claves para continuar avanzando en la desescalada de las provincias, y acciones como está influyen en acelerar el proceso; al tiempo que los ciudadanos tienen a su alcance una solución eficaz y segura para conseguir mascarillas.

En ambas estaciones se han llevado a cabo medidas de seguridad acotando diversas zonas de la estación para garantizar la distancia de seguridad entre los usuarios que cada día frecuentan la zona. Sin lugar a dudas, el vending está siendo uno de los instrumentos más eficaces para abrazar esta nueva normalidad.



Dichos puntos de venta digitalizados no asistidos han sido posibles gracias a "TecMaDigital Shopping Corner", del grupo UNMAMMED. El propósito es facilitar la disponibilidad de estos elementos de protección que suponen un must en nuestro día a día.

Las historias detrás de una máquina de vending: Nestlé les da voz con su campaña #SiempreAbiertosParaTi



"Llenar otra vez la máquina con deliciosos snacks"

Nestlé, especializada en la industria de alimentación, lanza una nueva campaña en apoyo al vending y la distribución automática. Como parte de la iniciativa #SiempreAbiertosParaTi, la compañía homenajea la labor de servicio del sector, y brinda su apoyo para que la reanudación de la actividad de las máquinas automáticas se produzca lo más rápido y eficaz posible.

Ya vemos la luz al final del túnel: tras meses de bloqueo, medidas restrictivas, confinamiento y un sin fin de trabas para la actividad de los diferentes mercados, la nueva normalidad va abriéndose paso; y con ella, las empresas retoman su actividad para volver a estar presentes en el día a día.

En el caso del vending, no ha dejado de ofrecer su servicio, esencial y público para la sociedad; pero es ahora cuando realmente, con el fin de la desescalada, volverá a gozar de la libertad para ofrecer su canal y sus productos, y aumentar así la facturación -necesaria tras

meses de pérdidas-. No obstante, no será nada fácil, requiere de ayudas, tiempo y reconfiguraciones para adaptarse a esta realidad.

La distribución automática siempre ha estado presente en nuestro día a día; detrás de cada máquina de vending que vuelve a conectarse hay miles de historias: de los que trabajan para hacerlo posible y de sus clientes. Y por ello, se merece el apoyo de todos los que operan en el sector, incluso de los propios consumidores.

Desde Nestlé Professional, conocedores de la situación, han decidido aportar su grano de arena para que cada una de esas historias esté llena de ilusión.

Bajo el título #SiempreAbiertosParaTi -iniciativa que se extiende hasta el canal Horeca-, el grupo da voz a casos concretos de personas que trabajan diariamente para que el cliente final pueda reunirse en esa expendedora, socializar y obtener un producto de calidad que le generará ese placer momentáneo tan necesario.



Las taquillas inteligentes se integran dentro del panorama laboral: el caso de éxito de Eureka Vending



Sus posibilidades de aplicación y su polivalencia las convierten en uno de los modelos de negocio más atractivos actualmente. Y para comprobar su potencial, hacemos un recorrido de la mano de Eureka Vending por sus taquillas inteligentes y el éxito que han causado en las localizaciones que ya cuentan con sus servicios.

Las taquillas inteligentes llegaron para quedar. Muchos son los clientes y usuarios que las asocian con una forma de entrega rápida, eficaz y segura. Seguridad, una palabra que resuena con más fuerza si cabe en estos meses de alarma social provocada por el Covid-19.

La necesidad de contar con puntos de recolección automáticos es cada vez más creciente, porque evita el contacto, y por tanto, reduce las probabilidades de contagio. En sintonía con esta idea, serían ideales para ubicarlas en comunidades de vecinos: imagina que cada barrio o edificio contase con sus propias taqui-

llas; los vecinos podrían disfrutar de sus compras con el mínimo esfuerzo, pero con la mayor de las seguridades.

Sin embargo, sus aplicaciones van mucho más allá y pueden llegar a todos los sectores. No solo al consumidor final; las propias empresas han comenzado a descubrir en esta solución un aliado para la distribución y el control del material que utilizan sus empleados.

En Hostelvending ya hemos enumerado en distintas ocasiones las ventajas de este modelo y sus posibilidades. Un potencial que desde Eureka Vending, que empezó su andadura hace casi dos décadas en las máquinas de vending, han sabido ver desde el principio; un hecho que les está enmarcando como una de las empresas más destacadas en el segmento, que cuenta cada vez con más adeptos.

Las taquillas de la compañía de Mieres permiten, a través de distintos filtros, un avanzado control sobre la gestión de los EPIs, las herramientas y su trazabilidad; contando con un importante ahorro en la productividad. ¿Y cómo

lo consiguen? De la forma más sencilla: identifican al usuario que recoge o deposita los materiales de diversas maneras, ya sea mediante la tarjeta de la empresa, la huella dactilar o un pin.

Con este sistema es posible asignar intervalos de tiempo para la retirada de un producto por parte del personal, lo que asegura que no se agote el stock. Asimismo, la entrega y devolución del material queda registrado mediante RFID (Identificación por Radiofrecuencia), gracias al cual el cliente conoce en todo momento qué usuario lo retiró y quién lo devolvió y a qué hora.

Volviendo al panorama que nos rodea a día de hoy, existe la demanda de una mayor automatización y autoservicio en los puntos más calientes del coronavirus, los hospitales. Eureka Vending ha decidido llevar su tecnología a los centros sanitarios para que puedan apoyarse en este servicio tan efectivo.



TAQUILLAS EN HOSPITAL DE CABUEÑES QUE EXPEDEN ZUECOS E INDUMENTARIA:

Aprovechando las posibilidades de esta solución, la zona de acceso a los quirófanos del Hospital de Cabueñes ha llevado a cabo la implantación del sistema de Eureka Vending para equipar al personal del área quirúrgica.

Así, se dotará con máquinas expendedoras de zuecos de uso diario y de pijamas (ahora fabricados con un material alternativo al textil).

Persiguiendo la máxima de evitar a toda costa cualquier riesgo e infección, los profesionales sanitarios del Hospital gijonés se servirán de las taquillas inteligentes de la compañía.

Una solución que da servicio a más de un centenar de personas. En ese sentido, Eureka Vending, siguiendo las indicaciones del personal, ha creado una solución con capacidad para 48 pares de zuecos, que se distribuyen por colores dependiendo del número de pie de los usuarios. Así, las máquinas ofrecen zuecos e indumentaria sometidos a un sistema antibacteriano y de esterilización.

Esta implantación ha despertado ya el interés de otros centros sanitarios al comprobar la efectividad de la misma, porque permite tener un control al momento de servicio, lo que produce un ahorro de tiempo y dinero.

Y el método es muy simple: el trabajador se identifica con su tarjeta del hospital en el lector de la máquina.

TAQUILLAS INTELIGENTES EN HOSPITAL MEDINA DEL CAMPO: UNIDADES

El personal sanitario del Hospital Medina del Campo se suma a la incorporación de la tecno-

y avisan cuando una de las referencias ha llegado al máximo nivel de stock.

PRESENTES TAMBIÉN EN LA EMT DE MADRID

Como decíamos, el ahorro en tiempos y productividad, así como el control total de los recursos materiales y humanos, son ventajas de las que quieren aprovecharse otras empresas. Tal es el caso de la Empresa de Transportes de la Comunidad de Madrid (EMT), quienes ya cuentan con las máquinas inteligentes.

A través de la consecución de la licitación pública, la compañía de vending estará presente en 3 centros de la EMT, ofreciendo equipos de protección (EPI) para los trabajadores de la empresa de transportes.

LAS TAQUILLAS DE EUREKA LLEGAN A AIRBUS

La empresa de aeronáutica también se suma a la incorporación de este modelo, concretamente en su laboratorio establecido en Getafe.

En este caso, se trata de la implementación de las taquillas para herramientas que permiten controlar la trazabilidad; al tiempo que posibilita saber qué usuarios la usan y cuándo, que se identifican con un lector de huellas dactilares.

Cumpliendo el lema "renovarse o morir", Eureka ha sabido reinventarse. Del vending a las taquillas inteligentes: esa es la dirección que ha tomado la empresa de Mieres, que va cosechando éxito tras éxito.



Huhtamaki: ayuda constante durante el Coronavirus



El Grupo Huhtamaki ha anunciado una donación de medio millón de euros a la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (FICR), que están proporcionando ayuda durante la pandemia del COVID-19 a los más vulnerables.

La multinacional finlandesa, especialista global en packaging para alimentos y bebidas, referente en vending, celebra este año su centenario, y lo hace de la manera más solidaria. Y es que la erosión del virus en nuestra necesidad demanda iniciativas desde todos los sectores para poder vencer a una de las crisis más fuertes de los últimos tiempos.

En el caso del vending, desde que estallase la alerta, no hemos dejado de conocer ayudas y proyectos en favor a la sociedad, estableciéndose como uno de los canales que más han contribuido a lo largo del Coronavirus.

Así, Huhtamaki ha decidido volcar sus esfuerzos en vencer a uno de los males que más fuerte golpea al mundo. Aparte de la donación económica a organizaciones, desde su planta de fabricación de Nules (Castellón), ha colaborado aportando productos monouso a instituciones y organizaciones locales como la Consellería de Sanidad, Cruz Roja, Policía Nacional y Cáritas.

Esto se traduce en más de 650.000 envases para apoyar la lucha contra el coronavirus, incluyendo una edición especial de vasos de papel con mensajes esperanzadores y optimistas.

Por otra parte, la compañía está brindando su apoyo a clientes e instituciones con soluciones de packaging para el sector de hospitales, supermercados y restaurantes con servicios de comida y bebida para llevar, que entregan a diario sus productos en hogares de toda España y Europa, asegurando la máxima higiene y seguridad para el consumidor.

Además, Huhtamaki se adapta a las nuevas necesidades del entorno y ha empezado a fabricar y comercializar en toda Europa protectores faciales.

Ya lo vimos en Reino Unido, donde el grupo aportó sus máquinas de envasado de alta velocidad para la automatización de la producción de EPIs fabricados por Bloc Blinds; un hecho que multiplicó el volumen de la misma.

A juicio de José María Nebot, director General de Huhtamaki Spain: "Para nosotros, el año 2020 es un año especial y estamos convencidos de que juntos, podemos marcar la diferencia donde más se necesita".



“Que el elemento del **pago** esté integrado con **todos los servicios** que ofrece el hotel es fundamental”

LA TENDENCIA HACIA LA AUTOMATIZACIÓN, LA SENCILLEZ DE PROCESOS Y AUTOSERVICIO ES UNA REALIDAD QUE CADA VEZ ESTÁ MÁS PRESENTE EN LOS HOTELES. EN ESTE ASPECTO, LOS SISTEMAS DE PAGO Y SOFTWARE JUEGAN UN PAPEL MUY IMPORTANTE: HABLAMOS CON IGNACIO HIGUERAS, ACCOUNT EXECUTIVE & BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER EN WORLDLINE IBERIA PARA CONOCER EN PROFUNDIDAD QUÉ ESTÁ APORTANDO EL SEGMENTO DE LOS MEDIOS DE PAGO EN EL CANAL HORECA.

Encontramos en los hoteles todo un servicio de cafetería con máquinas automáticas de cápsulas y córniers específicos de café para llevar o servir en la barra del bar del hotel. ¿Cuáles son las últimas demandas de servicios de medios de pago en relación a esta tendencia?

Grandes Retailers o incluso grandes compañías del sector Oil&Gas están apostando por espacios para el consumo de comida y bebida en sus instalaciones ofreciendo nuevos servicios para sus clientes que mejoran el tiempo en tienda y el ratio de ventas. Dichos espacios tienden a ser desatendidos con quioscos self-checkout y terminales de pago que mejoren la experiencia de compra del cliente. Esta tendencia está muy ligada a los córniers de los hoteles donde el cliente puede servirse un café y pagarla en la misma máquina sin tener que relacionarse con un empleado del hotel para el pago. Esta acción del pago se puede convertir en un punto de fidelización o cross-selling con los clientes, cuando a través de nuestro terminal de pago Android (VALINA), puedes realizar una interacción con el cliente a través de aplicaciones de negocio para fidelizarle.

A nivel de aplicaciones móviles de comunicación y medios de pago, ¿creéis que, ante una situación de distanciamiento social, el teléfono móvil y las diferentes aplicaciones tendrán un lugar relevante en la hotelería?

Van a ocupar un lugar preferencial para la atención a los clientes, a partir de ahora indudablemente, se va a incrementar de manera

exponencial la interacción entre dispositivos móviles del cliente y el hosteler. A partir de aquí hay muchas aplicaciones digitales que dan respuesta a estas nuevas necesidades como la carta digital, la reserva a través a través de web o app, la realización del pedido en quioscos self-checkout o con dispositivos integrados en las mesas de los clientes donde puedan realizar sus pedidos, interactuar con los camareros o realizar el pago.

Para estos nuevos retos Worldline cuenta con terminales innovadores y soluciones que facilitan todas estas necesidades como: Quioscos Self-Checkout, para realizar pedidos en carta y realizar el pago en los mismos con tarjeta o móvil. También ofrecemos Remote ordering, para desplazar la toma de pedidos en barra a un sistema autoservicio mediante App o terminal de pago YUMI que disminuya la interacción con empleados y complementarlo con un servicio de recogida sin contacto.

¿Imagináis 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?

Por supuesto que lo visualizamos, desde Worldline, tenemos mucha experiencia en quioscos de Check-IN/OUT en diferentes cadenas hoteleras en Europa. En dichos quioscos, los clientes pueden recoger sus tarjetas para acceder a las habitaciones, pueden reservar horarios para el comedor o un servicio de bien-



estar en los hoteles.

¿Cuándo consideráis que una aplicación de medio de pago se ha de integrar de forma natural con la plataforma del hotel?

En cualquier negocio el elemento del pago es esencial para el Merchant y que esté integrado con todos los servicios que ofrece el hotel es fundamental. Además, pensando en la tecnología y digitalización del sector, es muy importante que el pago esté integrado con los diferentes servicios digitales del hotel para recoger toda la data, analizarla conjuntamente y poder sacar valor al dato con el objetivo de conseguir más retorno y aumentar las ventas.

Con una tendencia acelerada a la NO utilización de monedas y billetes, ¿cuál es la respuesta de Worldline?

Desde Worldline llevamos años apostando por una sociedad Europea dirigida hacia el “Cashless”. Para conseguir este fin estamos trabajando en diferentes foros internacionales con diferentes players del mercado de los pagos digitales. Recientemente hemos firmado una alianza europea de la industria de pagos digitales (EDPIA) con el objetivo de que Europa se convierta en un líder mundial en pagos digitales, lo que puede impulsar la realización del Mercado Único Digital.

Nuestra participación consistirá en colaborar en debates sobre políticas de la UE que afecten al sector de pagos de la UE y ayudando a acercar los pagos instantáneos, seguros y sin fricciones.



Futurmat Sensius Gold: todo lo que un barista necesita al alcance de su display táctil

La Futurmat Sensius Gold es la única máquina de café espresso profesional del mercado que dispone de un display táctil scroll (de 4,7"), con el que el barista puede de configurar y gestionar la máquina a través de avanzadas funcionalidades.

Tras un largo periodo de parón de la actividad provocado por la pandemia del Covid-19, los establecimientos de hostelería comienzan a reabrir sus puertas y retomar su actividad: ahora llega el siguiente paso, buscar las soluciones y medidas de higiene necesarias para ofrecer un servicio a la altura de las circunstancias.

Minimizar el contacto con las superficies y asegurar la máxima seguridad serán los ingredientes clave en esta nueva normalidad.

Así, en el mundo de las máquinas de café profesionales, encontramos nuevas soluciones y aplicaciones que persiguen el objetivo de proteger tanto al barista como a los clientes.

Para empresas como Quality Espresso, incluir la innovación a sus máquinas para obtener los mejores resultados ha sido siempre la meta principal; pero ahora toma incluso más importancia.

En ese sentido, su modelo Futurmat Sensius Gold, aplica dicha innovación para facilitar una máquina de café espresso profesional que, mediante un intuitivo display táctil LCD de 4,7" con scroll, permite configurar múltiples parámetros: temperatura de la caldera y la presión de la bomba, seleccionar el idioma, regular la ilumi-

nación de la máquina -tanto iluminación general como la destinada a la zona de trabajo-, definir los colores de los iconos y de la barra de progresión e incluso controlar la estabilidad térmica durante la erogación.

Todo ello, además de facilitar el trabajo del barista al poder guardar las configuraciones seleccionadas para cada máquina, limitando el contacto con la máquina, lo que reduce cualquier riesgo de contagio.

Con todo, las avanzadas funcionalidades del display, la pantalla de cristal líquido (o LCD), las dimensiones de 4,7" y el funcionamiento mediante scroll táctil, alzan a la Futurmat Sensius Gold como una de las opciones más destacadas del mercado.

MODELO EFICIENTE: LA IMPORTANCIA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

Como ocurre en otros modelos del grupo, la eficiencia y el ahorro energético son características básicas para la máquina; permitiendo seleccionar la función Eco Friendly mediante el display para alcanzar un mayor ahorro energético.

Por otra parte, el display de la Futurmat Sensius Gold mejora la gestión de los locales de hostelería, puesto que facilita el acceso a un servicio de ayuda que incluye distintos sopor-

tes en las funcionalidades del modelo.

Disponible en dos modelos: de 2 grupos y 3 grupos en color negro, su diseño trae consigo reminiscencias del vanguardismo italiano y el estilo minimalista tan extendido en Europa.

La máquina aúna los últimos avances tecnológicos, en los que el grupo ha estado trabajando durante este tiempo, con la solvencia y la robustez.

Todo ello, para ofrecer un espresso perfecto tras una presión controlada, así como una erogación regular y continua.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Por otra parte, la máquina también presenta 16 configuraciones de color para íconos y barra de progresión, reclado capacitivo, caldera con funda aislamiento, bandeja calientatazas eléctrica e iluminación de la zona de trabajo.

En suma, también destacar el dispensador de agua caliente con sistema cuarto de vuelta para infusiones programable en volumen y temperatura, lanza vapor Warm 2 touch con sistema Easy Latte; manteniendo siempre presente la facilidad para acceder a los componentes internos y el grifo para vaciado manual de la caldera.

Una vez más, Quality Espresso se reafirma como una de las empresas líderes en el mercado de las máquinas de café espresso profesionales, y ofrece una solución eficaz en un momento de urgencia.



El potencial del **canal online** en la Nueva Normalidad: **Apliven** estrena su **tienda virtual**

Apliven, distribuidor de productos y servicios para el sector del vending, lanza su nueva tienda online para llegar a las nuevas demandas que la pandemia del COVID-19 ha dejado tras de sí.

Lo hemos comentado en diferentes ocasiones: uno de los claros vencedores en esta batalla que ha provocado el virus ha sido el canal online.

Tal ha sido su implementación durante el estado de alarma y el post-coronavirus que se ha superado la media de crecimiento que la conseguida sumando los últimos cinco años.

Así es, la apuesta por el mundo digital y dinamizar las ventas online traerán consigo sus frutos, al tiempo que es uno de los grandes retos de nuestro país: la digitalización de las PYMES.

Por su parte, ya hay empresas que están volcando sus esfuerzos en hacer de esta ideas proyectos reales, sobre todo en el mundo de la distribución automática y el vending, donde la apuesta por la tecnología, el desarrollo y las innovaciones han sido siempre las metas principales.

Y lo vemos en casos como los de la distri-

buidora de vending, Apliven, quienes han decidido dar el salto al ámbito digital a través de su nueva tienda online.

Dirigida a los profesionales del sector, con ella, pretenden adaptarse a los nuevos hábitos y necesidades, así como facilitar el trabajo a sus clientes mediante una herramienta con la que poder realizar pedidos de manera inmediata y desde cualquier lugar.

Asimismo, ofrecen la opción de recibirlos en las propias instalaciones del cliente o ser recogidos en sus almacenes.

Con el propósito de aportar la mayor agilidad, comodidad y seguridad posibles, han trabajado para que la web sea intuitiva, fácil de navegar y con constantes actualizaciones.

Tanto es así que ya están pensando en ampliar progresivamente las categorías de productos y servicios, para que el cliente tenga al alcance de un clic todo el abanico de posibilidades.

En la creación de la web ha primado la simplificación a la hora de acceder a los diferentes

contenidos con pestañas más claras y la utilización de una mayor cantidad de fotografías para conseguir una imagen mucho más visual y atractiva.

Además, la nueva web dispone de diseño "responsive design"; es decir, que permite su correcta visualización en los distintos dispositivos de búsqueda: ordenadores, smartphones o tablets.

Con más de 20 años de experiencia en la industria del vending, Apliven se renueva con un nuevo canal de venta, haciendo posible que sus novedades estén visibles de forma casi inmediata y adaptada a una nueva normalidad donde prima el ámbito digital y la automatización.

En la creación de la web ha primado la simplificación a la hora de acceder a los diferentes contenidos con pestañas más claras y la utilización de una mayor cantidad de fotografías para conseguir una imagen mucho más visual y atractiva.

El siguiente nivel en la **seguridad** de las **máquinas de vending** con el modelo **SANÍ**, de **AEV**



Los modelos, desarrollados por MANEA y pioneros en la opción de auto-limpieza, a través de la incorporación de rayos UV-C, garantizan un uso seguro de los distribuidores automáticos por parte de los usuarios. Y para reducir el contacto al máximo, cuenta con un sistema patentado que permite una conexión Wi-Fi entre el distribuidor y el smartphone, sin necesidad de instalar ninguna app.

AEV vuelve a colocarse en la cabeza del mercado de la distribución automática con una nueva solución de vending que asegura la limpieza y desinfección continua de la máquina, gracias a la instalación de un sistema de rayos UV-C con el que se higieniza de forma automática; quedando las zonas de contacto totalmente esterilizadas.

De igual forma, la zona de caída de producto y puerta de la expendedora, desarrollada por MANEA, están dotadas de la misma tecnología.

Así es, la automatización, las máquinas y el servicio unattended marcan el ritmo de una nueva realidad en la que el consumidor quiere evitar a toda costa el contacto humano, permanecer tiempo en los establecimientos, pero con

el deseo de consumir fuera de casa.

PAGO CONTACTLESS, SIN NECESIDAD DE DESCARGAR UNA APP MÓVIL

Yendo un paso más allá, las empresas de vending quieren ofrecer un canal lo más seguro posible, por lo que la tendencia se dirige a un servicio contactless en el que ni siquiera el usuario ha de tocar la superficie de la máquina para obtener el producto en cuestión.

