



## LA CLAVE ESTÁ EN EL MOMENTO

cuando el café pone el toque final  
a una estancia perfecta.



Cualquiera que sea su negocio, sabemos que la clave no está solo en el café. Es el momento el que crea una maravillosa experiencia de disfrute del café para sus clientes. Tenemos la experiencia y el conocimiento para ayudarle a realizar momentos como éste, no importa la dimensión de sus ambiciones. La clave está en el momento. Podemos ayudarle a que sea maravilloso.

¿Quiere saber más? [coffee.franke.com](http://coffee.franke.com)

**FRANKE**

MAKE IT WONDERFUL

**GAGGIA**  
MILANO

*la Radiosa*

Innovación sin límites

LA NUEVA SUPERAUTOMÁTICA DE GAGGIA MILANO

EL AROMA DEL ESPRESSO PERFECTO EN TU **COFFEE CORNER**,  
LA SOLUCIÓN IDEAL PARA ENTORNOS  
**OFFICE COFFEE SERVICE Y COFFEE TO GO**



2 TIPOS DE CAFÉ EN GRANO

PANTALLA TÁCTIL DE 10":  
MODO BARISTA,  
MODO SELF-SERVICE

TECNOLOGÍA EVOMILK:  
PRODUCE UNA PERFECTA  
CREMA CON LECHE FRESCA  
EN FRÍO Y CALIENTE

Hasta 600 selecciones  
5 categorías de bebidas  
12 selecciones por pantalla

CAFÉ ESPRESSO, CAFÉ CON LECHE,  
CORTADO, CAPPUCCINO, CAFÉ LATTE,  
CHOCOLATE, DESCAFEINADO, ETC...

# CoCo



Nuevas soluciones para nuevos hábitos  
rheavendors group O