Ya lo confirman los estudios, los usuarios demandan opciones de pago sin contacto, bien sea a través de la tarjeta o, una tendencia que suma simpatizantes cada día, el uso del móvil para pagar.

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 crucial 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.

Es el caso del modelo SANÍ, brinda la posibilidad de comprar el producto sin necesidad de tocar la expendedora, gracias a un sistema patentado que permite una conexión Wi-Fi entre la máquina y el móvil de manera inmedia-

SISTEMA TOUCHLESS: EVITA EL CONTAGIO

Brinda la posibilidad de comprar el producto sin necesidad de tocar la expendedora, gracias a un sistema patentado que permite una conexión Wi-Fi entre la máquina y el móvil de manera inmediata.

ta. Respecto al sistema, es compatible con los modelos de distribuidores automáticos Manea con Touch-Screen y sin Touch-screen.

Sin embargo, el ADN de AEV cuenta con el gen de querer hallarse a la vanguardia de la tecnología, y ofrecer siempre un servicio pionero.

Una de las grandes novedades de la solución es que ni siquiera requiere la instalación de una APP, lo que reduce posibles pérdidas de ventas de usuarios que no tienen el tiempo o la posibilidad de descargar una aplicación: consumidores de paso que solo quieren comprar algo en una ocasión específica.

Por su parte, en el móvil aparecerá una pantalla donde se podrá introducir el numero de la selección, en relación con el producto que el usuario elija dentro del distribuidor automático, sin tener que instalar ningún programa o software, como decíamos. Y para aquellas zonas conformadas por un circuito de máquinas, será posible elegir al que el cliente quiera conectarse.

Gaggia Vetro, la máquina profesional que eleva la **seguridad** al máximo exponente



Al estar el 95% de la superficie de contacto fabricada en vidrio templado, se alza como la máquina de café espresso para uso profesional más segura del mercado.

Los diferentes sectores están volcando todos sus esfuerzos en garantizar la seguridad de sus clientes y consumidores finales: medidas de limpieza e higiene tanto en las máquinas (a nivel exterior e interior), protocolos de gestión para los empleados: desde los trabajadores dedicados a la producción; pasando por los técnicos encargados de abastecer la automática y, en definitiva, reforzar todo el engranaje que hace posible que el consumidor pueda disfrutar de su café favorito en cualquier parte.

Tal es el caso de Quality Espresso, que, dando un paso más allá en la búsqueda de la seguridad del usuario, ha utilizado vidrio templado en sus máquinas de café, que es uno de los materiales que mejor se comporta frente a los biofilms (colección de microrganismos bacterianos) y frente al Covid-19. Pionera en esta iniciativa, el grupo presenta Gaggia Vetro, la marca de referencia al usar este material en el 95% de la superficie de contacto con el consumidor.

¿CUÁLES SON LAS VENTAJAS?

Por un lado, ofrece la máxima higiene al permitir una limpieza más sencilla de la superficie después de cada uso; pudiendo utilizar cualquier producto habitual sin alterar sus características. En relación a la higiene, este material presenta una menor adherencia de la suciedad y agentes externos.

Otro de los rasgos del vidrio templado es su gran durabilidad y resistencia, puesto que no se deteriora por productos más o menos ácidos, necesarios para eliminar la cal del agua, por ejemplo.

A esto se suma una alta resistencia al calor y la facilidad de su mantenimiento.

Sabemos que el respeto al medio ambiente es uno de los temas que siguen ocupando un papel central en el sector. Lanzar productos que reduzcan la huella ecológica es una prioridad de cualquier empresa dedicada a la distribución automática (o a cualquier mercado).

En este caso, el uso del vidrio templado también contribuye a este compromiso, al ser un material 100% reciclable.

Por otra parte, la Gaggia Vetro cuenta con

botoneras capacitivas integradas en el propio vidrio, que, al tener una superficie completamente lisa -ni huecos ni juntas-, incrementa la seguridad del usuario frente a posibles contagios relacionados con la formación de biofilms. Dicha seguridad está avalada por la certificación de la NFS (National Sanitation Foundation) de Estados Unidos.

Si importante es el exterior de una máquina, no lo es menos su interior: la máquina de café profesional, utiliza cobre sin recubrimiento en la fabricación de las calderas, tuberías y otros componentes.

Recordemos que la EPA (Agencia de Protección Medio Ambiente) de E.E.U.U., reconoció este material como el primer metal con propiedades bactericidas, al descubrir que aquellas superficies fabricadas con este material inactivaban diferentes tipos de bacterias.

Con este lanzamiento, Quality Espresso demuestra su compromiso y preocupación, no solo por sus empleados, sino también por sus clientes y consumidores finales.

Una innovación con la que se posiciona como una de las empresas líderes en el mercado de las máquinas de café espresso profesionales.

Breasy: la posibilidad de interactuar con la máquina de vending sin tocarla

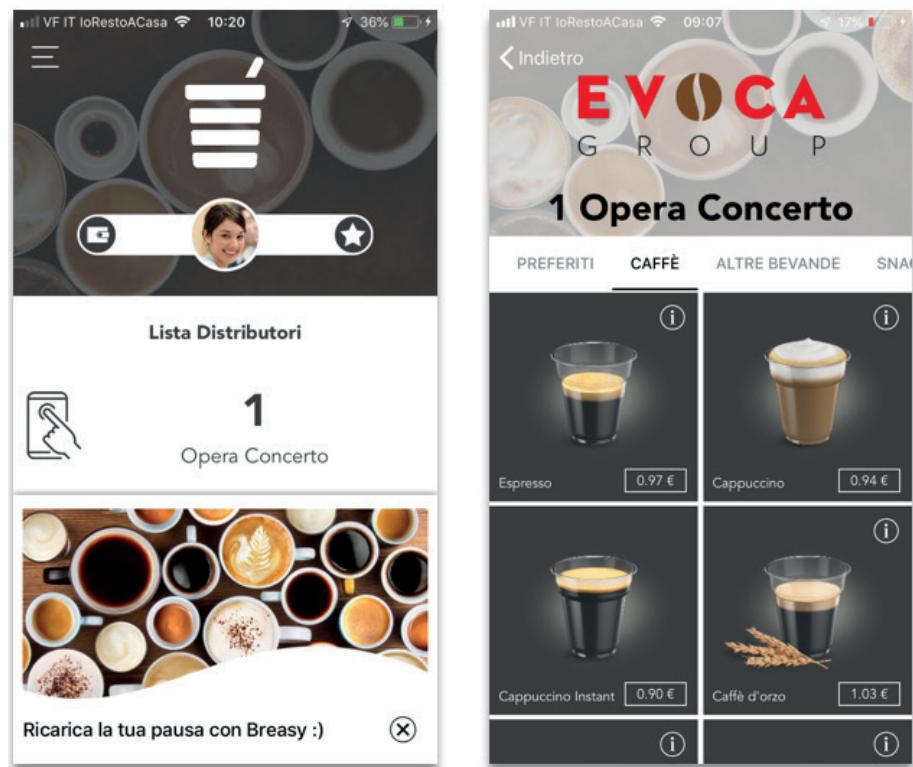
Evoca Group lanza una nueva versión de la app de selección de productos y de pago, Breasy, que responde a las necesidades actuales de evitar a toda costa el contacto con cualquier superficie externa para garantizar la seguridad del usuario.

Nos encontramos en plena fase de desescalada; los ciudadanos llevan días trabajando de nuevo en sus entornos de trabajo, los establecimientos abren sus puertas y las máquinas de vending que permanecían apagadas (debido al cierre de estos locales), están funcionando a pleno rendimiento.

En ese sentido, ahora más que nunca es crucial salvaguardar la salud y la seguridad de los usuarios, que buscan en la distribución automática un aliado para sobrellevar sus horas de trabajo, acompañar sus paseos por la calle o simplemente disfrutar de un buen café fuera de casa.

Por eso, compañías como Evoca Group, ponen al alcance de sus clientes todo su desarrollo tecnológico, para que los usuarios puedan acceder a la máquina de la forma más segura posible.

Queriendo ir un paso más allá, han desarrollado un método para que los consumidores puedan comprar en las expendedoras sin necesidad de tocarlas en ningún momento. Así, destaca la nueva versión de Breasy, la aplicación móvil que permite interactuar con la máquina de vending, a través de la cual poder elegir el producto en cuestión y pagarlo.



¿CÓMO ES POSIBLE?

Dicha actualización, emula la propia máquina en la app, de manera que, una vez seleccionada, se desplegarán en el smartphone todas las recetas y opciones posibles contenidas en el distribuidor automático.

Una vez escogido el producto, se procede al pago digital; es decir, todo el proceso se llevan a cabo evitando en todo momento tocar la superficie de la máquina, una solución óptima para esta "Nueva normalidad".

Y la conexión entre máquina y móvil es posible gracias al sistema Bluetooth del propio teléfono.

Una de las ventajas que trae consigo esta aplicación, compatible con el sistema de pago desarrollado por la compañía, Hi! Premium Ejecutivo, es que permite registrar un número ilimitado de monederos y tarjetas de pago; así, el usuario final tendrá en una sola app todos sus métodos de pago, sin necesidad de descargar multitud de ellas o llevar las tarjetas consigo.

PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN, CRUCIALES EN VENDING

Otra de las novedades que brinda esta versión de Breasy es la posibilidad de crear pro-

gramas para la fidelización de clientes, un método que genera grandes beneficios a los operadores.

Asimismo, estos programas permiten dar al usuario final un "saldo" basado en una serie de criterios; pudiendo establecer en cada promoción dos tipologías distintas: Por un lado, posibilita establecer un "saldo a disposición cada N transacciones"; por otro, crear un "aniversario de creación del monedero".

En concreto, para la opción "Saldo a disposición cada N transacciones", será posible aplicar una fecha de inicio y fin de la promoción, el tipo de transacción que alimenta la promoción (bien mediante monedero o tarjeta de pago), el importe del saldo y el número de transacciones necesarias para concederlo.

En relación a la promoción "Aniversario de creación del monedero", el consumidor encontrará un crédito en el "cumpleaños" de creación de monedero con el operador que haya implementado la promoción. De igual forma, todas las notificaciones que aparezcan respecto a las promociones, se visualizan automáticamente en el móvil del usuario -siempre y cuando este las haya habilitado y guardado en el nuevo menú de notificaciones de Breasy-.

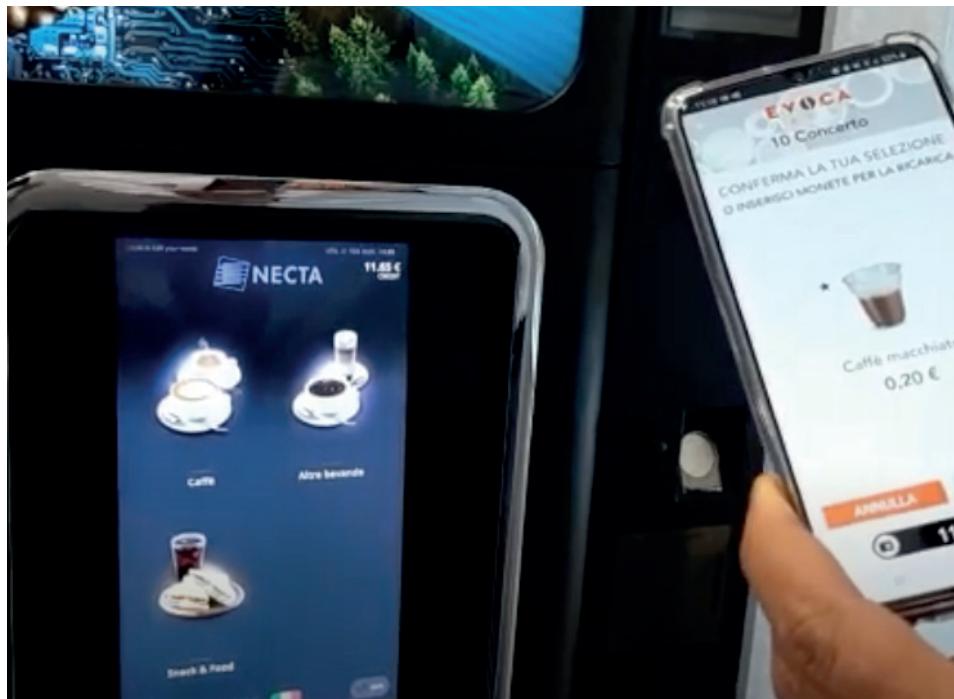
NUEVA GESTIÓN DE LA PRIVACIDAD

Como ya sabemos, una de las máximas que ha de garantizar la tecnología es la seguridad del usuario, que en este contexto se refiere a su privacidad. En suma, desde el grupo han

mejorado y simplificado la gestión de la privacidad gracias a un nuevo formulario donde el usuario aceptará las Condiciones contractuales de Breasy y declara tener al menos 16 años. A través de esta confirmación, como en cualquier aplicación que utiliza información del cliente para mejorar su propio servicio, autoriza el tratamiento de los datos personales almacenados, así como el tratamiento de los mismos para fines de marketing y programas de fidelización.

PERSONALIZACIÓN

De cara al operador, Evoca ofrece una personalización total de la misma para adaptarla a la máquina de vending en cuestión; siendo compatible de igual modo para sus soluciones en el canal horeca.



Volvemos a salir junto a ti

Como especialistas globales en envases para alimentos y bebidas, en Huhtamaki entendemos el packaging como algo más que lo que rodea a un producto.

En estos momentos, la higiene y seguridad en el packaging es clave para garantizar un consumo seguro para nuestros clientes.

Conoce nuestra gama completa de productos para take away en www.foodservice.huhtamaki.com.es o compra online en www.tiendavasospapel.com

100
Huhtamaki



{V} Revolucionando el mundo del comercio con el **modelo unattended**: la tienda súper automática de AEV

EL PROYECTO DE LA TIENDA AUTOMÁTICA, QUE YA SE HA ESTADO DESARROLLANDO CONJUNTAMENTE CON UNA COMPAÑÍA DEL GOBIERNO CHINO, DARÁ EL SIGUIENTE PASO: TRASLADARSE AL PANORAMA EUROPEO; CONCRETAMENTE, PODRÍA INSTALARSE EN UNO DE LOS AEROPUERTOS DE NUESTRO PAÍS.



Si en algo destaca AEV, es en estar siempre en busca de la innovación. Y lo demuestra en cada una de sus iniciativas. Actualmente se encuentra embarcada en múltiples proyectos que irán viendo la luz a lo largo de estos meses; todos ellos con varios puntos en común: el desarrollo tecnológico y la automatización elevada al máximo exponente.

Tal es el caso de su revolucionaria tienda automática, en la que están trabajando actualmente para introducirla en Europa; una nueva forma de entender el retail que cambiará el mundo de las tiendas medianas y pequeñas. De entrada, las ventajas vienen por su propia naturaleza de distribución automática: operativa las 24 horas del día, lo que multiplica la probabilidad de ventas, y reducción de costes por personal, al ser un comercio desatendido.

¿CÓMO FUNCIONA?

Este modelo de tienda es posible gracias a la implementación de la tecnología AVPR Active Vision. Todo el funcionamiento se basa en cámaras y sensores para rastrear lo que los compradores quitan o ponen de nuevo en los estantes. Inicialmente, el cliente entra a la tienda a través de la Puerta Smart, y se identifica con la aplicación donde se registra con su tar-

jeta. Al entrar en la tienda, quedan guardados los datos y toma de productos de los que se identifican automáticamente todas las características de forma, color, peso y precio gracias a los sensores de detección múltiple.

En ese sentido, las cajas registradoras y las líneas de pago, se vuelven superfluas, porque esta tienda funciona sin necesidad de instalar estas herramientas:

Los clientes son facturados una vez salen de la tienda a través de sus tarjetas, que previamente han registrado en la app.

Y para pasar los productos, el establecimiento contará con un scanner de productos con el sistema Alimentación 220V. Sirviéndose así de la facilidad de los sistemas de pago automáticos, se reducen los tiempos de espera y las colas de clientes.

Llevando la innovación a todo el establecimiento, AEV se ha basado en el uso de IA (Inteligencia Artificial) para que se pueda controlar la tienda, en todo momento, desde el móvil del dueño de la misma: control de stock, pedidos, ventas y otra información de interés.

En pleno cambio social, si el modelo unattended ya contaba con gran potencial, ahora es la



única dirección a tomar para estar presente en un mercado cada vez más voraz; los consumidores quieren llegar a un establecimiento, no permanecer mucho tiempo dentro, efectuar su compra de manera desatendida y pagar con su móvil. Rápido, intuitivo y seguro.

Como sabemos, China es uno de los referentes mundiales en el uso de la distribución automática, el vending y la tecnología en todos los segmentos de negocio, incluso en el día a día de los ciudadanos. Allí, este modelo está ganando cada vez más adeptos: los consumidores demandan automatización desde hace tiempo y ya no entienden otra forma de vivir que no sea utilizando sistemas de pago contactless, tiendas desatendidas o las máquinas de vending para la venta de cualquier producto.

Estas tendencias unattended empiezan a tener su eco en Europa, por lo que AEV, que ya cuenta con el éxito chino, ha decidido traer su tecnología y empezar a implementarla para que nosotros también podamos disfrutar de las ventajas de la automatización.



“El gusto de la excelencia”: las nuevas cápsulas de Gimoka dan un salto cualitativo

Gimoka, una de las compañías tostadoras más destacadas internacionalmente, presenta nuevas cápsulas compatibles con Nespresso y Dolce Gusto con una serie de mejoras técnicas. Una de las grandes novedades se halla en la erogación del café, con el sistema auto-protecta, que mantiene todas las características del producto sin necesidad de un flow pack.

Ahora más que nunca, resulta fundamental apostar por la innovación y la calidad. En una época de cambios, incertidumbre y ralentización en la facturación, solo aquel que apueste por estos rasgos gozará de una posición competitiva en el mercado.

Así lo ven desde grupos como Gimoka, quienes están trabajando diariamente por mejorar su oferta, no solo en variedad, sino en calidad y seguridad de sus formatos.

Ya lo vimos con el lanzamiento de las cápsulas compatibles con el Sistema Nespresso Profesional. Ahora, vuelven a dar un salto cualitativo con la presentación de las cápsulas para Nespresso y Dolce Gusto con actualizaciones técnicas muy importantes que hacen de este producto “il gusto dell’ eccellenza” (el gusto de la excelencia).

Respecto a la gama compatible con Nespresso, el grupo ha rediseñado los blíster de 10 cápsulas con una visualización más vanguardista en el pack, para ir en sintonía con la presentación de esas cápsulas renovadas y técnicamente superiores: hablamos de un envase doble en aluminio en ambas partes, facilitando así la perforación de las mismas con las máquinas Nespresso.

Otra de las mejoras es la posibilidad de conservación del interior de las cápsulas de hasta 24 meses, posible con la implementación de su tecnología auto-protecta al oxígeno, que mantiene todos los rasgos del café para estar siempre a un punto óptimo.

En cuanto a las compatibles con Dolce Gusto, también se ha aplicado este sistema auto-protecta para la erogación de café; con el objetivo de conservar las características del producto todo el periodo de fecha de consumo, sin necesidad de flow pack, lo que reduce notoriamente los residuos generados.

Y además, también da lugar a un espresso de mayor calidad que mantiene todas sus notas en cada taza.

Si la innovación y la calidad son cruciales, no lo es menos la capacidad de personalización. Por ello, en la nueva colección Gusto dell’ Eccellenza para el sistema compatible con Dolce Gusto, se utilizan diferentes cápsulas para cada tipo de bebida caliente, con el objetivo de responder a todo tipo de demandas: Barrera auto-protecta al oxígeno para el café, cápsulas blancas para la leche, cortado y café con leche y cápsulas para otras bebidas con solubles.



Solución a medida para la nueva normalidad: tan sencillo como decir Hi!

Creado por Newis, el sistema contactless Hi!, junto a la aplicación Breasy, llega para revolucionar los sistemas de pago sin efectivo; permite gestionar las máquinas de vending buscando mantener los mayores estándares de seguridad.

La importancia de las soluciones sin contacto, telemétricas y seguras ha ido incrementando a lo largo de los últimos meses; estableciéndose como el sistema por antonomasia, un hecho que venía tomando fuerza en vending, y que ahora supone un elemento básico.

Así, desde Newis ofrecen Hi!, un sistema de vanguardia para pagos sin efectivo que integra Bluetooth® e IrDA. Basada en la tecnología Mifare, presenta toda una gama con la que el grupo garantiza a los operadores una solución flexible, segura y eficaz.

Ya habíamos hablado anteriormente de este modelo, diseñado para satisfacer las demandas específicas de cada localización.

Así, Hi! cuenta con dos cabezales de lectura: el primero (versiones Silver y Platinum), que funciona con llave, tarjeta y etiqueta; siendo compatible con los soportes de pago ZIP y MiZIP. Por su parte, la segunda proximidad (Gold Version) va un paso más allá en el camino de la innovación y permite trabajar de manera más eficaz con las tarjetas y etiquetas Mifare DESfire.

APUESTA GANADORA: CONEXIÓN CON EL SMARTPHONE

Basta con echar un vistazo al panorama actual y los estudios de tendencias y consumo: los usuarios demandan opciones de pago sin contacto, bien sea a través de la tarjeta o, una realidad que suma simpatizantes cada día, el uso del móvil para pagar.

Para Evoca Group, esta posibilidad es un must, y por ello, en ambos casos -tanto las versiones Gold y Platinum- pueden conectarse al smartphone a través de la tecnología Bluetooth®; de esta forma, brindan los pagos pagos móviles mediante la aplicación gratuita Breasy, disponible para plataformas Android e iOS -vinculada al sistema-.

Así, la integración de la nueva aplicación de Newis con Hi! Systems mejora la experiencia del usuario final, garantizando pagos fáciles y seguros a través de la plataforma Masterpass™ de Mastercard, que ofrece la máxima garan-



tía de seguridad conocida actualmente. Y, hablando de teléfonos inteligentes, la presencia de Bluetooth® de modo dual posibilita usar Hi! como herramienta de programación y recopilación de estadísticas; sin lugar a dudas, esto marca una ventaja de cara al operador, ya que podrá manejar todo este tipo de datos a través de Hi! Manager, disponible en Play Store.

PERSONALIZACIÓN INTEGRAL

Otra de los rasgos a destacar de la gama Hi! y la aplicación Breasy, es su grado de personalización: desde el grupo, prometen una configuración sencilla de todos los colores y logotipo, con la que fusionar estas herramientas a la compañía que decida integrarlas. Y es que, vincular la imagen de empresa es primordial a la hora de ofrecer un servicio; que el cliente reconozca los rasgos de la compañía en la que confía dará mayor valor añadido a estas aplicaciones.

Bajo un diseño moderno y en sintonía con las máquinas automáticas más innovadoras, presenta una área que permite personalizar tanto los cabezales de lectura como las etiquetas.

Además, este tipo de personalizaciones son gratuitas, de manera que cada operador pueden cambiar a su antojo el diseño y formar parte de esta plataforma de pago, sin coste adicional: una solución tecnológicamente avanzada y accesible para un número ilimitado de

usuarios que pueden usar las tarjetas de pago para pequeñas transacciones.

En ese sentido, Breasy actúa a modo de lector de tarjetas de crédito y, al eliminar los costes fijos de conectividad, representa una solución "llave en mano" para todos los operadores de vending que no quieran preocuparse con algún que otro acuerdo con el sector bancario.

Y para hacer todo esto posible, la gama de Evoca Group combina tres de los factores más buscados por las empresas que operan en la distribución automática y que se embarcan en una inversión tecnológica para sus negocios: simplicidad, seguridad y flexibilidad.





Nayax apunta al **modelo unattended** con la aceptación de los **sistemas de pagos eftpos**: American Express y JCB

Tras el reciente lanzamiento de Wechat Pay y Alipay, Nayax Australia proporcionará los métodos de pago electrónico eftpos (transferencia electrónica de fondos en el punto de venta), American Express y JCB en más de 20.000 máquinas de vending a partir del próximo mes de agosto.

Actualmente, en Australia existen alrededor de 7 millones de tarjetas de propiedad eftpos, y ahora encontrarán su aceptación en las soluciones de pago sin efectivo de Nayax; una incorporación que irán desplegando paulatinamente y que, en principio, solo estará disponible para los dispositivos VPOS Touch.

Así, dentro de un mes, las expendedoras automáticas impulsadas por la compañía en comercios desatendidos australianos y en localizaciones como lavanderías, salas de juego, estaciones de servicio y parques infantiles, entre otras, contarán con los métodos de pago electrónicos eftpos:

American Express y JCB. Una apuesta que, junto a las recientes integraciones de Wechat Pay y Alipay en la familia Nayax, el grupo con-

solida su posición como uno de los proveedores de servicios de pago cashless más aceptado en Australia.

En ese sentido, Robert Tedesco, vicepresidente de Servicios Comerciales Globales de American Express en Australia y Nueva Zelanda, apunta que dicha asociación con el grupo especializado en soluciones cashless permitirá a sus "miembros utilizar sus Tarjetas American Express en más de 20.000 máquinas en toda Australia.

Para poder habilitar estos métodos electrónicos (American Express y transacciones JCB), Nayax Australia enviará nuevas etiquetas de pago a todos sus clientes por correo, para que los consumidores conozcan las nuevas opciones de pago disponibles y sepan utilizarlas cuando acudan a la máquina de vending.

Desde las máquinas expendedoras de las oficinas, hasta el acceso a las taquillas y carritos en el aeropuerto, este anuncio significa

mayor conveniencia y opciones para aquellos que deseen utilizar los pagos con tarjeta".

"Cuando esta capacidad se active en agosto, por primera vez los titulares de tarjetas eftpos podrán pagar en negocios no atendidos, incluyendo vending, lavanderías, lavaderos de coches, parques infantiles y más", señala el CEO de eftpos, Stephen Benton:

"Estamos muy contentos de asociarnos con Nayax en esta etapa de nuestro viaje hacia la transformación; proporcionando a los consumidores y a las empresas la opción de utilizar eftpos más a menudo".

Por su parte, el director General de Nayax Australia, Dylan Winik, comenta que la compañía ha trabajado muy duro para alcanzar ese primer peldaño en el ámbito desatendido en Australia:

"Desde el desarrollo de la unidad más avanzada del mercado, a la provisión de un soporte excepcional, y ahora a la introducción de American Express, eftpos & JCB, hemos mantenido incesantemente las necesidades de nuestros clientes al frente y en el centro y continuaremos haciéndolo".

Coges apunta a las máquinas de OCS con E.C.S. Dynamos, su nuevo sistema de pago cashless

Con esta incorporación, la compañía italiana amplía la gama de sistemas de pago y apuesta por las máquinas de vending de menor volumen con el sistema E.C.S. Dynamos, que cabe en la palma de una mano. Está disponible tanto en su versión MyKey como en la versión Mifare.

El cashless continúa posicionándose como uno de los métodos de pago más populares en el mundo de la distribución automática: reduce la frecuencia de uso del efectivo, proporciona a los usuarios una herramienta de pago personal y permite al operador cobrar la venta antes de la entrega del producto.

Lo mismo ocurre en el OCS, un modelo que no deja de crecer en Europa y en el que todos quieren estar presentes. Y es que, en el Office Coffee Service cada vez más se demandan sistemas de pago alternativos al efectivo.

Es una realidad, los trabajadores no suelen llevar ya consigo monedas y demandan métodos sencillos, rápidos y, a poder ser, sin contacto.

Y más teniendo en cuenta la situación actual: con los workplaces activos de nuevo, este nicho de mercado reanuda su facturación; pero para ello es importante que apueste por la calidad y la seguridad del servicio.

Ahora más que nunca es crucial que los operadores apuesten por sistemas de pago que se alejen del uso de monedas -una recomendación que viene incluso de organizaciones como la OMS-.

En ese sentido, Coges presenta el “pequeño” de la familia, con el que ofrece a los operadores de vending un sistema de pago sin efectivo, ideal para aquellos que desean ofrecer pagos con llave o tarjeta incluso en máquinas expendedoras pequeñas, que suelen ubicarse en este tipo de modelo de negocio. Sin ir más lejos, hablamos de las superautomáticas table top, que integran un mayor desarrollo tecnológico orientado al consumidor final.

Y es que innovación y tecnología no están reñidas con tamaño, y lo comprobamos en el propio sistema.



Así lo estima el director Comercial de la empresa, Mario Majo: “La experiencia de Coges nos ha permitido reducir el tamaño del sistema. De esta forma, el operador puede ofrecer el pago con llave incluso en máquinas de sobremesa.

Sabemos que en el mundo de Vending hay muchas realidades que en este momento no necesitan aplicar bonus o otras funciones adicionales ofrecidas por Engine, pero al mismo tiempo necesitan un sistema cashless para controlar los consumos y los datos contables. El operador quiere un sistema esencial pero sólido y de alta calidad, diseñado por una compañía en la que pueda confiar: Dynamos es la respuesta a su pregunta.”

Cobros anticipados, programación de múltiples líneas de precios y recolección de datos -incluso los periféricos MDB conectados-, son algunas de las posibilidades que ofrece este modelo, que integra la gama de sistemas Coges junto con el producto Coges Engine, de gama alta, para brindar las ventajas del cashless a todas las máquinas automáticas.

Disponible tanto en su versión MyKey (con el lector Coges Key 3) como en la versión Mifare, -para que sea compatible con cualquier tipo de soporte en uso-, al ser periférico, también es posible conectar un monedero de cambio,

un lector de billetes o un validador de monedas.

De igual manera, desde Coges han implementado una versión Dynamos MDB que pude de conectarse como un dispositivo esclavo a un monedero de cambio ya instalado previamente en la máquina, lo que incrementa la versatilidad del sistema. En relación a la compatibilidad, puede incorporarse con la llave BTDataKey, con el objetivo enviar datos contables rápidamente a un smartphone.

A juicio de Matteo Pegoraro, director de I+D de Coges, el sistema Dynamos nace en respuesta a la demanda en vending de mayor simplicidad en la programación: “Coges siempre tiene como objetivo ofrecer a sus clientes el mejor servicio y los productos tecnológicos más innovadores. Desde este punto de vista, Dynamos representa un nuevo paso adelante: el desafío ha sido mantener nuestros estándares de excelencia en un producto compacto, sin comprometer la calidad y la seguridad.”

Si Coges Engine era uno de los productos de referencia de la compañía para los operadores de vending, Dynamos aúna todas sus ventajas y las ofrece al mercado del OCS. Pequeño, dinámico y fiable: esas son las premisas que promete Coges con su nuevo sistema de pago sin efectivo.

NUUK, la máquina pionera de productos congelados que se adapta a cualquier entorno

La empresa española Jofemar Vending, fabricante especializada en la distribución automática, ofrece una nueva solución de la que ya están recibiendo demandas de todo tipo de sectores: desde tiendas de conveniencia hasta oficinas, ya es posible obtener un producto congelado a través de una máquina automática.

La oferta del vending crece a un ritmo frenético, tanto en cantidad como en calidad. Cada vez son más las opciones que tenemos al alcance de las máquinas; ya sea para consumir en el momento, para el on the go o para llevártelo a casa.

Con esto presente, empresas como Jofemar Vending han querido dar un paso más allá y seguir apostando por la calidad en el sector, ¿de qué forma? Desarrollando sus máquinas de manera que puedan ofrecer productos congelados manteniendo en todo momento su calidad y temperatura ideal.

Imagina contar con una máquina automática de alimentos congelados en tu tienda más cercana. Demos un paso más: piensa en poder tener estas expendedoras en tu oficina. El sabor más tradicional sin tener que salir del edificio; bastaría con acercarte a la máquina, elegir el producto en cuestión, pasar la tarjeta y listo.

Una opción con la que incluso el usuario puede comprar la cena para poder llevársela a casa, tras una intensa jornada de trabajo en la que el cansancio acecha o, en otros casos, en los que las tiendas ya han cerrado.

Todo esto es posible con la máquina de vending NUUK, diseñada para la dispensación de productos congelados gracias a un módulo de refrigeración dispensador -y por un módulo máster que lo comanda-, sobre el cual, el cliente interactúa con la expendedora mediante una pantalla touch en la que obtiene una imagen realista del producto en cuestión y su correspondiente descripción.

Desde la compañía, pionera en la fabricación de este tipo de soluciones, nos explican que para trabajar en congelados, la electrónica de la automática ha de ser totalmente diferente a la tradicional, ya que no se suele trabajar con temperaturas de -18º: esto podría causar



problemas en las placas si no son especiales. Por su parte, son especialistas en fabricar máquinas con temperaturas superiores a positivo, es decir, desde 0ºC a -25ºC.

Respecto al modelo, una de las ventajas que presenta es que es totalmente configurable, de manera que se puede adaptar a cualquier tipo de servicio: tanto al formato del producto que se distribuya como negocio donde se ubique -al poderse vinilar con cualquier diseño-. En términos de capacidad, NUUK puede llevar, dependiendo del producto -que contará con unas dimensiones máximas de hasta 175x210 x 50-, de 6 a 7 bandejas.

Otro de los rasgos más notorios de la solución de Jofemar Vending reside en su sistema de pago: solo acepta tarjeta de crédito, uno de los medios de pago más demandados en vending, sobre todo en entornos de OCS. Y es que, desde Hostelvending lo venimos diciendo desde hace tiempo: las monedas y el efectivo tienen fecha de caducidad en la distribución

automática; una fecha que se ha adelantado con el Covid-19. Así es, los sistemas de pago digitales y cashless no solo son los más recomendados por las autoridades, sino los más demandados por los propios usuarios.

Aparte del pago por tarjeta, opcionalmente, la máquina cuenta con sistema de telemetría -desarrollado por la propia empresa-, con el que el cliente o empresario puede tener un control a distancia de la expendedora: ventas, estado de la máquina, si esta ha sufrido algún tipo de avería, por ejemplo.

Una solución que ya están empezando a instalar en diferentes negocios que desean hacer llegar sus productos a otros canales ajenos a las grandes superficies: "Estamos sorprendidos de la fuerte demanda que estamos experimentando con esta máquina; y al personalizarla, puede ser un producto totalmente diferente". Empresas como Unilever, la gigante de distribución de marcas de alimentación, ya cuentan con este tipo de servicios.

La Dually de Evoca: nueva opción para cápsulas con diseño italiano



Evoca Group ha presentado una nueva incorporación a su extenso catálogo de máquinas de café. Se trata de la Dually, que describen como “un ícono italiano reinterpretado en clave moderna”. Se trata de una máquina de cápsulas de dos grupos que está pensada especialmente para salas de desayunos en los hoteles, pero que también se adapta bien al trabajo en bares y pequeños restaurantes.

Es un modelo de tamaño compacto “pero siempre ofreciendo resultados impecables”, según destacan desde Evoca. Está totalmente fabricado en Italia y es “extremadamente versátil”, capaz de administrar varios tipos diferentes de cápsulas.

Las versiones que están disponibles actualmente son compatibles con Espresso Point y Nespresso y además de una amplia variedad de bebidas también incluye otros servicios como vapor y agua caliente para té e infusiones.

PROTEGIDA CON CONTRASEÑA

Una de las características que destacan en este modelo son sus rejillas reclinables que les permite alojar tanto tazas como vasos de café con leche macchiato. “En particular, los profesionales aprecian la capacidad de dispensar agua caliente y vapor, y establecer la dosis y la temperatura de las bebidas desde la gran pantalla táctil de 7”, explican. La pantalla además está protegida con contraseña para que solo el personal autorizado pueda acceder a los controles técnicos del menú.

El suministro de agua está siempre garantizado, ya que además de tener la posibilidad de conexión a la red de agua, también cuenta con un taque independiente.

Todo el mantenimiento para el vaciado de los cajones y llenado de

los tanques se puede realizar de manera sencilla gracias a la accesibilidad frontal a la máquina.

“Lo práctico combinado con el estilo italiano hacen de Dually un producto inconfundible y excelente, galardonado en 2018 con el Good Design Award. Una garantía de elegancia, solidez y fiabilidad destinada a perdurar en el tiempo”, concluyen.



Aterriza desde Milán la nueva Rancilio Silvia Pro

La marca italiana Rancilio, especialista en todo tipo de maquinaria y soluciones para el café profesional, ha anunciado el lanzamiento de la nueva máquina de café profesional Silvia Pro, con doble caldera y sensores NTC para modificar la temperatura mediante el display.

Recién llegada de Milán, Rancilio Group presenta a la hermana menor de la icónica Silvia, la Silvia Pro, que, si bien pensada para el sector hostelero, el modelo permite sacar el máximo partido a cualquier tipo de grano con el que se trabaje, por lo que se puede adaptar a otros segmentos de negocio.

El nuevo modelo equipa los componentes de grupo de la gama "profesionales"; así, el portafiltro, las juntas y la cabeza de grupo son idénticas a las implementadas en sus hermanas mayores en negocios de hostelería.

En suma, cuenta con elementos de serie como la lanza de vapor de acero inoxidable, detección de nivel de agua en el tanque y aviso para llenado, que aportan un uso más intuitivo de la máquina.



ENCENDIDO AUTOMÁTICO

"Una de sus mayores ventajas es el encendido automático con temporizador, puesto que permite que la máquina ya esté caliente cuando se quiera empezar a trabajar con ella."

La bandeja de trabajo es regulable en tres alturas para distintos formatos de tazas, un hecho que facilita su implementación ya que no queda limitada por el tamaño de los vasos.

¿CÓMO UTILIZARLA PARA SACARLE EL MÁXIMO PARTIDO?

Para empezar a utilizar la máquina es necesario conectar en el tanque la boya, que detectará el nivel de agua: si el display muestra el mensaje "H2O", significa que hay que añadir agua a través de la cubierta superior. Una vez la máquina cargue agua, comenzará a calentar y a mostrar la temperatura progresivamente hasta alcanzar la deseada: será el momento de comenzar a hacer café.

Desde la compañía aconsejan lanzar agua caliente para calentar el portafiltros y asegurar que se encuentra a la misma temperatura que el grupo.

Por otra parte, para activar la caldera de vapor, bastará con pulsar uno de los botones presente en el frontal y, cuando esté activada, una luz situada por encima de la lanza de vapor comenzará a parpadear; pasando a estar fija tras llegar a la temperatura programada.

Respecto al portafiltros, trae consigo dos tipos de filtro para poder cambiar el gramaje a utilizar; y con el nuevo diseño del pico, facilita la posibilidad de preparar café de dos en dos. "Este nuevo diseño también permite que el portafiltro repose nivelado de cara a hacer un buen tampeado", apunta Alejandro del Castillo, Area Manager en Rancilio Group Iberia.

SISTEMA NTC PARA MODIFICAR LA TEMPERATURA

El sistema NTC que incorpora en ambas calderas permite cambiar la temperatura sobre la marcha. Y esta modificación estará

al alcance de tres botones "+", "-" y el de "café". Esos mismos botones actúan a modo de menú, para elegir las distintas opciones y especificaciones técnicas de la Silvia Pro: regulación de la caldera de vapor, programa de lavado automático de la maquina, temporizador del encendido de la maquina, vaciado de caldera de café y de vapor, entre otras.

"También podemos retrasar el apagado automático de la máquina, que por defecto pasará a modo reposo tras 30 minutos de inactividad. Esta función la implementamos de cara a la normativa europea sobre ecología y medio ambiente", señala el Area Manager del grupo.

Una incorporación con la que Rancilio amplía su familia de máquinas de café profesionales, y que aporta un valor cualitativo al mercado. El café, es el producto estrella que ni una crisis como la actual ha podido derrumbar: sacarle el máximo partido será la motivación principal de las compañías destinadas al sector.

La ACV agradece la generosidad de sus socios del sector del vending



La Asociación Catalana de Vending, junto a sus socios de la industria de la distribución automática, ha conseguido recaudar 6 palets completos de arroz y tomate; un total de 2.600 kilos de arroz, 2.600 botes de tomates de 1 kilo, que han entregado a la Fundación Banco de Alimentos de Barcelona.

La solidaridad y la empatía han sido uno de los ingredientes principales para poder avanzar en estos tiempos de dificultad. Desde el vending y la distribución automática, no han faltado iniciativas solidarias que han demostrado e compromiso de esta industria ante la sociedad y los efectos provocados por el Covid-19.

En esta ocasión, era la ACV la que se sumaba a la causa, desarrollando una iniciativa entre los socios del sector para recaudar fondos destinados a la Fundación Banco de Alimentos.

Así, mediante una comunicación constante en las redes sociales (con el hashtag #unidosACVcovid-19), pretendían fomentar un espíritu empático no solo a sus socios, sino a toda la

ciudadanía.

Hoy comparten el resultado, mostrándose muy agradecidos y orgullosos por la generosa participación de las personas que operan en el sector del vending: "Solo podemos decir gracias a todos por vuestra generosidad", expresa

la Asociación.

Han consultado con el banco de alimentos para concretar el volumen de la recaudación: se ha reunido un total de 6 palets, de arroz y tomate: un total de 2.600 kilos de arroz y 2.600 botes de tomate de 1 kilo.





CONFIDA presenta una campaña junto a Confcommercio para suspender las tasas de concesión al vending

La campaña persigue el objetivo de suspender para los operadores del vending la obligación del pago de los cánones de concesión y las tasas estatales, como ya demandó la Asociación semanas atrás.

La Asociación Italiana de Distribución automática está vertiendo todos sus esfuerzos en apoyar al sector que representa. Su principal preocupación ahora es la exigencia por parte de las Administraciones Públicas del pago de los derechos de concesión y las tasas del Estado por unas máquinas que han estado apagadas durante meses.

De hecho, hace unos días, el presidente de la CONFIDA, Massimo Trapletti, dirigió una carta abierta al ministro de Economía, Roberto Gualtieri, solicitando la adopción de una medida ministerial que, a nivel nacional, prevea la suspensión de la obligación de pago de tasas de concesión estatales por parte de los operadores del sector de la distribución automática.

Bajo el hashtag #LaPAROLAagliIMPRENDITORI (#LaPALABRAaLosEMPRESARIOS), se trata de una campaña difundida a través de las redes sociales en la que piden una contribución a los operadores

del sector. Con esta iniciativa, elaborada en colaboración con Confcommercio, demandan la eliminación temporal de dichos pagos con efecto a partir del 15 de febrero de 2020 y durante todo el período de vigencia de las medidas de contención de emergencia COVID-19.

#PAUSASICURA, EN VÍDEO

Por otra parte, manteniendo su actividad constante en favor del sector y el fomento del uso de las máquinas de vending, la asociación italiana ha lanzado el vídeo de la campaña #pausasicura (pausa segura), que tiene como objetivo informar a los clientes y consumidores sobre el uso correcto de las expendedoras durante la "Fase 2"; pero también llamar la atención sobre el compromiso de los operadores del sector en cuestiones de salud y seguridad.

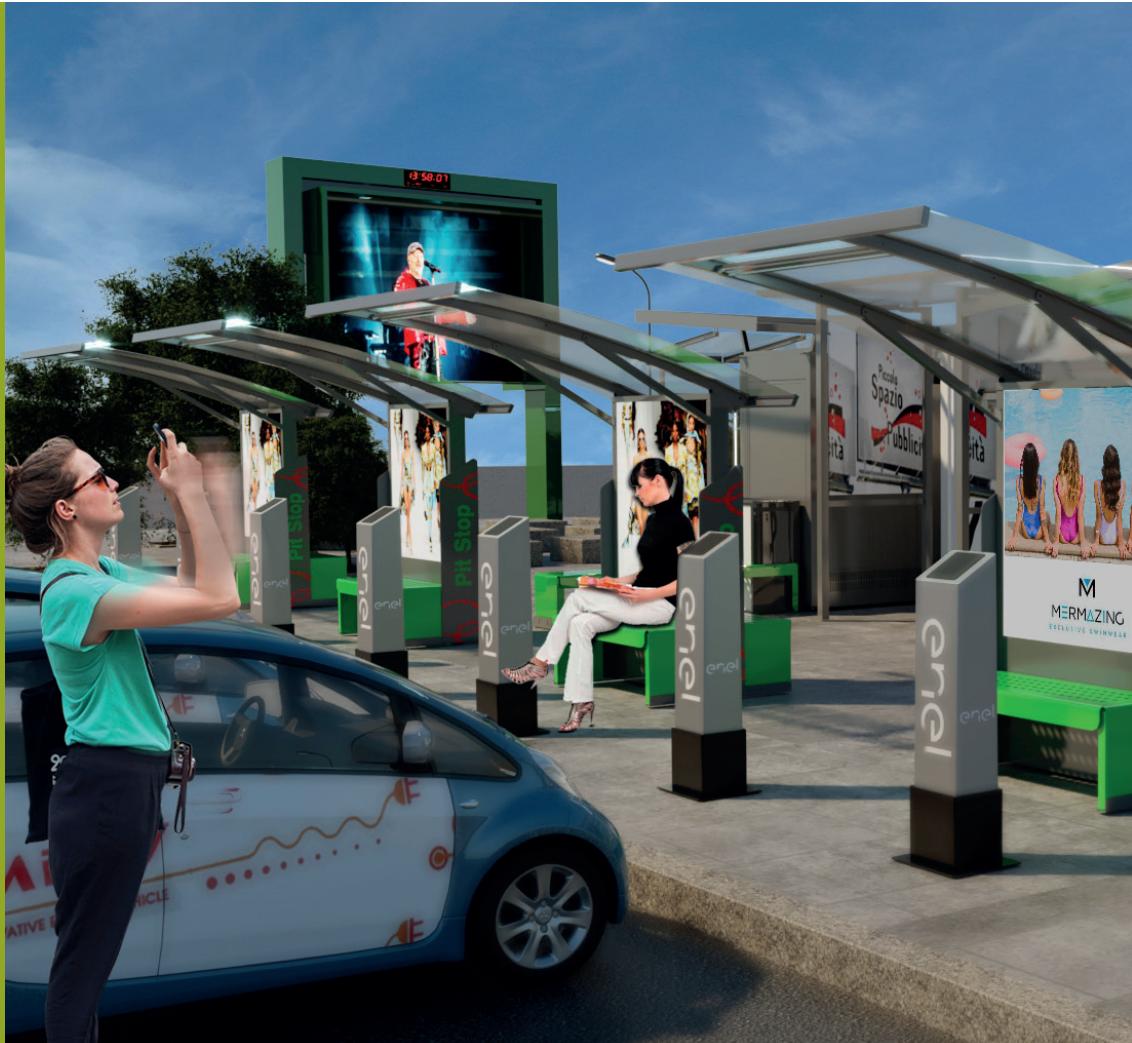
De hecho, el video muestra las 5 precauciones, que ya presentaron hace unos días, que los operadores de máquinas expendedoras ponen en práctica para proporcionar a los consumidores ese descanso seguro, así como y 5 consejos para los consumidores sobre cómo usar la máquina expendedora de forma segura.



La Asociación Italiana de Distribución Automática (CONFIDA) también ha creado unas pegatinas para poder en el suelo junto a la máquina, para delimitar visualmente la distancia entre los consumidores.



La pandemia que hemos sufrido, ha traído y traerá con la nueva normalidad otros hábitos y conductas, tanto impuestas desde las autoridades sanitarias; en especial, la que hace referencia a la reducción del aforo de bares y restaurantes como a nivel de responsabilidad personal, que sin duda van a favorecer el Street vending.



Smart Vending: la gran revolución de las smart cities

LAS SMART CITIES BUSCAN LA EFICIENCIA A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA, Y EL OBJETIVO PRINCIPAL DE LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA ES ESE, DISTRIBUIR UN PRODUCTO EN EL LUGAR Y EN EL MOMENTO PRECISO

Imagina este escenario: calles repletas de máquinas inteligentes que te ofrecen cualquier servicio, comunicarte con ellas sacando tu smartphone del bolsillo y acercándolo a la expendedora; taquillas inteligentes para recoger tus compras sin necesidad de acudir al supermercado utilizando un código QR. Puntos de recarga junto a otros servicios de vending para poder cargar la batería de tu vehículo eléctrico -porque el medio ambiente cobrará mayor protagonismo en este ecosistema digitalizado-.

Pudiera sonar a un futuro lejano, pero lo cierto es que la tecnología avanza a pasos agigantados. La dirección del mundo de la distribución automática parece clara: automatización, inteligencia artificial y servicio desatendido.

En estas características se basa el Smart Vending, que no se refiere a la mera máquina que integra una pantalla y sistemas de pago cashless, sino que se supone toda una plataforma Smart Retail Experience que permite desde la adopción de técnicas de venta dirigidas al Retail: promociones, ventas cruzadas; pasando por opciones de pago NFC, Paypal, crédito, token, códigos promocionales; la gestión del stock real de forma remota, ofrecer Wifi gratis, interactuar con la máquina mediante reconocimiento de voz o reconocimiento facial....

Para imaginarnos este escenario, es importante tomar como referencia algunos países donde está más globalizado, como es el caso de Japón, donde los ciudadanos ven este tipo de máquinas como un elemento común en sus calles y cultu-



ralmente tienen interiorizado su uso.

"Los distribuidores automáticos se convertirán en un canal de comunicación y puntos de interacción con el usuario", Automated Vending.

Con el street vending como protagonista de las smart cities, ¿que implicación tendrá la distribución automática y qué puede aportar el smart vending?

A juicio de Izan Forca, director de Marketing Digital en Orain, el Smart Vending debe estar enfocado a proporcionar el buen servicio y el grado de personalización que reciben los consumidores actualmente en establecimientos de restauración y cualquier tipo de tienda: "Si hablamos de sustituir servicios que a día de hoy son ofrecidos por humanos por el servicio proporcionado por modelos unattended, es importante que el consumidor no se vea penalizado en esta transición y que siga recibiendo la mejor experiencia de compra posible", apunta.

Nueva era del consumo: ¿consolidación del *on the go*?

En un panorama marcado por la incertidumbre y el miedo por parte del usuario final a la vuelta a un consumo dentro de establecimientos, ¿es hora de apostar por el "Coffee to go" y los cónners de café?

La forma de vida ha cambiado, la gente prefiere optimizar el tiempo y consume café de esta manera de forma habitual. Frente a ello, el vending supone una gran opción para este tipo de consumo móvil.

Tanto es así que, de hecho, son apuestas que las empresas del sector ya están realizando en la actualidad, y que previsiblemente se irá estimulando.

Y es que, el *on the go*, el coffee club y el modelo OCS son los servicios que se están demandando cada vez más. Tal y como aseguran desde Evoca Group, una de las mayores fabricantes de máquinas a nivel mundial, la tendencia al alza del "Coffee to go" frente al "Coffee to sit" se impondrá este año entre algunos usuarios por varias razones: unas son las sani-

tarias y otras son las físicas con las limitaciones de aforo y espacio que se han creado debido al Covid-19; y con las cuales tendremos que convivir durante un periodo de tiempo.

Ante ello, ofrecen marcas como Necta y Sae-co: diferentes productos para poder cubrir toda la demanda existente mediante máquinas con teclados capacitivos y táctiles.

Por su parte, desde Delikia, la operadora de vending gallega, están comprobando que el cliente final cada vez está más preparado, exige más y quiere ser sostenible, "por lo que las máquinas superautomáticas de café en grano, donde puedes tener un café como en nuestro, de especialidad y 100% arábica, recién molido y usar tu propia taza generando 0 residuo, son un valor seguro", expone Yago Díaz, director de Marketing en la compañía.

Desde Evoca Group lo tienen claro, "el usuario final apuesta sin duda por un servicio que le ofrece libertad, seguridad y rapidez; y el 'Coffee to go' y los cónners reúnen todo esto.

CLAVE DE ÉXITO

"Solo si se dota a la máquina de servicios adicionales, como venta de billetes de transporte, pago de parking, compra de entradas para el teatro, punto de información de la ciudad, ... en este sentido en InnovaPOS tenemos las soluciones de Smart Kiosk e Islas Digitales.", InnovaPOS,

VENDING, FUERZA IMPULSORA

"El vending en ciudades inteligentes será la fuerza impulsora de un nuevo segmento de mercado, capaz no solo de involucrar a los jugadores nacionales e internacionales actuales, sino también de crear otros nuevos", DOpla Group.

COMPAÑERO INSEPARABLE

"Evolucionará junto con la robótica y las nuevas tecnologías y será un compañero habitual e inseparable en nuestro entorno. Los Fabricantes produciremos máquinas espectaculares en estética y prestaciones que crearán el entorno amigable", Evoca Group

¿Qué nuevas tendencias encontramos en el Smart Vending?

Como es lógico, en el Smart Vending, la inversión en tecnología es la clave: la implantación de nuevos medios de pago; la creación de aplicaciones móviles y sus ofertas de marketing promocional, así como la innovación en las máquinas de vending han originado que las empresas evolucionen hacia un modo completamente diferente de interactuar con los consumidores. Esa comunicación provoca también la obtención de datos del cliente que hasta ahora había sido imposible de aglomerar.

“Las nuevas tendencias son soluciones que doten de inteligencia a las máquinas y faciliten la interactividad del usuario a través del móvil, para esto en InnovaPOS tenemos nuestra solución Smart Mobile Vending”.

En ese sentido, una de las tendencias más importantes viene de la mano del Big Data que puede obtener una máquina totalmente digitalizada y el uso que puede hacerse de esta información.

Así lo creen desde Orain, quienes valoran que es importante tener identificados a los consumidores y “conocer cuáles son los hábitos, gustos y costumbres: así podremos ofrecer un servicio personalizado, anticipando tus futuras compras o intereses”.

Por ello, sus últimas creaciones han estado enfocadas en centrarse en los usuarios (consumidores), ya que ellos son los que mueven todo el engranaje.

“Nuestras últimas novedades se han centrado en ofrecer a los usuarios diferentes soluciones que impulsen su actividad y faciliten la compra: mejora UX de la aplicación, oferta de compra cruzada de productos complementarios, acceso a take away y delivery de bares y restaurantes, etc”, afirma Forca.

“La tendencia más importante que vemos ahora es la importancia de la **comunicación remota**: las máquinas están conectadas y, aún más, los sistemas de pago están conectados: la información se puede transmitir entre la máquina y el Operador en ambas direcciones, reduciendo el tiempo y costos de las visitas de inspección”, Coges.

Por ejemplo, es posible modificar remotamente precios y parámetros, ver alarmas y notificaciones y mucho más: todo esto solo



puede ser aún más fácil y rápido con el avance de nuevas tecnologías de transmisión como 5G.

Sin duda y con respecto a la tecnología, encontramos el pago contactless como una tendencia imparable.

“Está creciendo significativamente la interacción con el distribuidor a través de aplicaciones que ofrecen múltiples servicios al usuario y que se convierten en un canal bidireccional con el operador con las posibilidades que esto implica a nivel de marketing, de fidelización y oferta de servicios alternativos”, Automated Vending”

Además de la tecnología, tal y como señalan desde Iparvending, el Smart Vending se está enfocando en la alimentación saludable, productos especialmente creados para este canal pero pensando en la salud del consumi-

dor, en los celiacos, intolerantes a la lactosa, diabéticos, etc.

Y en su caso, para responder a esas demandas cuentan con servicios de Corner Nespresso y My Market: “Cambiaremos el concepto de los servicios de restauración y comedores de empresa en el entorno laboral de una manera cómoda y sencilla a través del servicio My Market”.

Se trata de un concepto a medio camino entre un vending y un establecimiento de hostelería, en el que cada cliente se sirve a sí mismo y puede optar por una gama amplia de productos de distintas características.

Por su parte, desde Automated Vending están ofreciendo nuevas soluciones a través de su plataforma tecnológica de Smart Vending Televend: “Así, la entrega de recibos de compra a través de código QR, la selección del

producto a consumir a través de una aplicación o el pago a través de aplicación o tarjeta bancaria son buenos ejemplos", explica Javier Bobo, director General del grupo.

Por su parte, desde Coges, en los últimos años, su departamento de Investigación y Desarrollo ha impulsado mucho el camino del Smart Vending, dando un gran impulso hacia el desarrollo de productos inteligentes y la integración de hardware y software.

"El año pasado, presentamos Nebular, una extraordinaria plataforma de conectividad integrada que permite al operador interactuar en tiempo real con su flota. Gracias a Nebular, es posible programar sistemas de pago, realizar reembolsos, actualizar la base de datos de monedas y billetes e incluso administrar un planograma de productos", señala su responsable de Marketing, Luca Magnabosco

"El pago biométrico será una de las tendencias en un futuro próximo, y en InnovaPOS llevamos un tiempo desarrollándolo".

Otras de las grandes del sector, Evoca, siempre a la vanguardia de las nuevas tecnologías, creó en su momento Newis, una filial especialmente dedicada a ellas, y de cuyos laboratorios ya ha salido Breasy, que no solo es una aplicación más de pago, sino que está en continua evolución permitiendo ya la interacción del usuario con la máquina -personalización de las selecciones según sus gustos- y con el operador, mediante el envío de promociones, consultas o sugerencias.

"Newis en breve nos traerá novedades en el campo de la comunicación bidireccional con la

máquina", nos confirman desde la compañía.

Asimismo, una de sus apuestas de cara al Smart Vending son los modelos Touch; permiten la gestión de su pantalla táctil de una manera sencilla y eficaz, incluso permitiendo la visualización por parte del usuario de distintas páginas web de información o promocionales.

Cambiando de tercio, otro punto importante en el campo del Smart Vending será su capacidad de adaptarse a la transición de la movilidad eléctrica, tema en el que profundizaremos a lo largo del especial.

Desde Dadesign, lo tienen claro y han puesto en marcha una plataforma que integra las tecnologías utilizadas en Smart City, mobiliario urbano, tecnologías de movilidad sostenible, servicios de distribución automática al aire libre y vending urbano.

PAGOS DIGITALES A TRAVÉS DEL MÓVIL, CÓDIGOS QR; SISTEMAS CONTACTLESS QUE NO REQUIEREN NI DE EFECTIVO NI DE TARJETAS DE CRÉDITO, ¿CUÁL ES EL SIGUIENTE PASO?

Todo apunta a que los métodos de pago perdurarán bastante tiempo vinculados a dispositivos digitales, como smartphones o smartwatches.

A juicio de Izan Forca, si bien en varias ocasiones se ha hablado de pago con huella dactilar, reconocimiento facial, etc., "lo cierto es que los usuarios requieren de un sistema digital de control que les permita acceder todas sus compras, visualizar por adelantado el estado de las máquinas o detectar posibles promociones".

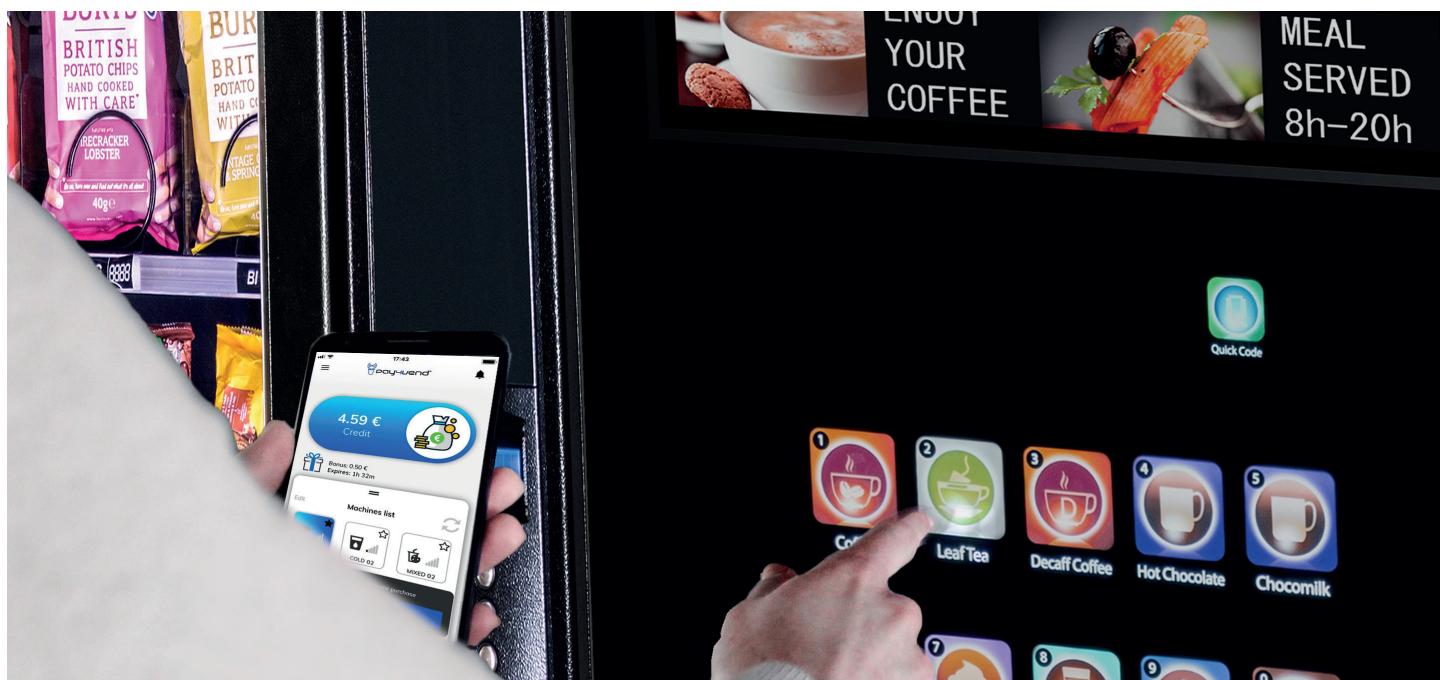
Desde DOpla Group consideran que la optimización del tiempo será el motor que mueva el servicio: "en el futuro, podría levantarme de mi

UNA PLATAFORMA, DIVERSOS PAGOS

Como apunta Luca Magnabosco, otra tendencia se refiere a la integración entre las diversas plataformas de pago: el público ya no está satisfecho con poder pagar solo con efectivo y se ha familiarizado con numerosos tipos de instrumentos cashless: tarjetas de crédito físicas y virtuales, aplicaciones, tokens. De hecho, las opciones presentes actualmente en la sociedad son tan numerosas que elegir sola una sería reductivo y una parte de los usuarios estaría insatisfecha.

escritorio, después de haber reservado café con una aplicación, para encontrarlo listo en la máquina de vending", relata Edmondo Bianchi, director de Ventas de Profesionales Business y director de Vending business para toda Europa en DOpla Group.

La belleza de la tecnología es que a menudo te lleva en direcciones inesperadas.



¿Está el usuario preparado para el *salto Smart*?

Tecnología "Human-Less", un concepto con cada vez más peso. Sin embargo, está realmente el usuario preparado para tomar el relevo y realizar todo el procedimiento de manera desatendida?

Lo cierto es que ninguna innovación tecnológica ha tenido una acogida masiva instantánea. Tal y como señalan desde Orain, está claro que la adopción será siempre mayor en perfiles más propensos a aceptar nuevas tecnologías y que "estos empujarán a su generación predecesora, como ha pasado con los smartphones o con el uso de las redes sociales".

Así es, el pago con tarjeta y el pago móvil no son algo que llegará en el futuro, sino que ya son una necesidad en el presente. Del mismo modo, los monederos comienzan a quedarse obsoletos dentro de la era digital.

Esta es solo una de las muchas patas que afectan a los nativos digitales, aunque aún son muchos más los matices tecnológicos que podrían utilizarse para vincular a los Centennials a las máquinas de vending.

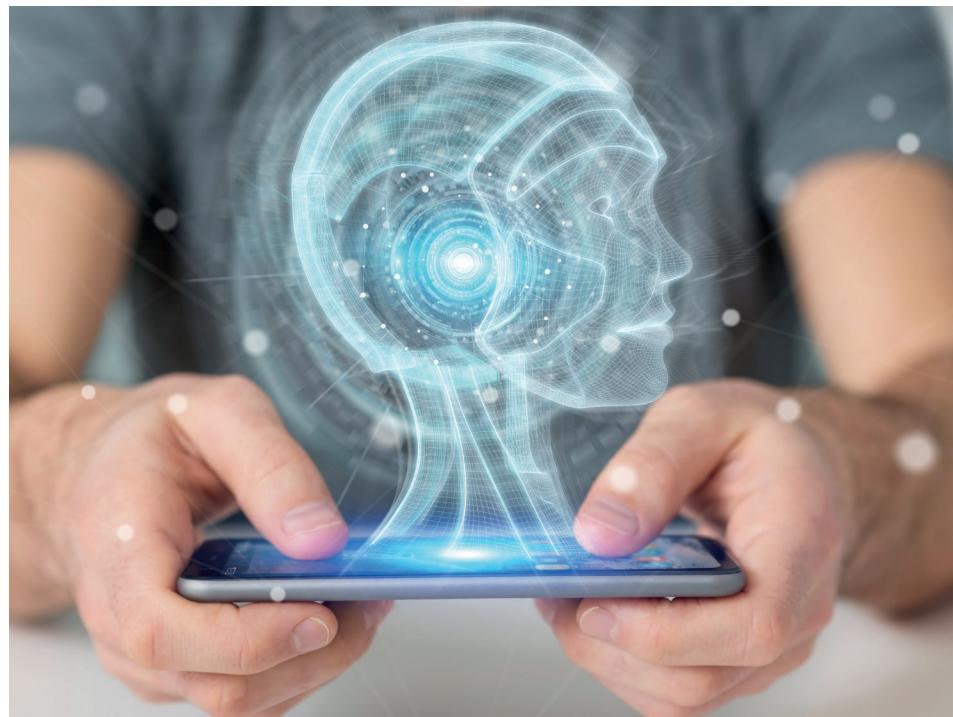
Algo tan sencillo como el que se trata de una generación que ha crecido en un mundo de pantallas táctiles, realmente está obligando a apostar por pantallas que asuman esta tecnología y por el Smart Vending como forma de captar usuarios.

"Muchos operadores siguen optando por un modelo de atención al usuario, comunicación y gestión de incidencias totalmente manual, siendo incongruentes con la filosofía "Human-less" que diferencia a las máquinas de autoservicio."

Pero en este caso, no se trata únicamente de poner una "carcasa bonita". No, la interactividad de la máquina va mucho más allá.

Y es que, si bien el factor humano sigue siendo importante durante el proceso de compra, pero cada vez más lo vemos tomando nuevas formas. Todas las compras que se realizan "on line" son, en mayor o menor medida, "Human-Less", sin embargo, como apuntan desde Coges, esto no parece asustar a los usuarios como se pensaba hace veinte años.

A juicio de Antonio Jiménez, director General en InnovaPOS, como en el caso del Street Vending, ejemplo claro de "Human less technology", esta va a tomar un papel relevante en la nueva normalidad.



En otras áreas del mundo, las compras desatendidas son mucho más comunes que en Europa.

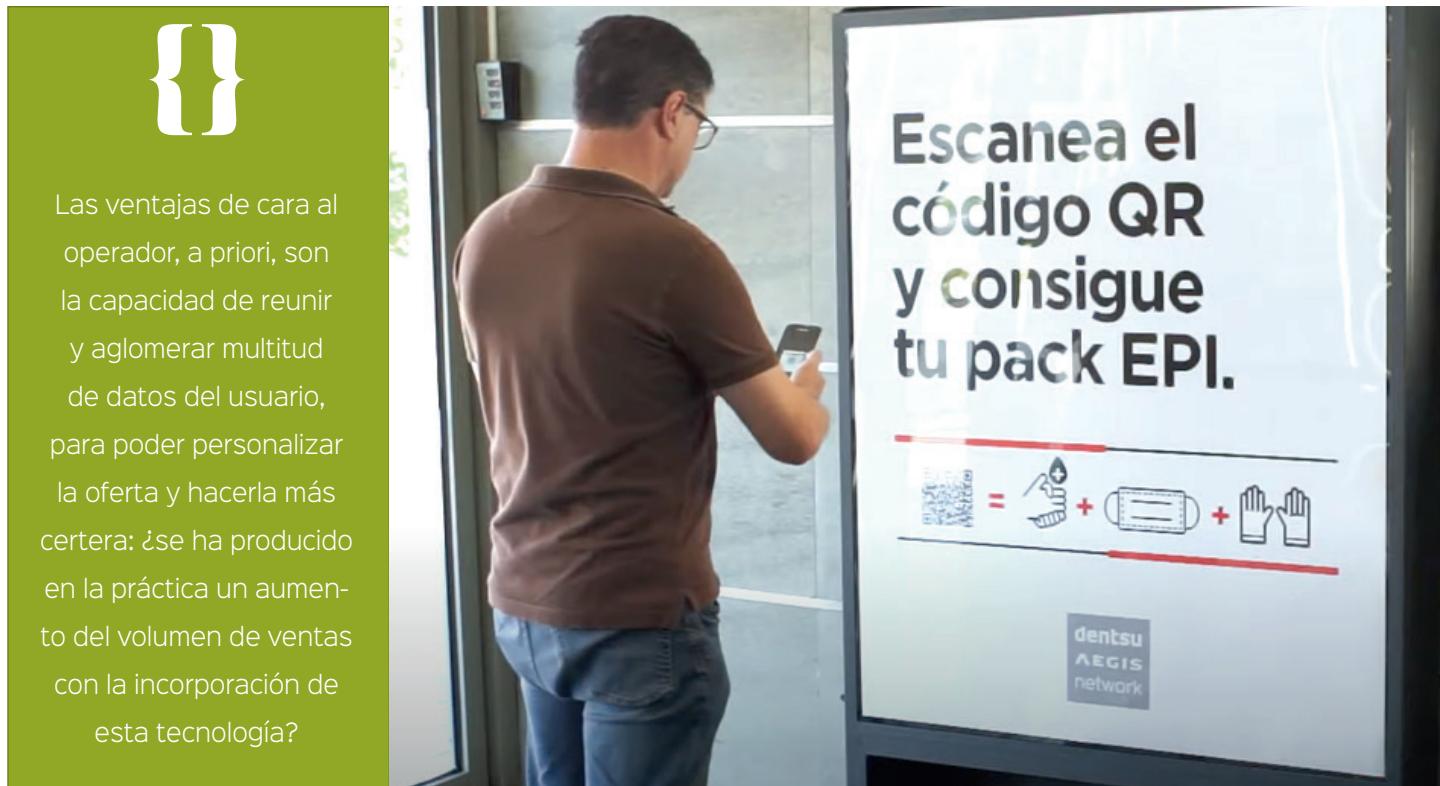
Con esta realidad encima de la mesa, el siguiente interrogante que debemos plantearnos es si está realmente preparado el Operador para brindar este tipo de servicio.

Bajo la propia experiencia de IZAN Forca, considera que aún queda un camino por recorrer en

ese sentido:

"Aún existiendo soluciones como Orain que permiten digitalizar todo el proceso y evitar cualquier interacción humana (excepto en la reposición de productos), muchos operadores siguen optando por un modelo de atención al usuario, comunicación y gestión de incidencias totalmente manual, siendo incongruentes con la filosofía "Human-less" que diferencia a las máquinas de autoservicio".





Un MUNDO lleno de oportunidades para el Operador de Vending

Las ventajas de cara al operador, a priori, son la capacidad de reunir y aglomerar multitud de datos del usuario, para poder personalizar la oferta y hacerla más certera: ¿se ha producido en la práctica un aumento del volumen de ventas con la incorporación de esta tecnología?

Los datos son un componente fundamental para implementar nuevas estrategias, y son precisamente las nuevas tecnologías de la información las que nuevas posibilidades para seguir mejorando el servicio y moldeándolo para acertar con lo que los usuarios demandan.

Desde InnovaPOS, la respuesta es un rotundo sí: "Sin duda, estamos hablando de aumentos del orden de un 50 y hasta 60% y creemos que todavía no ha tocado techo. El módulo de gestión de marketing de InnovaPOS actúa como un verdadero CMR y CMS", expone Jiménez.

El ejemplo más claro lo encontramos en todos los portales de venta por Internet (e-commerce). Empresas como Amazon, han demostrado que son capaces de intuir la intención de compra de los usuarios y promover ventas personalizadas según los hábitos o las necesidades de los consumidores. Esto es únicamente posible gracias al gran volumen y tratamiento de datos que obtienen de su portal de venta.

"Está claro que el vending y cualquier máquina de autoservicio en general podría replicar la misma estrategia, haciendo uso de la información que los usuarios aportan de manera directa e indirecta", Orain.

En ese sentido, como apunta Javier Bobo, a partir de la introducción del sistema y ajustados los procedimientos a la nueva tecnología, es el momento de trabajar en el marketing con el cliente y en ajustar oferta general y personalizada por punto y cliente; "indudablemente se traducirá en incremento de ventas y mejora de la experiencia de compra del usuario", afirma.

HABLEMOS DE GASTOS

Sin embargo, la posibilidad de incorporar nuevos mensajes en las máquinas, de realizar promociones específicas, también provoca nuevas necesidades. ¿Se necesitan empresas o profesionales especializados en diseñar estas campañas para que la idea consiga llegar al consumidor?

En este punto, el departamento de Marketing jugará un papel fundamental. Se trata de una parte muy importante del proceso, ya que la comunicación y las campañas de marketing

son fundamentales para llegar a las personas consumidoras.

Una idea compartida desde Iparvending, quienes comentan que, si bien las nuevas opciones que brindan las tecnologías para que las máquinas sirvan de soporte para otras campañas abren una opción interesante; "hay que estudiar muy bien cada propuesta e idea, para que se ajuste a los valores de cada empresa".

Hacia esta misma dirección apuntan desde Coges, señalando que es una evolución empresarial que cada empresa enfrenta de manera diferente. Así, las empresas más estructuradas lo verán como una ventaja, porque quizás tengan una organización que ya planea llevar a cabo actividades de marketing.

"Lo que realmente marca la diferencia es la mentalidad de quienes administran la empresa, su apertura a la tecnología y su confianza en estas herramientas para mejorar su negocio y, en última instancia, ganar más. Un pequeño operador puede ser más flexible que una gran empresa desde este punto de vista", Luca Magnabosco, Coges.

Con esto presente, el siguiente interrogante

que se nos viene a la mente es si esta inversión supone un gasto notorio en las cuentas de las empresas de vending.

Desde DOpia Group hablan de oportunidades que pueden generar valor, pero hay que aceptar que una inversión en mayor tecnología puede suponer obstáculos para los gerentes independientes, pequeños y medianos:

“El futuro de las máquinas expendedoras inteligentes acelerará el cierre de muchos gerentes pequeños y obligará a los medianos a vender a grupos. Las máquinas expendedoras inteligentes acelerarán el crecimiento de los grupos europeos y su consolidación”.

En Innovapos, con una larga trayectoria y experiencia en el mundo “smart”, nos confirman que los gastos que le puedan generar al operador son mínimos, “apenas unos pocos cientos de euros para transformar sus máquinas en Smart mediante nuestro dispositivo CCM y una pequeña cuota mensual por mantenimiento HW y SW”, esclarece su director General, Antonio Jiménez.

Como en cualquier situación, la implementación en una gestión de las actividades de creación de perfiles y marketing genera un poco más de trabajo, pero está claro que este trabajo se convierte en una inversión cuando genera ventas y usuarios finales más satisfechos o reduce la frecuencia de visitas a una ubicación para mantenimiento técnico o actualización de

las máquinas.

Con ello presente, Izan Forca habla del desafío de diseñar sistemas que reduzcan al máximo la barrera de aprendizaje en la entrada:

“Por eso, es primordial que todas las empresas tecnológicas que ofrecemos este tipo de soluciones adaptemos nuestra herramienta al perfil de nuestros clientes”, apuntan desde Orain.

Y desde su compañía, ese ha sido el objetivo desde el principio, ofrecer herramientas sencillas e intuitivas que permitan realizar cualquier tipo de comunicación o campaña de marketing sin necesidad de ser un experto ni tener conocimientos previos.

“En cualquier caso el incremento en ventas compensa con creces cualquier gasto adicional para el operador”, InnovapOS.

“Es importante diferenciar la situación actual y la de los próximos años con lo que puede llegar a ser el futuro a medio o largo plazo”, Orain.

Por otra parte, dentro de la necesidad de adoptar todos estos avances tecnológicos surgen ciertas dudas como es el tema de la seguridad.

¿QUÉ PUEDEN APORTAR LAS EMPRESAS ESPECIALIZADAS EN MEDIOS DE PAGO Y SOFTWARE PARA GARANTIZAR ESA SEGURIDAD?

Cuando se trata de datos personales, y más aún cuando se trata de acceder a un crédito virtual, el tema de la seguridad es fundamental para los operadores y usuarios.

En Europa, el RGPD nos protege como consumidores y nos impone restricciones como empresas, respetarlo es un principio fundamental.

En ese sentido, a juicio de Magnabosco, responsable de Marketing en Coges, “El desafío para quienes producen sistemas de pago, software y aplicaciones es tratar de cuestionarse continuamente, no solo el cumplimiento de las reglas sino también en la prevención de posibles ataques maliciosos por parte de terceros”.

Así, será muy importante la transparencia, desde el primer momento, y ofrecer a los clientes esta seguridad que los acompaña en todas sus compras. La transparencia genera confianza, y la confianza, fidelización.

“Creemos que es importante realizar periódicamente pruebas de seguridad en la plataforma para garantizar que todo sea seguro y mejorar constantemente todas las cuestiones relativas a la seguridad, tanto de los datos como de los pagos”, nos explica Orain.



CARTELERÍA DIGITAL, FUENTE DE INGRESOS EXTRA

Otra fuente de ingresos posibles viene de la mano de la cartelera digital en las máquinas como nuevo canal de comunicación a pie de calle. Y es que, el traspaso a un tipo de máquinas totalmente digitales y Smart, abre un abanico de posibles modelos de negocio paralelos y nuevas fuentes de ingresos para los operadores.

"Obviamente la publicidad es uno de éstos y previsiblemente será uno de los primeros en estandarizarse", Orain.

En tal caso, si el operador dispone de masa crítica suficiente, su implantación podría ser un punto de publicidad interesante para algún anunciante. "Evidentemente los distribuidores son puntos muy adecuados, más teniendo en cuenta que la gestión de la publicidad con smartvending se centraliza en un único punto y se gestiona en remoto", indica Bobo.

Siguiendo esta línea, según algunas de las conclusiones del estudio de IAB sobre Digital Signage, mencionado por Evoca Group, se nos dice que las marcas o empresas que usan el Digital Signage transmiten una imagen de modernidad e innovación para el 90% de la población y diferenciación y originalidad para un 88% de los encuestados.

"El 'digital signage' es una herramienta fantástica de la que disponen los operadores de Vending en toda la gama Touch de Necta".

Con ella, las máquinas con tecnología Touch, pueden lanzar videos e imágenes publicitarias antes durante y después del servicio de dispensación de los productos.

Aunque de momento el uso más frecuente que han hecho los operadores ha sido casi siempre hacia un modelo de auto-publicidad de sus servicios y productos en vez de intentar también comercializar esos espacios publicitarios.

"Sí que existe un camino muy interesante por recorrer para los operadores, que son los Espacios Outdoor (los emplazamientos públicos), ya que son sitios muy valorados por los publicistas debido al enorme caudal de tráfico de usuarios y a la diversidad de ese público objetivo", Evoca Group.

Deberíamos realizar por ello una clasificación previa para distinguir entre Espacios Outdoor (Tiendas 24 Horas, hospitales, estaciones de tren, aeropuertos, etc.) y Espacios



Indoor los tradicionales emplazamientos en empresas.

En los Espacios Indoor existen reticencias por parte del operador a lanzar contenidos externos ya que existe la posibilidad de que les puedan generar conflictos con sus clientes. Sin embargo, ocurre lo contrario en los espacios Outdoor.

"También destacar las posibilidades que se abren para realizar test de consumibles. Equipando smartvending se puede ofrecer a un fabricante de producto los distribuidores de vending como punto de test de mercado pudiendo hacer marketing directo al usuario del nuevo producto", Automated Vending.

Con esto presente, debemos valorar que aquí entramos en un terreno resbaladizo y en el que se deberá tener en cuenta las ordenanzas municipales de cada ciudad y tener bien claro qué consideran vía pública o no, ya que, como indican desde InnovaPOS, "en la vía pública solo pueden exhibir publicidad las empresas que tengan la exclusiva de publicidad exterior en una ciudad determinada conseguida mediante concurso público."

¿ESTÁ EL FUTURO DEL VENDING DENTRO DEL RETAIL TRADICIONAL?

Sabemos que el Smart Vending permite la adopción de técnicas de venta dirigidas al Retail: promociones, ventas cruzadas, etc. En ese sentido, ¿está el futuro del vending dentro del retail tradicional?

Cada vez hay más Smart retail, donde realizas tu compra online y pasas por un punto a recogerla. Una realidad que nos corroboran desde Iparvending: "Son tiendas totalmente automatizadas. Y a partir de ese concepto creo que el vending podría ir adaptándose para prestar ese tipo de servicio en el retail tradicional".

Y mientras que el vending intenta personalizar su oferta intentando simular ese "factor humano" que caracteriza al retail, el comercio tradicional busca una mayor rentabilidad haciendo justo lo contrario: reduciendo al mínimo la presencia de personal.

Así, lo que ha comenzado a ser una robotización del comercio ya tiene nombre y apellidos: "Transacciones Human-Less", un nuevo paradigma que está poniendo todo patas arriba y que básicamente pretende solucionar algunas de los problemas que arrastraba el retail.

El caso de **España**: grado de penetración de las máquinas inteligentes

En Europa es una realidad el atractivo que genera el Smart Vending y muchos son los países que lo están abrazando. En España, ¿cuál es el grado de penetración de estas máquinas inteligentes?

A pesar de la tendencia que tenemos en nuestro país de menospreciar nuestra capacidad de innovación y competitividad respecto a nuestros vecinos europeos, debemos decir que en un espacio muy breve de tiempo, las máquinas que tienen implementado este tipo de tecnología están acaparando una cuota importante en el mercado. Así lo creen desde Evoca Group: "a ello ayuda la sencillez de su utilización así como el espíritu de innovación de los operadores".

Desde operadoras como Automated Vending, nos comentan que, si bien en nuestro país el proceso de introducción está siendo más lento que el que estimaban inicialmente, desde final del pasado año se está notando un incremento significativo en la introducción de esta tecnología y se muestra como una tendencia ya consolidada.

Una idea compartida desde Iparvending, quienes apuntan que cada vez se ve más innovación en el sector, sobre todo en el sistema de recogida de información, y en sistemas de pago: "El cliente cada vez exige más innovación no sólo con respecto a la tecnología y el funcionamiento de las máquinas. También en el tipo de productos".

La otra gran pata es el Smart Vending, muy ligado al street, pero que a día de hoy en España no hay una sola máquina de este estilo, estas máquinas requieren un gran desarrollo tecnológico que todavía no está a la altura y posteriormente una aceptación y aprendizaje por parte del consumidor, que tampoco está en ese punto.

Por su parte, en InnovaPOS consideran que las máquinas realmente inteligentes son aquellas que han transformado en Smart gracias a su dispositivo CCM que las convierte en inteligentes; las cuales, hasta la fecha, las han venido utilizando dentro del ámbito publicitario como activations de marca o eventos, "hasta hace relativamente muy poco no



hemos entrado dentro del mundo del vending industrial y todavía es pronto para dar datos en concreto".

TODA UNA REVOLUCIÓN

"El cliente/usuario se encontrará en un entorno amigable y podrá establecer una comunicación directa con la máquina para hacer consultas. Las máquinas estarán conectadas entre sí formando una sola en un emplazamiento", Evoca Group





Concepto *green city*: aportaciones del smart vending para el medio ambiente

Muy ligado al concepto de Smart City está el del medio ambiente. Si importante es el desarrollo tecnológico, igual lo es contribuir a la sostenibilidad: ¿qué aporta el smart vending a esta problemática?, ¿de qué manera tomará mayor protagonismo?

En todas las respuestas anteriores se puede encontrar un hilo lógico que conduce a la sostenibilidad. Todo lo que reduce la pérdida de tiempo, que optimiza, ayuda al medio ambiente. Tal y como apunta Edmondo Bianchi, como muestra tenemos al vending más puro, donde hoy los vasos de plástico son reciclables; desde papel hasta materiales compostables.

El vending ha apoyado durante mucho tiempo el medio ambiente.

Y es que el sector puede, y de hecho, lo hace, crear iniciativas para recogida de envases, u otro tipo de acciones a favor de la sostenibilidad. Todo es cuestión de ser creativos.

“El vending es un soporte flexible que puede ponerse al servicio de estas cuestiones tan importantes”, Iparvending.

En ese sentido, la iniciativa de mayor peso en el mundo del reciclaje es el movimiento conocido como Reverse Vending, que poco a poco

ha ido generalizándose su uso, como contribución de la distribución automática al desarrollo sostenible.

Orain nos explica que en estos tipos de máquina también es importante tener identificados a los usuarios que las utilicen para poder premiar su uso y, por qué no, fomentar la venta cruzada en otros tipos de máquinas.

Y el grado de implementación de medidas medioambientales dependerá directamente del compromiso e intención del operador de la máquina y sus políticas de responsabilidad social.

Un hecho como elegir solo productos de empresas cuyos embalajes no contengan plástico o sean 100% biodegradables, por muy nimio que parezca, supone un gran paso y un valor añadido para la empresa y su oferta; sobre todo de cara al consumidor final. Pequeños detalles generan grandes cambios.

Así es, el tema de la sostenibilidad ambiental es uno de los temas clave para el futuro del vending, y la discusión irá tomando cada vez más espacio.

Para ello, es crucial vincular la tecnología en este ámbito. Así lo consideran desde Coges:

“La tecnología, incluso en el vending, debe orientarse desde la fase de diseño para contribuir al desarrollo de un mejor entorno para todos”, comenta su responsable de Marketing.

“El smart vending también puede contribuir mediante la virtualización de servicios que actualmente requieren que se muevan muchos objetos físicos o el transporte de mercancías, al fomentar un consumo más inteligente”, Coges.





Vehículo eléctrico, la piedra angular de las ciudades inteligentes: ¿vincularlo al vending?

En relación a la sostenibilidad, otro punto fundamental que destaca en estas ciudades inteligentes es el vehículo eléctrico. En ese caso, encontraremos multitud de puntos de recarga en los que se puede vincular el vending.

Y para arrojar luz a este mercado más desconocido, hablamos con Dadesign, expertos en este segmento, quienes afirman que la transición a la movilidad eléctrica abrirá un nuevo negocio que involucrará a los mejores jugadores y modificará parte de nuestros hábitos diarios.

Así, pasaremos el tiempo de nuestras vidas haciendo cosas diferentes en diferentes lugares, para repostar a través de las miles de columnas que se instalarán en los próximos años.

En ese sentido, su idea pasa por la creación de puntos de intercambio dedicados a los ciudadanos, mediante la instalación de estaciones de patinetes y bicicletas de última generación; así como estaciones de autobuses completamente eficientes a través de paneles solares y baterías de almacenamiento, columnas de carga para vehículos eléctricos, nos exlica Francesco Lo Presti, su Natio-

nal & International Sales Manager.

“Todas las partes se integrarán con algunos servicios automáticos de información y distribución de alimentos para necesidades (bebidas frías / calientes, medicamentos, alimentos, etc.), información, venta de boletos, etc.). Con la experiencia reciente del Covid-19, ofrecer servicios de higiene y prevención será también esencial”, Dadesign.

La idea sería proporcionar algunos puntos de los centros de población de áreas que actuasen como un intercambio entre bicicletas (públicas o de particulares, transporte público y vehículos privados).

Ese concepto de Smart City está diseñado para convertirse en una parte integral de las estaciones de ferrocarril, metro, tranvías, cruces o paradas de transporte público; pero puede convertirse en un centro de agregación de plazas o áreas de reunión presentes en cada ciudad. En pocas palabras, se trata de verdaderos “Hub urbanos de servicios” disponibles para los ciudadanos.

Otras características

Para Dadesign, otras características que podrían implementarse son:

Sistema fotovoltaico y sistemas de almacenamiento de energía renovable: los sistemas serán equipados con paneles solares y sistemas de almacenamiento de energía limpia, que permiten un bajo consumo de energía y un impacto ambiental cercano a cero. Los puntos de intercambio, de hecho, pueden conectarse a una conexión eléctrica, sin embargo, utilizarían la energía producida por la propia planta.

Sistema de control con cámara fija: la posibilidad de conectar el hub las 24 horas del día mediante un sistema de cámara de video diseñado para evitar el vandalismo.

Sistema Wi-Fi y carga de dispositivos electrónicos: el hub intermodal puede equiparse con un sistema Wi-Fi gratuito para conexión a Internet y un sistema universal para cargar teléfonos móviles, tabletas y portátiles.

Servicios auxiliares bajo pedido: monitoreo ambiental, pantallas de información de movilidad, video wall, control remoto, tecnologías y dispositivos para personas con discapacidad.



Nueva normalidad, nuevos servicios para oficinas de la mano del vending



Volver a los entornos de trabajo requiere poner en práctica nuevas formas de servicio de alimentación y restauración que se basen en los hábitos de consumo consolidados durante y después del confinamiento; todos ellos pasan por la automatización y la concepción del unattended.

La oficina vuelve a funcionar pero la cafetería de empresa no está activa: una máquina vending podría ser la solución

Si bien es cierto que muchas de las oficinas que permanecieron cerradas a lo largo del estado de alarma han vuelto a abrir sus puertas, ocurre que, en la mayoría de los casos, los empleados han dejado de contar con los servicios de cafetería que eran atendidos anteriormente por un personal. La búsqueda de la prevención y la reducción del contacto entre humano, provocan que este servicio no esté operativo.

Pero la demanda de consumo y alimentación sigue presente, e incluso podríamos decir que es más profunda, porque las jornadas se vuelven más intensas para evitar posibles salidas.

Con este panorama, la máquina de vending, tanto la de alimentos como las de bebidas y las de café, pueden ofrecer ese servicio y sustento que tanto se necesita durante el trabajo.

Como sostienen desde Serunion, julio es un mes ideal para plantearse dar un cambio de aires a los espacios; es un stand by entre los meses de trabajo y las vacaciones en el que rediseñar las instalaciones de vending y adaptarlas a las nuevas demandas.

Y para ubicarlas, bastará con contar con unos cuantos metros cuadrados y acceso a tomas de corriente para conectar la máquina.

DISPONIBILIDAD TOTAL DE TODO TIPO DE PRODUCTOS, AL ALCANCE DE UN BOTÓN

Otra de las ventajas más destacadas en la industria de la distribución automática es que elimina la barrera del horario. Es sabido por todos que las máquinas expendedoras ofrecen un servicio integral las 24 horas del día, sin interrupciones.

¿CÓMO ELEGIR EL OPERADOR QUE MEJOR SE ADAPTE A TU NEGOCIO?

Actualmente, existe toda una oferta de operadores de vending, y a su vez, cada uno ofrece un abanico de posibilidades para personalizar al máximo el circuito de máquinas del cliente. Por eso, es un paso fundamental hacer una comparativa y analizar los servicios que ofrece cada una.

Prestaciones, innovaciones tecnológicas, sistemas de pago incorporados, posibilidad de gestionarlas en físico o con telemetría, productos con los que suelen trabajar, servicio de asistencia, compromiso medioambiental, entre otras tantas cuestiones, son las que pueden ayudar a decidirte entre una compañía u otra.

Y es que, nunca será igual ni dará el mismo resultado aquél operador que se limita a instalar la máquina expendedora en cualquier punto de la oficina -aunque es igual de válido para quien no pida un servicio más allá de eso- que aquel que te ofrezca un valor añadido: que seleccione sus soluciones en base al clima de la oficina, con una iluminación y diseños cuidados y en sintonía con el espíritu que la empresa quiere transmitir.

En el caso de Serunion Vending, personalizan el servicio para cada cliente; ya sea tanto a espacio como a oferta y surtido de productos: "Vamos más allá del servicio de vending, ofreciendo un servicio integral gracias a las sinergias que tenemos con las otras divisiones de Serunion, compañía líder en restauración de colectivos", añaden.

Así pues, con la vuelta a las oficinas, también lo hace el vending, y con este, una nueva concepción de consumo y servicio.



Tal es su versatilidad que incluso podemos verlas en pasillos del mismo edificio o en los rellanos de las escaleras; así, "además de ganar en la posibilidad de tener todo tipo de productos saludables a tu alcance, aprovechas un espacio sin usar y creas un nuevo ambiente donde poder hacer un pequeño descanso de vez en cuando", explican desde Serunion.



2020, el año del cambio: **TUC** y **Lavazza** desarrollan la primera máquina de café para **vehículos**



A raíz de un prototipo presentado en 2018, Lavazza y TUC continuarán colaborando para implementar la primera máquina de café en los vehículos. Esta fase, la 2.0, tiene como punto de partida la optimización del sistema del a través de la apuesta de una mayor conexión entre la máquina y el conector.

Tras todos los acontecimientos vividos en el 2020, no cabe duda: se trata del año del "shock", del cambio; vivimos rodeados de grandes innovaciones tecnológicas que han pasado a formar parte de nuestro quehacer diario.

Realidad y asistentes virtuales, servicios desatendidos... en los últimos diez años el mundo ha dejado de ser el que conocíamos para dar paso a una nueva era.

Si hace cinco años nos hubieran contado la posibilidad de integrar una máquina de café en nuestro coche, probablemente no lo hubiésemos creído. Y lo que era una idea, ahora es una realidad; una realidad que nos la acercan



empresas como la tecnológica TUC, junto a la gigante del café, referente también en vending, Lavazza.

Hace ya dos años, presentaron el prototipo de lo que sería la primera máquina de café para vehículos, y hoy, dan el siguiente paso: optimizar hasta el más último detalle para mejorar la experiencia.

Y es que, como diría Edward Lorenz, pequeños gestos producen grandes consecuencias.

Así, se encuentran embarcados en la segunda fase del proyecto, marcada por el objetivo de mejorar la atención del cliente, simplificar los componentes y, en esencia, potenciar la comunicación e interacción con la máquina. Todo, bajo un diseño atractivo y vanguardista.

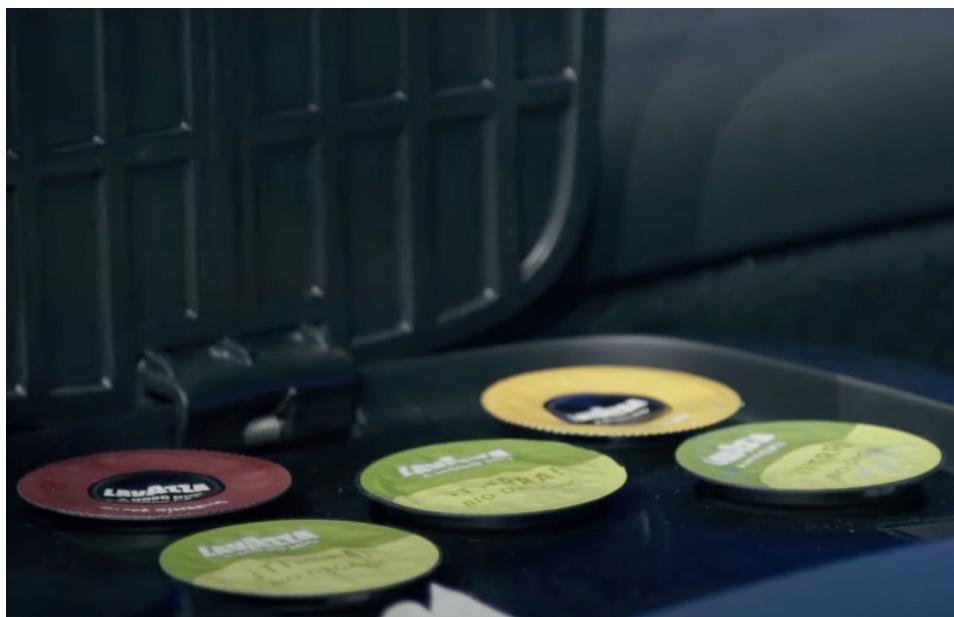
"Lavazza se involucró en el proyecto, y trabajamos con TUC tanto en la primera como en la segunda fase. El objetivo común es optimizar los resultados ya alcanzados y mejorar la experiencia del usuario del vehículo", expresó Fabio Scaltritti, director de I+D de Lavazza.

Una iniciativa que rompe los límites de la innovación y que abre paso a todo un camino de sorpresas en las que la automatización, la inteligencia artificial y las aplicaciones móviles tendrán un papel central.

Con este proyecto, el concepto de vehículo se extiende y se desdibuja: hablamos del diseño de su interior de una manera modular y

digital, junto a un smartphone por el que manejar todas las funcionalidades de nuestro coche. Y todo ello, acompañado de un buen café Lavazza:

¿Será el siguiente paso en la concepción de café on the go?



La restauración española asume pérdidas en ventas de 4.333 millones de euros



En los días comprendidos entre el 15 de marzo y el 30 de abril, la industria sufrió un mercado de mínimos, en los que conservó tan solo un 9,6% de su negocio.



Durante las seis semanas en las que transcurrió el confinamiento más restrictivo, el sector de la restauración en nuestro país ha sufrido uno de los momentos más amargos de su historia; atravesando una pérdida de sus ventas por valor de casi 5.000 millones de euros, si las paramos con las ventas producidas el año anterior.

Según The NPD Group, investigadora de mercados, durante el periodo de estado de alarma, "la restauración española ha operado en un mercado de mínimos, conservando solo un 9,6% de su negocio; es decir, únicamente se ha mantenido uno de cada diez euros de los facturados en las mismas semanas de 2019", confirma el director ejecutivo de la compañía, Vicente Montesinos.

Escudriñando los datos, observamos que, de esos 4.333 millones de pérdida de ventas, la mitad se concentra en los restaurantes de servicio completo, al tiempo que un 30% pertenece a bares y cafeterías.

El resto de la restauración -hoteles, cafeterías de empresas y oficinas, vending, retail para consumo inmediato, medios de transporte y otros- completa la pérdida de ingresos de la industria en este periodo.

Con estas cifras encima de la mesa, y asumiendo los cambios que trae consigo cualquier crisis, esta situación va a marcar un punto de inflexión para los sectores vinculados a la oferta de servicios, como la restauración y la distribución automática.

Por ello, el ciudadano encuentra tanto en el vending como en la distribución automática un aliado perfecto para obtener una oferta de calidad, evitando cualquier tipo de contacto entre humano y humano.

A juicio de Montesinos, "Nos conducirá a un sector diferente, previsiblemente con menos puntos de venta, más profesionalizados y con mayor peso de la restauración organizada. Además, cambiará sustancialmente la relevancia del consumo fuera del establecimiento, tanto del envío a domicilio, como de la comida para llevar".

SEIS DE CADA DIEZ USUARIOS VOLVERÁN A CONSUMIR EN LAS REAPERTURAS PERO, ¿BAJO QUÉ REQUISITOS? LA AUTOMATIZACIÓN TIENE LA RESPUESTA
Según el estudio de Sentimiento del Consumi-

dor en Restauración, realizado también por The NPD Group, más de la mitad de los consumidores españoles afirman que volverán a los restaurantes, bares y cafeterías durante el mes de reapertura de los locales.

Sin embargo, este consumo no será igual que el anterior al Covid-19. Sabemos que existen nuevas demandas y requisitos por parte de los ciudadanos, marcados por la desconfianza, el miedo y la incertidumbre hacia el contagio del virus.

Así, el 63% de los entrevistados solo seleccionarán aquellos restaurantes, bares y cafeterías que conocen y en los que confían.

Es hora de apostar por la imagen de marca, darle un valor añadido al servicio y ofrecer no solo un consumo, sino toda una experiencia personalizada al consumidor.

En ese sentido, teniendo en cuenta el distanciamiento social que han vivido los consumidores desde que se aplicara el estado de alarma, las soluciones automatizadas, la interacción con máquinas, el uso del móvil para cualquier compra y el canal online han pasado a ser los hábitos de consumo.

8 de cada 10 empresarios estiman la recuperación total antes de 2022

Sectores como logística, telecomunicaciones y la industria alimentaria, entre los que se extiende la distribución automática, se recuperarán en su totalidad antes de un año; aunque apenas el 26,6% de las empresas españolas ha vuelto a la actividad habitual a día de hoy.

Con la nueva normalidad a la vuelta de la esquina, los empresarios están comenzando a realizar sus primeras previsiones sobre cómo será la recuperación de sus negocios y cuánto tiempo les llevará.

Así, un estudio realizado por Randstad, ha querido mostrar la situación empresarial tras la pandemia y dichas estimaciones en nuestro país. Para ello, el análisis ha contado con la participación de más de 11.000 empresas de diferentes ámbitos de la industria.

De este se extrae una cierta visión optimista ante el futuro a corto plazo del mercado, ya que el 80% de los empresarios españoles esperan conseguir la recuperación total, -volviendo a los niveles previos al Covid-19- antes del segundo semestre de 2021.

Fundamentalmente, el 19,5% confía en rescatar sus negocios en el primer trimestre del 2021 y el 19,2%, durante los últimos tres meses de este año. Un 12,1% opina que llevará más tiempo: hasta el segundo trimestre de 2021, mientras que los más optimistas la vaticinan incluso en el segundo trimestre de este año (4,3%) -o en el tercero (9,8%).

Paradójicamente a lo que se pudiera pensar, también es importante destacar el hecho de que el 15,1% de los entrevistados que su facturación no se ha resentido intensamente durante la crisis.

Paralelamente, con una predicción menos esperanzadora de la economía, se encuentra un 3,2% del empresariado español, que prevé que la situación no mejore hasta pasado el segundo semestre de 2021. En esta línea, el 6,5% de los encuestados opina que el volumen productivo no va a recuperar nunca los valores previos a la crisis.

Otro de los datos más llamativos del estudio en base a la recuperación de empleo: según el informe, los empresarios contratarán una media de 3,3 trabajadores -temporales- para reactivar sus negocios durante la fase de



recuperación.

En relación al resultado de las encuestas, el director de Randstad Research, Valentín Bote, subraya que el hecho de que un número tan mayoritario de empresarios confíen en una recuperación tan temprana es muy buena señal: "Confiamos en que esta nueva situación en la que nos estamos adentrando, sectores como el turismo y la hostelería sean un espaldarazo para el conjunto de la economía y contribuya a cierto reactivación del mercado laboral en los próximos meses".

RECUPERACIÓN POR SECTORES

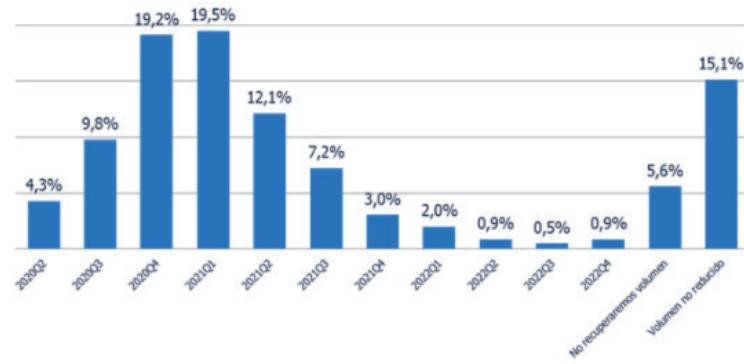
Lógicamente, el sector sanitario y la industria farmacéutica serán los que gozarán de una recuperación más rápida; estimándose que

la mayoría de las empresas conseguirán volver a la actividad anterior antes de los tres primeros meses de 2021.

El análisis destaca otras industrias en las que la mitad de sus empresas comenzarán a trabajar ya este verano y que, por ende, alrededor del 90% conseguirán la recuperación total antes del final del próximo año.

Son los sectores de la contabilidad y servicios jurídicos, los seguros, el comercio al por mayor, la logística, las telecomunicaciones, la agricultura y la ganadería, y las industrias química y alimentaria. En este bloque aparece también la distribución automática, que está volcando todos sus esfuerzos por ofrecer nuevas soluciones que se adecuen a las nuevas necesidades y demandas.

Previsiones de recuperación total por parte de los empresarios



Fuente: Randstad



Posibles escenarios de futuro: centrarse en el **cliente** mediante aplicaciones tecnológicas

Con el cliente en el centro del negocio, se trata del futuro más esperanzador para la industria, y las empresas de vending que sean capaz de controlar el Big Data para fijar sus estrategias serán las que obtengan el éxito en este nuevo panorama.

Los cambios provocados por la pandemia del Covid-19 han abierto una ventana al vending; es el momento de empezar a plantear los posibles escenarios de futuro que surgirán y las oportunidades que estos traen consigo para el sector de la distribución automática.

Como hemos mencionado en otras ocasiones, la tendencia que se ha fijado como realidad es el hecho de que los clientes y consumidores finales son cada vez más exigentes, y las claves para ofrecerles un servicio gratificante pasan por la calidad y la personalización.

Con esto presente, el futuro de la industria se dirige hacia la etapa de "Customer Centrics", como mencionan en el estudio El negocio del

Food Delivery/Take away en España, realizado por EAT2GO. Este escenario se enfoca en la búsqueda del cliente mediante las aplicaciones tecnológicas. '

En el mejor de los casos, existe una gran probabilidad de que este surja, siempre y cuando se realicen los cambios necesarios -reconversión de modelos de negocio y una legislación que los motive y facilite-.

APP MÓVIL Y BIG DATA

La inversión en tecnología ha demostrado ser la solución en muchos aspectos: la implantación de nuevos medios de pago; la creación de aplicaciones móviles y sus ofertas de marketing promocional y la innovación en las máquinas de vending han originado que las empresas evolucionen hacia un modo completamente diferente de interactuar con los consumidores.

Esa comunicación provoca también la obtención de datos del cliente que hasta ahora

había sido imposible de aglomerar.

Así, las compañías que sean capaz de controlar el Big Data para fijar sus estrategias de cara al usuario serán las que gocen del éxito. Al mismo tiempo, deberán generar experiencias centradas en el consumidor, personalizarlas, darle un valor añadido a ese servicio y, en definitiva, crear vínculos emocionales con él.

Cuando hablamos de clientes, tenemos que entender a qué perfil nos estamos refiriendo: en este escenario, será más efectivo dirigirse a aquellos que buscan en la tecnología una solución para cualquier aspecto cotidiano.

Hablamos de las generaciones como la millennial o generación Z, que son las edades en las que se hace un uso intensivo de las aplicaciones móviles y otras tecnologías.

Coincide además, por norma general, que



cuentan con una posición económica más acomodada, por lo que valorarán las nuevas experiencias de consumo que sean capaz de sorprenderles y darles un servicio que no podrían obtener en otros canales.

En ese sentido, prevalecerá el servicio por encima del precio; cuando el vending ofrezca un servicio personalizado y premium, el aspecto económico dejará de ser un problema y surgirán nuevas opciones de venta, como consecuencia de una mayor rentabilidad de las explotaciones.

Más allá de los meros datos tradicionales como: sexo, edad, zona geográfica... Este conocimiento del usuario debe dar un salto cualitativo: conocer sus hábitos, sus valores y su estilo de vida será fundamental para aplicar una oferta personalizada y fidelizarlo. De ser así, estaríamos hablando de un nuevo cliente; uno vinculado al proveedor.

Si la tecnología ocupa -y seguirá haciéndolo- un lugar primordial en la sociedad, el concepto de sostenibilidad no será menos importante. Y es que, este escenario desembocará, a largo plazo, en uno más ecofriendly; derivado de los cambios en los modelos de consumo y

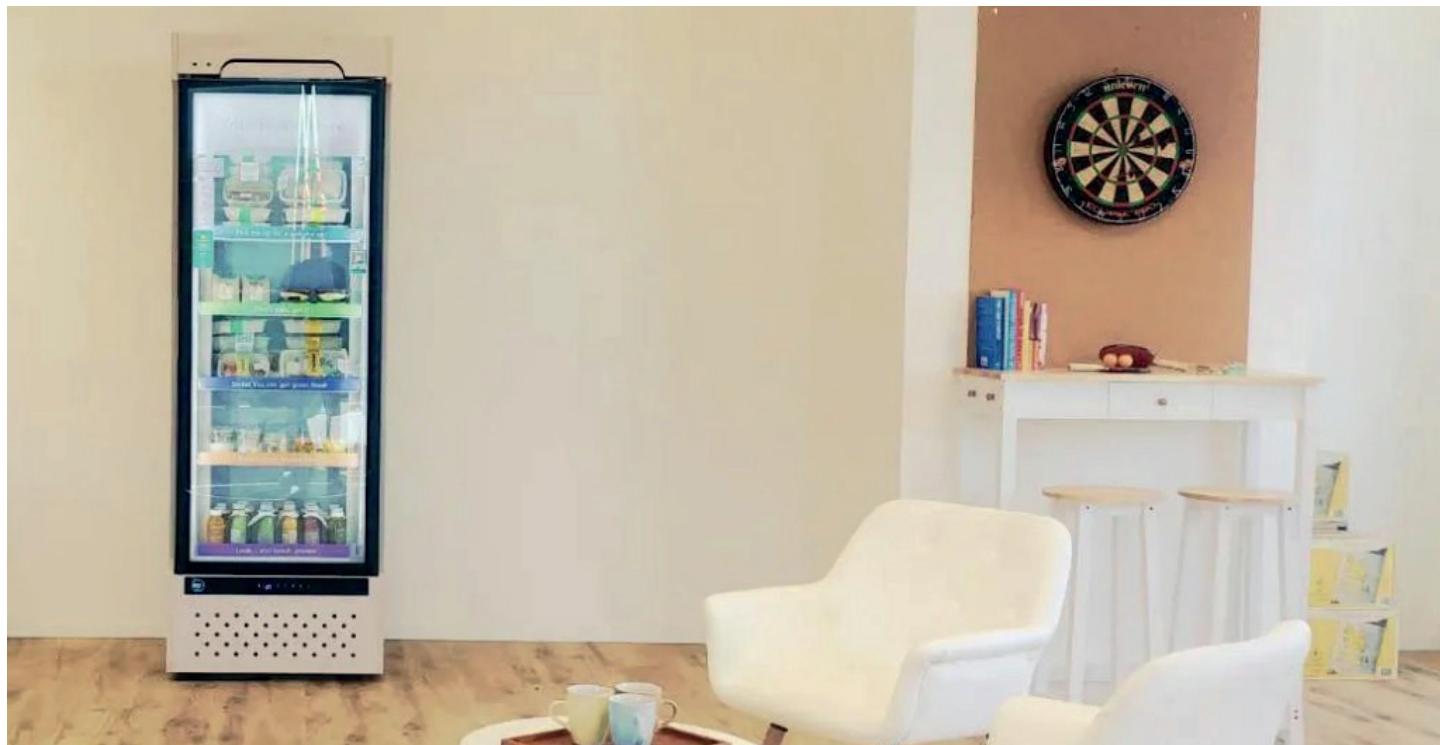
de alimentación que se están produciendo.

Lo vemos en la propia oferta que presenta el vending: envasados reciclados, máquinas de reciclaje, productos ecológicos y modos de producción respetuosos con el medio ambiente.

Por tanto, además de centrarse en los usuarios más digitalizados, este futuro se basará en los clientes eco-respetuosos que buscan nuevas alternativas de consumo responsable y sostenible.



Neveras inteligentes, la solución vending para la restauración y el en momentos de desconfianza e incertidumbre



Los refrigeradores de autoservicio son una de los canales más eficaces para que los restaurantes y cadenas de comida rápida puedan acercar sus menús a los consumidores, no solo en los propios establecimientos, sino en multitud de ubicaciones.

Es evidente que la crisis ha sacudido a todos los sectores, sobre todo al de la restauración y hostelería, que aún hoy sufren limitaciones y trabas para abrir sus establecimientos. La pérdida de ventas y los meses de bloqueo hacen urgente la necesidad de empezar a reactivar los negocios, pero...¿cómo hacerlo para no morir en el intento?

Si algo ha enseñado la pandemia del Covid-19 a las empresas que ofrecen servicios es a cambiar de mentalidad y reinventarse. Agudizar el ingenio se ha convertido en un elemento tan importante como las propias mascarillas; y solo aquel que apueste por la automatización, tendrá su hueco en el mercado.

Desde entonces, el brote del coronavirus ha

obligado a que la mayoría de empresas se centren en la seguridad y a las nuevas formas de consumo. Por ello, muchas de ellas han empezado a ver en el vending un aliado: por su propia naturaleza, permite llevar sus artículos y platos a los consumidores finales de forma segura, rápida y versátil.

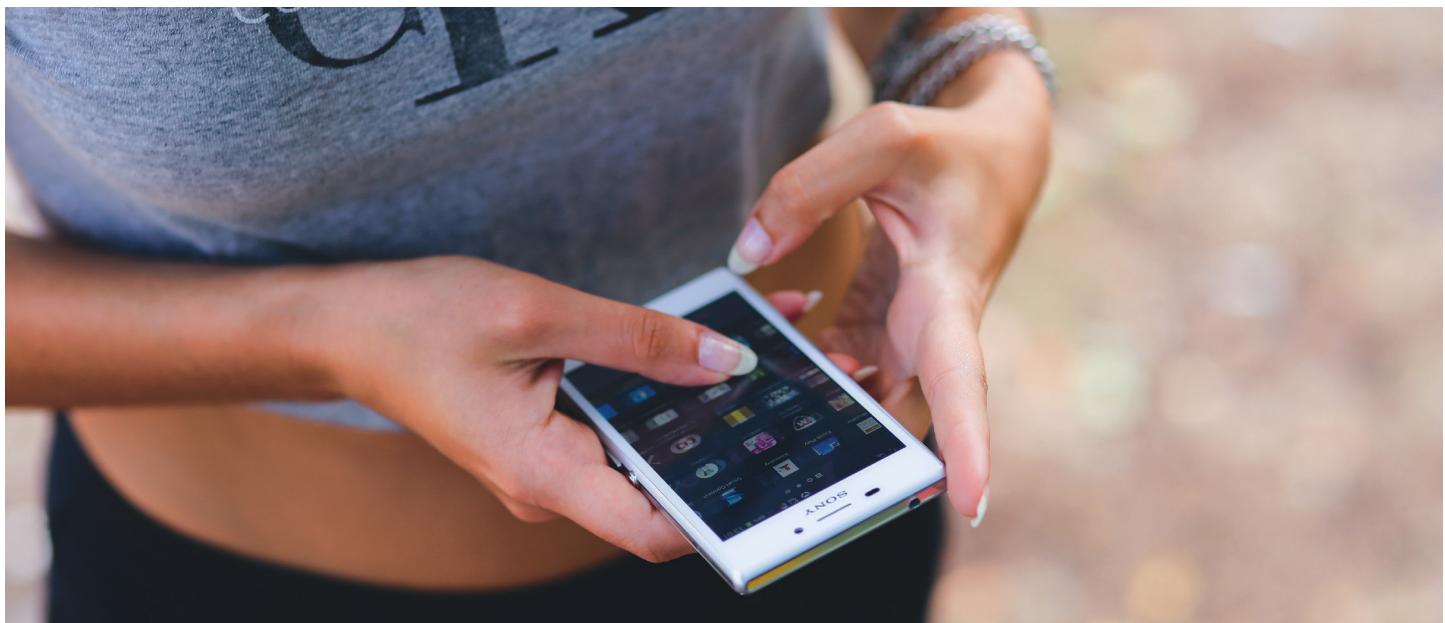
Ejemplo de ello lo encontramos en el "smart fridge", máquinas preparadas para albergar este tipo de alimentos y ubicarse, no solo en los propios restaurantes y locales, sino en todo tipo de espacios para que el cliente tenga en todo momento la opción de consumo, y el empresario, una venta asegurada.

Una oportunidad que pueden aprovechar desde los restaurantes más selectos, con su oferta gourmet, hasta el producto más indulgente de una cadena fastfood; las opciones son infinitas. En ese sentido, el usuario puede echar un vistazo al menú que oferta la nevera inteligente; una vez escogido, lo paga y automáticamente la puerta de la máquina se abre para que pueda coger la comida; al más puro estilo micromarket.

Que las personas volverán a reunirse en los restaurantes es muy probable; la necesidad de comer fuera de casa y socializarse existirá siempre. Sin embargo, lo que cambiarán -y ya se está produciendo- son las formas de hacerlo. La automatización, el servicio unattended y el uso de pagos digitales se presentan como la mejor solución si los empresarios de la

AUTOSERVICIO

El usuario puede echar un vistazo al menú que oferta la nevera inteligente; una vez escogido, lo paga y automáticamente la puerta de la máquina se abre para que pueda coger la comida; al más puro estilo micromarket.

 INNOVA


Llega a España la **app** para diagnosticar, monitorizar y trazar infectados por Covid-19

La solución, desarrollada por Vanadis, implementa la tecnología de MIT (Instituto tecnológico de Massachusetts), que permite rastrear a través de bluetooth y detectar el cruce entre usuarios de la misma. De esta forma, si uno de ellos está contagiado, mediante esa cadena se puede saber quién, potencialmente, también pudiera estarlo.

Vivimos en un mundo marcado por la tecnología y el uso del móvil como una práctica habitual más. Así es, las apps móviles cuentan con un potencial que no hay que dejar pasar.

En ese sentido, desde Hostelvending ya empezábamos a plantear si, realmente, sería posible aplicar estas aplicaciones para detener la propagación del coronavirus. En respuesta, los gobiernos nacionales en Europa estudian la posibilidad de crear aplicaciones de rastreo del virus.

Y es que, para combatir el coronavirus, la forma más efectiva es poder trackear a los contagiados, y el smartphone es el gran aliado: ¿quién no cuenta ya con uno?

Por ello, empresas como Vanadis, especializada en desarrollo de soluciones para la transformación digital móvil, se encuentra trabajando actualmente en la solución app

del MIT llamada Safepaths para frenar la pandemia del Covid-19 mediante la identificación de usuarios contagiados a través del smartphone.

Sin embargo, como ya comentábamos, lo que más preocupa en Europa es la privacidad y la necesidad de proteger los datos de los ciudadanos. En este aspecto, Alfonso Sánchez CEO de Vanadis explica, "Hasta hoy los principales inconvenientes de la tecnología de rastreo eran por un lado la imprecisión de geolocalización y la invasión de privacidad en los usuarios. Por ello surge la necesidad de crear una solución que permita realizar un tracking de infectados y que además resuelva estos dos obstáculos".

USO DE BLUETOOTH

La app no hace seguimiento de las personas, sino que detecta cruces de infectados. Para ello utiliza el bluetooth de los móviles: si dos móviles de usuarios contagiados se cruzan es cuando salta el aviso.

Además, este registro es solo de IDs de cada usuario -no se trata de datos personales de cada uno de ellos-, por lo que la infor-

mación personal está siempre a salvo en el propio dispositivo.

La solución permitirá a los usuarios conocer la ubicación de otros, y las rutas más seguras por las que poder transitar; ya sea por calles o incluso por transportes públicos.

"Podremos crear archivos de rastreo que garanticen la privacidad de todos los usuarios pero que permitan construir áreas geográficas seguras libres de Covid-19. Toda esta información además se podrá publicar en Internet siempre cumpliendo con toda la normativa legal", añade Alfonso Sánchez.

¿CÓMO FUNCIONA?

Los pacientes diagnosticados como positivos en Covid-19 pueden optar voluntariamente por proporcionar los datos de su app a su centro de salud, para identificar las rutas que ha seguido y las personas con las que han coincidido. Esta información será privada.

Así, usando la nueva aplicación web, el centro de salud recoge la información identificando el rastro de localización del usuario.

Posteriormente, ese rastro seguido por el usuario se comunica para que sea accesible, y el sistema de la app de Vanadis emite una notificación a los usuarios que han estado en contacto con el afectado.

Tendencias Post-Coronavirus en oficinas: ¿transformación de los comedores en OCS automatizados?



Con las posibilidades que ofrece la distribución automática, muchas empresas se sienten atraídas por este tipo de suministro de productos alimenticios y bebidas en el marco de la vuelta al personal a las oficinas. Esto supone todo un abanico de posibilidades para el negocio de los operadores de vending.

El OCS es, sin lugar a dudas, uno de los segmentos más potentes del vending. Desde la pequeña máquina de cápsulas para la mesa hasta las cafeteras superautomáticas -table top o free standing-; desde fuentes de agua hasta expendedoras automáticas de bebidas frías; desde servicios individuales de mantenimiento y reparación hasta "servicios completos para que dejes de preocuparte", en vending existe una gran cantidad de ofertas y servicios

que hacen posible unas prestaciones hechas a medida para cualquier empresa.

Tanto es así que, según datos del sector aportados por Deutsche Vending-Automatenwirtschaft (BDV), antes de irrumpir la pandemia del Covid-19, la mayor parte del negocio correspondía al OCS en las empresas.

Unas cifras que se han visto mermadas, lógicamente, en la mayoría de los casos, porque estos servicios han permanecido inactivos por la introducción del teletrabajo -o al cierre temporal de centros de producción-.

Sin embargo, el vending ha estado siempre presente; dando su servicio a lo largo de todo el estado de alarma. Los ciudadanos empezaron a interesarse por este canal; un canal que les ofrecía alternativas a los grandes supermercados, abarrotados de personas y con limita-

ciones de algunos productos por la fuerte necesidad de abastecimiento.

Empezaron a encontrar en el distribución automática unas ventajas que no tenían en otros modelos de negocio: automatización, servicio desatendido, rapidez, posibilidad de pago digital...

El resto de sectores también comprendieron el potencial de las máquinas automáticas -aunque es una tendencia que se estaba dando antes de la pandemia-, por lo que establecieron estas expendedoras en sus negocios: panaderías, estaciones de servicio, supermercados, incluso el sector retail, han instalado estas expendedoras.

Orientadas, sobre todo, el sector del café -coffee corners-, que en épocas

como la actual, hacen posible no solo la obtención de café o té para llevar sino, lo que es más importante, conseguirlo sin necesidad de contactos.

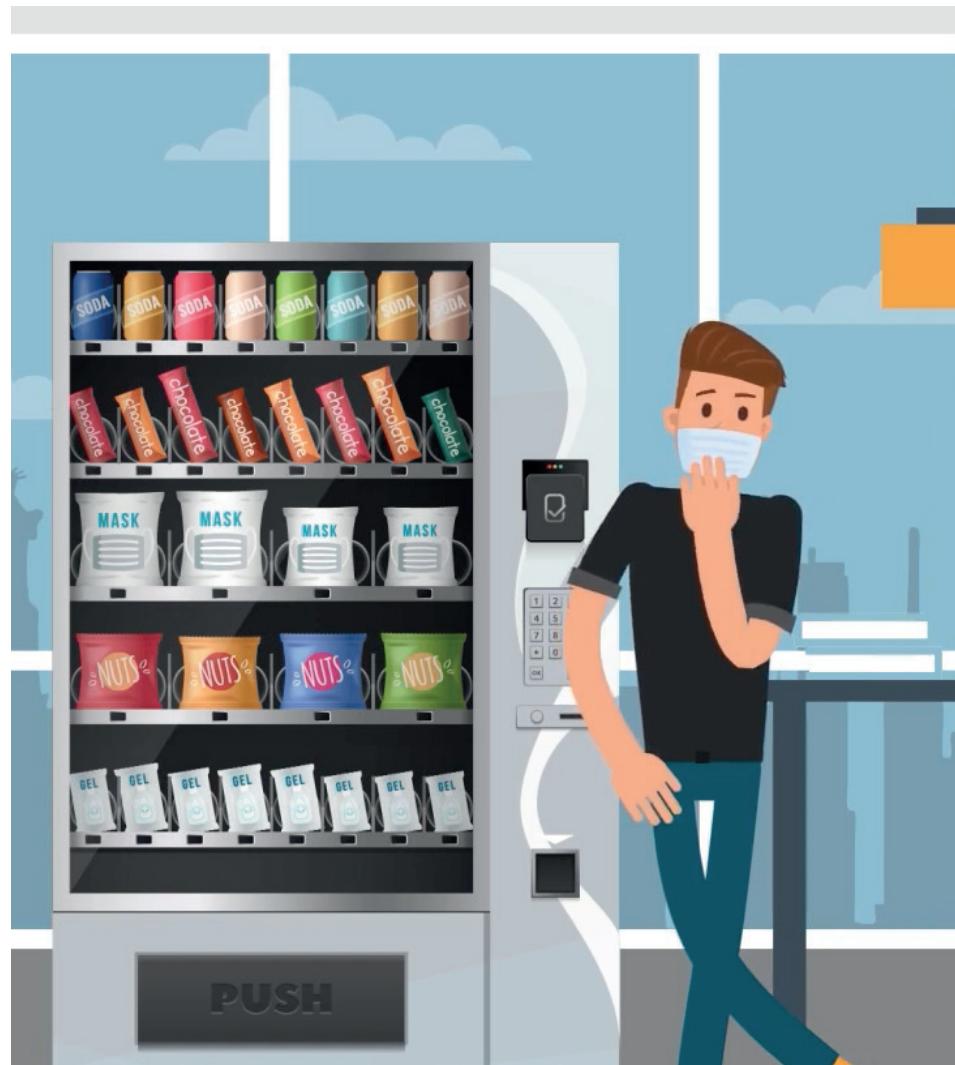
Con ello, se abren nuevas posibilidades para el negocio de los operadores de vending. Es por ello que resulta más importante que nunca reforzar las ferias y eventos especializados en la industria, para trasladar esas nuevas tendencias y oportunidades.

Este éxito ha llevado a que multitud de empresas y corporaciones se replanteen la forma de suministrar productos de alimentación y bebidas en el marco de la vuelta del personal a su puesto de trabajo. Muchas están reconvirtiendo sus comedores, donde habitualmente había personal, por un servicio más dinámico, desatendido y automático.

Por su parte, eventos como la Euvend & Coffeena intervienen precisamente en la proliferación de esas oportunidades; haciendo posible a los participantes en la feria el acceder, a través de la ORGATEC, que se celebra paralelamente, a nuevos grupos objetivos como, por ejemplo, proyectistas de instalaciones de abastecimiento.

En definitiva, crear sinergias y alianzas para dar un servicio completo, de calidad y variado.

Y no solo hablamos de entornos como oficinas y workplaces, las máquinas automáticas y los quioscos desatendidos también pueden ofrecer todo un valor añadido en establecimientos y sectores tan relevantes para la sociedad como los centros sanitarios, farmacia, comisarías, bomberos, industrias de la alimentación, entre otros.



Así, tanto la Asociación Europea de Vending & Servicio de Café (EVA), como el resto de asociaciones a nivel nacional, afirman que no existe ningún peligro añadido de infección a través del vending y los dispensadores de agua.

El OCS volverá a dar su servicio, quién sabe

bajo qué nuevas formas.

Lo que está claro es que el futuro de los servicios de restauración y distribución de alimentos y bebidas pasan por la automatización, el servicio no tripulado y la tecnología más innovadora; unas características que, a día de hoy, solo ha podido recoger el vending.



naming®

Casual food

NUEVO ARTESANO'S



Con Aceite de Oliva

Atún y Huevo · Queso Semicurado · Salchichón Jamón Serrano y Pimientos

OCA GLOBAL ISO14001 CERTIFICACIÓN

OCA GLOBAL ISO14001 CERTIFICACIÓN

www.n-amning.es



Ensaldeling

Guacamole & Arroz con Vegetales
Quinoa & Rice with Vegetables



Pasta Pesto · Rusa · Cangrejo
Quinoa Vegana · Pasta Jamón y Pollo

BLOOMER



NUEVAS RECETAS
NUEVA IMAGEN
15 DÍAS VIDA ÚTIL

Jamón Cocido Extra · Pollo Asado
Pavo Braseado

+ENWWW.HOSTELVENDING.COM

59

{V} La importancia de alcanzar un vending sostenible



El concepto de sostenibilidad en el mundo de la distribución automática pasa por muchos aspectos de la actividad de las empresas que operan en el sector. Desde la gestión eficiente hasta la adopción de nuevas tecnologías más ecofriendly, el vending cada vez tiene más presente la importancia de adoptar una posición de compromiso con el medio ambiente.

La sociedad avanza, y con ella, todos los sectores que la conforman. El vending, en particular el dedicado a la oferta de alimentos y bebidas, se alza como uno de los servicios más modernos y estrechamente relacionado con la demanda que proviene de los nuevos hábitos, basados en un estilo de vida out of home.

Las máquinas expendedoras de alimentos forman parte de la costumbre social de nuestro ecosistema, tanto por la capacidad de adaptación como por la versatilidad de su uso.

Así es, el vending es un instrumento de uso diario para millones de usuarios y consu-

midores en multitud de contextos diferentes: desde las oficinas hasta los centros sanitarios, colegios, residencias, estaciones de transporte e incluso la propia vía pública.

Sin embargo, al tiempo que crece su importancia y su alcance, también lo hace su compromiso para con la sociedad. Cuando hablamos de compromiso, automáticamente se nos viene a la mente el concepto de "sostenibilidad".

Y es que es uno de los problemas que se está extendiendo cada vez más en todos los ámbitos; por ello, las personas -desde la perspectiva de consumidor- cada vez son más sensibles a estas cuestiones y optan por comprar productos y servicios que respetan sus valores.

En el caso de las empresas dedicadas al sector de la distribución automática, la conciencia de la necesidad de reorganizar su trabajo de manera sostenible ha llevado a que la mayoría inicien proyectos de este tipo en todos los ámbitos de su actividad.

Estas iniciativas también son apoyadas desde las asociaciones de vending; tal es el caso de CONFIDA, por ejemplo, que, en colaboración con la Fundación Sodalitas, lanzó el proyecto "Vending Sostenible", con el que invitan a las compañías del sector a que trabajen de la mano para comenzar un camino más respetuoso con el medio ambiente.

Este proyecto pasa por la creación de un código ético en el que quedan establecidos los puntos más importantes a cumplir por parte del vending.

CALIDAD Y SEGURIDAD DE LA NUTRICIÓN

Cuando hablamos de vending sostenible, también nos referimos a la propia elección de productos alimenticios y a la apuesta por una oferta saludable y nutritiva.

De esta forma, las empresas han de comprometerse a brindar a sus clientes y consumidores finales una gama variada de productos que cumplan los máximos estándares de calidad desde el punto de vista de conservación y nutricional.

FOMENTAR UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

El vending no solo tiene que brindar una oferta nutritiva, sino fomentar un estilo de vida saludable y la información necesaria para que los ciudadanos puedan elegir los alimentos con conocimiento de causa.

En relación a ello, la industria debe promover un acceso amplio y adecuado a los alimentos en términos de cantidad y calidad; al tiempo que reduzca el desperdicio y los excedentes de alimentos, uno de los principales problemas en nuestro país.

EFICIENCIA AMBIENTAL

Por otra parte, las empresas también han de adoptar la eficiencia ambiental en los procesos de producción: comprometerse a mejorar el impacto ambiental de su actividad productiva y distribuidora.

Pero, ¿cómo lograrlo? Medidas como la reducción del consumo de materias primas; la disminución de las emisiones y la producción de desechos y optimizar el rendimiento ambiental de las máquinas expendedoras y el impacto ambiental de la logística, son algunas de las claves.



Las primeras cápsulas de café con **aluminio reciclado**, de la mano de **Nespresso**

La marca, referente en el mundo del café y en soluciones de distribución automática como los coffee corners, será la primera en emplear un 80% de aluminio reciclado en la fabricación de sus cápsulas.

La percepción de las empresas cada vez gana más importancia y llega a más factores distintos que tienen un enfoque decisivo en el proceso de compra. La sostenibilidad se configura ya como una clave de éxito ineludible para las empresas, dado el impacto directo que tiene sobre la decisión final del consumidor. Esto se reproduce en el vending, donde las compañías que operan en el sector están vertiendo sus esfuerzos por aportar su grano de arena en la reducción de la huella ecológica.

Conocedores de esta realidad, desde Nespresso han decidido darle a su oferta un valor añadido respecto al compromiso medioambiental. Así, se convierte en la marca pionera en utilizar aluminio reciclado en sus cápsulas de café, concretamente, un

80% del material. Esta iniciativa se enmarca en el objetivo por parte de la productora de trabajar bajo el ámbito de la circularidad; minimizando el desperdicio y maximizando la reutilización de materiales.

¿Y POR QUÉ EL ALUMINIO?

Se trata de uno de los materiales más reciclados del mundo, puesto que requiere menos energía para producirse que una materia virgen.

Además, los estudios confirman que el aluminio también protege de manera óptima la frescura y los aromas del café, protegiéndolo de elementos que lo podrían dañar, como el oxígeno, la luz y la humedad.

En suma, las nuevas cápsulas de la compañía están fabricadas con una lámina más delgada, utilizando un 9,2% menos de aluminio, por lo que, tal y como afirman desde Nespresso, son un 8% más ligeras.

Las primeras cápsulas de Nespresso fabricadas con un 80% de aluminio reciclado las encontraremos en la gama permanente Mas-

ter Origin Colombia, y llegarán a España durante el mes de julio. Para finales de 2021, el objetivo de Nespresso es que toda su oferta se fabrique con aluminio reciclado.



Vasos en vending: ¿reutilizables o de un solo uso?



Pese a que los vasos de un solo uso constituyen hoy una garantía de que la bebida es totalmente segura y cada vez más se fomenta su uso, lo cierto es que aún se mantiene en el sector la discusión de desechable frente a reutilizable, puesto que la problemática de la sostenibilidad impera en el mundo de la distribución automática.

La controversia está servida. Los vasos de un solo uso han originado desde siempre un fuerte debate por parte de la industria y los organismos gubernamentales.

Muy criticados hasta hace unos meses, su uso empezó a fomentarse una vez estalló la alarma social del Covid-19: actualmente suponen una garantía de que el consumo es seguro.

Asimismo, las soluciones con productos de un solo uso están pensadas para ser empleadas en contextos en los que, debido, por ejemplo, a motivos higiénicos, laborales u otros, no es posible la utilización de recipientes reutilizables, como tazas de café del propio usuario.

No obstante, se mantiene en el sector la discusión un solo uso frente a reutilizable, puesto que el tema de la sostenibilidad figura también aquí en los primeros puestos de la agenda.

Esta discusión se promueve también a través de la propia Directiva de la UE sobre productos de plástico de un solo uso.

LA REUTILIZACIÓN SE IMPONE

El avance de la Unión Europea es un reflejo de los nuevos hábitos y valoraciones de sus ciudadanos.

Una tendencia que, lógicamente, también se vislumbra en el sector del vending: existe una fuerte tendencia a los envases reutilizables, fomentando así el compromiso ecológico.

Actualmente, encontramos numerosas iniciativas en torno al uso de los vasos reutilizables: vemos multitud de establecimientos como

cafeterías, oficinas y otros segmentos que promueven esta práctica ofreciendo a cambio bonus (rebajas, promociones, puntos...).

INTERROGANTES EN EL AIRE

También hay que tener en cuenta que trasladar estas ideas en vending supone enfrentarse a nuevos desafíos que pasan por introducir funciones especiales en las máquinas expendedoras, para hacer posible el llenado de una taza propia; así como sistemas de devolución que recojan esos vasos una vez ya usados.

A todo ello se suma otras cuestiones como los procesos de fabricación, logística y eliminación de recursos invertidos en los envases reutilizables y el consumo energético que genera.

Y, teniendo presente la situación que atraemos actualmente, donde la prevención, la higiene y la seguridad son primordiales:

¿Se puede garantizar que los vasos no resulten contaminantes?, ¿colisiona esta práctica medio ambiental con las recomendaciones de las autoridades?

 **MEDIO AMBIENTE**


Plásticos de un solo uso: ¿limitarlos o permitirlos en la Nueva Normalidad?

Frente a la situación caótica que está provocando el Covid-19, todo parecía apuntar a un “alivio” del impuesto sobre los plásticos y un stand by de la prohibición de los plásticos de un solo uso; sin embargo, el Gobierno español está tramitando un anteproyecto de ley que, entre otras medidas, aplicará unos límites muy marcados a los plásticos de un solo uso, con el propósito de abrazar la economía circular.

Sin duda, es un tema que ha originado desde su inicio un fuerte debate por parte de la industria, las asociaciones y los organismos gubernamentales.

Y ahora, el uso del plástico, sobre todo en lo que alimentación se refiere, presenta aún más controversia, ante la efectividad de este material para proteger los productos ante una posible contaminación del Covid-19.

Desde el Gobierno italiano, hace tiempo que aplazaron la fecha de aplicación de los impuestos relacionados con los plásticos de un solo uso.

Este hecho fue motivado también por las continuas demandas de asociaciones como la

Confida, que no ha dejado de expresar la necesidad del sector del vending de reducir la cuantía de dichas tasas.

Trasladándonos a nuestro país, la decisión es clara: seguir estrechando el cerco a los plásticos de un solo uso, pese al fomento actual de los mismos.

La norma aplicada por el Gobierno, que queda recogida en la Ley de Residuos y Suelos Contaminados, establece intensas restricciones al empleo de este material en los diferentes sectores.

Paletinas, vasos para bebidas como el café, tapas, envases para alimentos, tan utilizados en la distribución automática, quedarían reducidos un 50% para el año 2026 en base al 2022.

Y para conseguir este propósito, el Gobierno central prohibirá a partir del 1 de enero de 2023 la distribución gratuita de este tipo de materiales; así como la obligación de señalar al usuario final el importe que se le está cobrando por el uso de ese plástico.

En suma, el anteproyecto de ley recoge que todos los establecimientos de la industria horeca deberán brindar a los clientes la posibilidad

de consumir agua no envasada gratuitamente, “siempre que estén garantizadas las condiciones de salubridad”, tal y como recoge el Ministerio.

En sintonía con esto, el texto también plasma que, a partir del 3 de julio del año que viene, se prohíbe la comercialización de productos elaborados a base de plástico como cubiertos, platos, pajitas o shakers, entre otros.

SANCIONES Y MULTAS PARA LAS EMPRESAS QUE NO CUMPLAN LOS REQUISITOS

Estas medidas tienen su eco en el régimen sancionador, tras el que se considera la producción de residuos una infracción de carácter grave, así como el abandono de basura. Hablamos de sanciones de hasta dos millones de euros.

Con todo ello, el Gobierno deja clara su apuesta por la economía circular y su propósito de intensificar las medidas para eliminar el plástico de un solo uso de la industria.

Sin embargo, la decisión choca con la posición actual de mantener y fomentar los envases desechables para evitar la propagación del Covid-19. Sin ir más lejos, este tipo de envases se han promovido desde organizaciones como la OMS. La controversia está servida.

¿Cómo reiniciar **tus máquinas de vending** con la máxima seguridad e higiene?

PARA GARANTIZAR LA CALIDAD DEL PRODUCTO QUE OFRECEN LAS EXPENDEDORAS EN LOS SERVICIOS DE OCS Y VENDING, ES IMPORTANTE TENER EN CUENTA EL TIEMPO DE INACTIVIDAD QUE HA SUFRIDO LA MÁQUINA Y APLICAR UNA SERIE DE REQUERIMIENTOS TÉCNICOS QUE ASEGUREN UNA VUELTA A LA ACTIVIDAD SEGURA.



Comentábamos anteriormente que las restricciones han comenzado a mitigarse, y los entornos de trabajo vuelven a abrirse tras meses de bloqueo. Para afrontar la nueva normalidad que se vislumbra en el horizonte, los trabajadores necesitan apoyarse más que nunca en los servicios que la distribución automática ofrece: servicio de OCS con una oferta completa y variada, con un buen café que de aliento durante unas jornadas más intensas marcadas por la reducción de la salida al exterior.

CAFÉ Y OCS

La presencia en HyT le ha servido a las principales empresas del sector para seguir impulsando las principales tendencias actuales del mercado en el terreno del café y del OCS

Y para hacer la vuelta al consumo de las máquinas expendedoras posible en los entornos de trabajo, los operadores de vending han de garantizar la mayor calidad del producto y seguridad del servicio, para lo que es crucial seguir una serie de pasos en el restablecimiento de las automáticas por primera vez tras un periodo de inactividad.

SERVICIO OCS Y MÁQUINAS DE BEBIDAS CALIENTES

En primera instancia, es fundamental limpiar en profundidad la máquina, y en particular los botones, pantallas y cajones de dispensing. En el caso de las máquinas profesionales de café, el técnico o encargado del mantenimiento deberá vaciar y limpiar los contenedores de granos de café para, posteriormente, volver a recargarlos.

Relacionado con los depósitos, es necesario tener en cuenta que, dependiendo del tiempo en el que la máquina ha estado fuera de servicio, será necesario remplazar completamente o

no los ingredientes, así como la leche, solubles o el azúcar.

Otra de las grandes dudas de los clientes a la hora de reactivar el servicio reside en el filtro de agua: este ha de lavarse con una cantidad específica de agua, según sea necesario -dependerá de las especificaciones de cada fabricante de filtros-.

A juicio de BWT, especializada en fabricación de sistemas de filtros de agua para máquinas automáticas, en cuanto a las directrices de reinicio de actividad y puesta en marcha de nuevo los equipos:

“Sugerimos el drenaje activo de cada filtro, inicialmente en función de su talla, tallas S 10 litros de drenaje, tallas M 20 litros y tallas XL 30 litros de drenaje”.

Con esa acción, las posibles partículas generadas en el interior del filtro, por motivos como el estancamiento, quedan eliminadas.

"Si por algún motivo, el filtro mantuviese alguna traza de sabor extraño, entonces recomendamos la sustitución del filtro", señalan.

Una vez realizados los requerimientos pertinentes y para asegurar la calidad del producto final, será necesario probar la bebida a partir de la segunda dispensación. Será el momento pues, de ajustar los parámetros y las preferencias de sabor.

MÁQUINAS DE VENDING REFRIGERADAS: PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN

En sintonía con los procedimientos de las máquinas de bebidas, también se analizará el estado de las máquinas de vending que han permanecido inactivas durante todos estos meses.

En primer lugar, lógicamente, el operador procederá a limpiar a fondo toda la expendedora, haciendo hincapié en los botones, la pantalla y la ventana de cristal desde la que se visualiza el stock.

Tal y como recomendaban desde Evoca Group, si importante es higienizar el exterior de la máquina, lo mismo ocurre con el interior: será básico retirar los productos, limpiar a fondo toda la superficie y el área de dispensing.

¿Y QUÉ HACER CON ESOS PRODUCTOS?

En principio, se pasará a comprobar la fecha de caducidad del stock, ya que al no haber rotado los productos durante ese tiempo, es posible que hayan pasado esa fecha.

En este punto también será crucial comprobar el estado de los productos (independientemente de su caducidad), ya que, al estar apagada la máquina, no ha refrigerado y por tanto la calidad del stock ha podido mermar.

Una vez renovado el stock, el operador ha de ajustar la temperatura correcta de la máquina para el rango de productos que la automática alberga.

Desde la EVA, animan a que, tras reanudarse la producción de maquinaria, informen de cualquier posible situación -derivada de esos cierres y bloqueos- de retraso de inversiones que den lugar a una dificultad por parte del operador de vending a cumplir con los plazos y requisitos legislativos.

En ese caso, la Asociación se compromete a trasladar dichas preocupaciones a la Comisión Europea y otras administraciones encargadas de elaborar las políticas que regulan el sector, para reactivar un sector que ha permanecido meses bloqueado.



VENDING SALUDABLE



Comer saludable en menos de 10 minutos, posible gracias a la distribución automática

El vending y los modelos que forman parte de la distribución automática permiten obtener una amplia gama de productos saludables de manera rápida, económica y cómoda. Aunque es un sector perfecto para entornos laborales, cada vez se está extendiendo más en todos los contextos.

Vivimos en una sociedad marcada por un ritmo de vida frenético, en el que el tiempo es un elemento crucial. Los hábitos y formas de consumo se han adaptado a esta falta de tiempo y, sin duda, los consumidores se decantarán por un servicio u otro dependiendo de este.

Por otro lado, también debemos tener en cuenta que, nos hallamos en un país en el que la cultura de la gastronomía, la búsqueda por lo sabroso y la socialización que esta supone, forman parte de nuestro día a día.

Sin embargo, a menudo esa celeridad lleva a una multitud de usuarios a recurrir a alimentos poco saludables y de comida rápida en ese descanso, ya sea en la oficina o en la calle, de camino a otro destino.

Entonces, ¿cómo aunar estos dos hechos? ¿es posible ofrecer una gama de comida saludable de manera rápida y cómoda? La respuesta se halla en la distribución automática. Y es

que los tiempos han cambiado, y con ellos, el vending saludable se abre paso como una alternativa healthy que nos permite comer alimentos nutritivos en menos de 10 minutos.

Profundizando en estas cuestiones, si bien no hay una evidencia científica sobre cuál es el número de comidas ideal para una dieta equilibrada, si complementamos desayuno, comida y cena con pequeños aperitivos, como unos aperitivos a media mañana o alguna pieza de fruta en la oficina, seguramente nos resultará más fácil comer en 10 minutos porque nos sentiremos satisfechos antes.

En respuesta a ello, la oferta vending también incluye snacks saludables y otras alternativas sabrosas para picar entre horas sin renunciar una dieta equilibrada.

DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA PARA EMPRESAS: EL POTENCIAL DE LOS MINI MARKETS

Sin embargo, la verdadera revolución que hace posible comer un menú saludable en menos de 10 minutos es la distribución automática a modo de mini market. Como aseguran desde Iparvending Group, expertos en distribución automática, incluso podría decirse ha hecho un jaque mate a clásicas comidas de táper.

Se trata de un sistema rápido, cómodo y económico que facilita el self-service; al ser un modelo unattended, no requiere de la contratación de nuevo personal: todo queda automatizado para que los trabajadores tengan ante sí una amplia oferta de productos saludables que contribuyen a mejorar su salud y el bienestar, y por ende, su productividad.

Y, desde Iparvending Group, cuentan con una solución de mini market para que las empresas puedan implementar este servicio: hablamos de su servicio My Market, con el que brindan todo un surtido de alimentos saludables, productos frescos y precocinados, snacks o bebidas, entre otras opciones -y de la mano de marcas de confianza-, dentro del propio entorno laboral, sin necesidad de salir al exterior.

No hay duda, la implantación de un mini market con productos saludables no solo beneficiará la imagen corporativa, sino que también puede repercutir en otros ámbitos tan claves como la motivación o el aumento de la productividad. Los trabajadores agradecerán disponer en sus entornos laborales de este tipo de espacios de ocio y reunión, en los que una buena alimentación y la falta de tiempo no están reñidos.

Nuevos aplazamientos por coronavirus: Coffee Shop Innovation Expo cambia su fecha



Finalmente, la edición de este año de la Coffee Shop Innovation Expo, uno de los eventos más destacados en el mundo de café, se aplaza al 15 y 16 de junio de 2021, manteniendo su ubicación en el Centro de Exposiciones ExCel de Londres.

A pesar de las buenas sensaciones de cara al futuro en la lucha contra el coronavirus, aún existe incertidumbre sobre cuál es la situación actual, por lo que, de cara al sector del vending y sus numerosos eventos monográficos, se está optando por aplazar dichos encuentros más inmediatos, programados para los meses de verano.

Desde Coffee Shop Innovation Expo, consideran que todavía es pronto para saber si se podrá garantizar la seguridad total de sus visitantes, por lo que la organización ha decidido aplazar el evento que estaba previsto para este mes de junio; trasladándolo a la misma fecha, pero del año que viene: "Aunque no es una decisión que se haya tomado a la ligera, creemos que es la correcta, no solo para los visitantes del sector sino para la comunidad en general", explican.

De esta forma, todos los espectáculos ubicados: 150 seminarios, zona barista, debates de panel, premios a la innovación y otros

apartados especializados en café, han sido reprogramados para la nueva fecha fijada.

Con unas cifras de 1000 grandes expositores del sector, 15000 visitantes y diversidad de áreas monográficas, se alza como uno de los encuentros más señalados a nivel europeo: sostenibilidad, innovación, salud y bienestar son alguna de las premisas en las que se fundamenta el evento.

Pese a las consecuencias que puede generar la cancelación -o cambio de fechas- en

estos casos, más tiempo significa mayor posibilidad de incluir las tendencias más recientes y mejorar hasta el más último detalle.

Incluso para aquellos que se habían quedado sin espacio expositivo, según sostienen desde la organización, supone una nueva oportunidad:

"Si bien esta noticia es desafortunada, significa que todavía hay algunos stands y paquetes disponibles para la exposición del próximo año".



... y se pospone la **EVEX** (European Vending Experiencie) al **2021**

Programada para el 16 al 18 de septiembre de este año, finalmente, la Evex (European Vending Experience), celebrada en Cracovia, se pospone al año que viene sin una fecha concreta aún confirmada.

Y es que, si bien existe cierto optimismo frente de cara a los próximos meses respecto a la batalla contra el Covid-19, lo cierto es que todavía hay incertidumbre sobre la situación real de la pandemia, por lo que, en cuanto al vending y a sus eventos especializados se refiere, la decisión pasa por aplazar aquellos más inmediatos, coincidentes con los meses de verano.

En esta situación se encuentra la Evex, el evento organizado por la Asociación Europea de Vending, que engloba tanto la Asamblea General como la Conferencia anual de la asociación, pero que además se convierte en una experiencia con actividades dirigidas al profesional del sector.

Así, pese a las consecuencias que acarrea tomar una decisión de ese tipo, han optado por posponer el encuentro al año que viene.

Desde la organización señalan que esta elección se basa en los hechos actuales.

En primer lugar, por la incertidumbre propia del coronavirus en Europa, que aún provoca restricciones fronterizas y entorpece la gestión de los vuelos.

En segundo lugar, mencionan que lo más importante es asegurar la seguridad de los expositores, visitantes y partners que financian la feria.

“Durante estos tiempos difíciles, entendemos plenamente que nuestros miembros y socios se centran en sus planes de contingencia y actividades operacionales como prioridades principales”, añaden.

Originalmente, estaba prevista para los días 16, 17 y 18 de septiembre de este año, en Cracovia (Polonia), en colaboración con la Asociación de Vending Polaca (PSV).

Recordemos que este evento también estuvo presente en España en dos ocasiones: en Málaga en el 2015 y en Sevilla, hace dos años.



La **VENDTRA** comenzará el 30 de septiembre de 2020



Organizada por Vending Report, la **VENDTRA - Vending Trade Festival Germany**, tendrá lugar en el Parque Olímpico de Múnich del 30 de septiembre al 1 de octubre de este año.

VENDTRA

VENDING TRADE FESTIVAL | GERMANY

30.09.01.10.2020

MUNICH



Para garantizar la seguridad, tan necesaria en la situación actual, se tratará de un encuentro comercial exclusivo para los actores de la industria del vending.

Planear eventos en tiempos de pandemia no es una tarea sencilla. La organización debe reforzar hasta el más mínimo detalle de la planificación para que los visitantes puedan seguir cumpliendo las citas de sus calendarios.

Un ejemplo lo encontramos en la Vendtra - Vending Trade Festival Germany, uno de los principales festivales alemanes vinculados al comercio y ventas en la industria del vending y el café.

Así, el planteamiento de Vendtra se hizo de acuerdo a las recomendaciones de las autoridades pertinentes, e intentando fijar unos objetivos que pretenden hacer avanzar la industria y conectarla.

A día de hoy, su visión es optimista: con los estudios apuntando a que el verano traerá consigo un descenso de las infecciones y un momento de stand by para el virus, la feria se ubica en una fecha estratégica.

En términos de seguridad, la organización ha decidido establecer un encuentro cerrado y no una feria masiva; dirigiéndose exclusiva-

mente a los visitantes profesionales de la industria de la distribución automática.

En ese sentido, desde Vendtra proponen que los fabricantes que no expondrán, "pueden registrar a un miembro de la compañía para el primer día del festival, para tener una visión general del evento.

Dando un paso más allá, para acercar el encuentro al mayor número de actores del sector de forma segura, han establecido lo que ellos llaman "Vendtra Twins", de manera que el usuario puede seguir en tiempo real la feria a través de Internet, ya sea con el PC, la tablet o el smartphone.

VEI



Euvend & Coffeena se traslada del 27 al 29 de octubre de 2022



Si bien parecía que este año se cerraría con la celebración de la Euvend & Coffeena, una de las ferias de vending y distribución automática más destacadas en el plano europeo, la última decisión ha sido aplazar su fecha, prevista hasta hace unos días para últimos de octubre de este año -del 29 al 31- en Colonia, Alemania.

Antes de que la pandemia comenzara, desde la organización vaticinaban que la de este año sería una de las ediciones más prometedoras. El hecho de que se celebrara paralelamente a ORGATEC también despertó el interés de los proveedores, expositores y visitantes; un hecho con el que aunaban diseño y vending para ofrecer a todos los interesados del sector un acceso directo al mundo de la oficina y de los nuevos proyectos más premium que van surgiendo.

Sin embargo, con el transcurso de la crisis y la incertidumbre de la evolución del COVID-19, este encuentro tendrá que esperar.

Y es que, muchos de sus clientes, tanto

expositores como visitantes profesionales, han expresado a Koelnmesse su preocupación por la situación económica, las cuestiones de salud y las restricciones aún vigentes para los viajes intercontinentales.

“A pesar de los extensos preparativos para la feria y el paquete de medidas #B-SAFE4business para la aplicación de nuestras ferias de comercio que cumplen con los requisitos frente al coronavirus, la gran mayoría de los participantes decidió suprimir Euvend & Coffeena para el año 2020”, señalan desde la organización del evento, celebrado en colaboración con la BDV (Asociación Federal del Sector Alemán del Vending).

Con tales acontecimientos en el horizonte, han vuelto a evaluar la situación general, llegando a la conclusión de que la mejor opción era aplazar el evento al 2022; concretamente, para los días 27, 28 y 29 de octubre. Y respecto a la celebración en paralelo con ORGATEC, des-

de el comunicado confirman que se mantendrá: “Permanecerá en vigor para el próximo evento en 2022, y sigue prometiendo condiciones favorables para refrescar los contactos comerciales existentes e iniciar otros nuevos”.

Respecto a las entradas ya compradas por los visitantes, confirman que serán totalmente reembolsadas, emitiendo dichas devoluciones a lo largo de las próximas semanas.

Por otra parte, conocedores de la importancia y el papel que juegan las ferias monográficas para la industria, se comprometen a poner todos sus medios para desarrollar campañas e informar sobre las últimas innovaciones del vending y la distribución automática:

“En los meses venideros, proporcionaremos a la industria el mejor apoyo posible a través de nuestros numerosos canales de ferias comerciales. Porque sólo si la industria tiene éxito, nosotros también podemos tenerlo”.



La próxima edición de HIP ya tiene fecha: 15 al 17 de febrero de 2021 vuelve a IFEMA

Envuelta en una nueva concepción del canal horeca, HIP 2021 promete ser una edición especial, llevando como lema "Creando juntos la nueva Horeca", con la que pretenden mostrar cómo la suma del conocimiento junto a la innovación tecnológica, son los ingredientes para curar al sector, uno de los más golpeados por el COVID-19.

Durante los últimos 3 meses, la industria de la hostelería y restauración han sufrido una fuerte sacudida, obligando en muchos casos a cerrar los establecimientos y cortar de golpe su fuente de ingresos.

Todo ello bajo un periodo marcado por la transformación, en el que el foodservice, el retail, el consumo take away, la distribución automática y las máquinas de vending han "hbridizado", y confluido en muchos casos.

Con la aparición del COVID-19, estos cambios se han acelerado y se dirigen sin freno a una única dirección: la automatización y la digitalización de todo el proceso y el servicio.

En el ámbito que ocupa HIP, hacen hincapié en la importancia de construir una nueva Horeca que apunte a las nuevas necesidades del

usuario: seguridad, para recuperar la confianza del cliente y la inversión en tecnología, que permitirá crear nuevos canales de venta virtualizando el negocio. En este punto, las máquinas automáticas de vending serán un gran aliado.

Además, cobrará especial importancia el delivery; llegar al hogar del consumidor a través de un servicio de calidad y personalizado.

Con todo esto presente, desde Horeca Pro-

fessional Expo 2021, prometen ofrecer las claves de todos estos cambios durante los 3 días que ocupa el salón especializado en Horeca y distribución automática:

"Ahora más que nunca, los empresarios y directivos hosteleros necesitan y valoran HIP como el único evento del sector que les ayuda a conocer hacia dónde dirigir sus negocios, cómo optimizar la gestión o cómo digitalizarse entre muchas otras cuestiones clave".



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

Alai Secure

Operador M2M/IoT en Seguridad Telco



**¿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

+ENWWW.HOSTELVENDING.COM

CoCo



Nuevas soluciones para nuevos hábitos

rheavendors group

V+

Ganador del Vending
Star Awards de 2015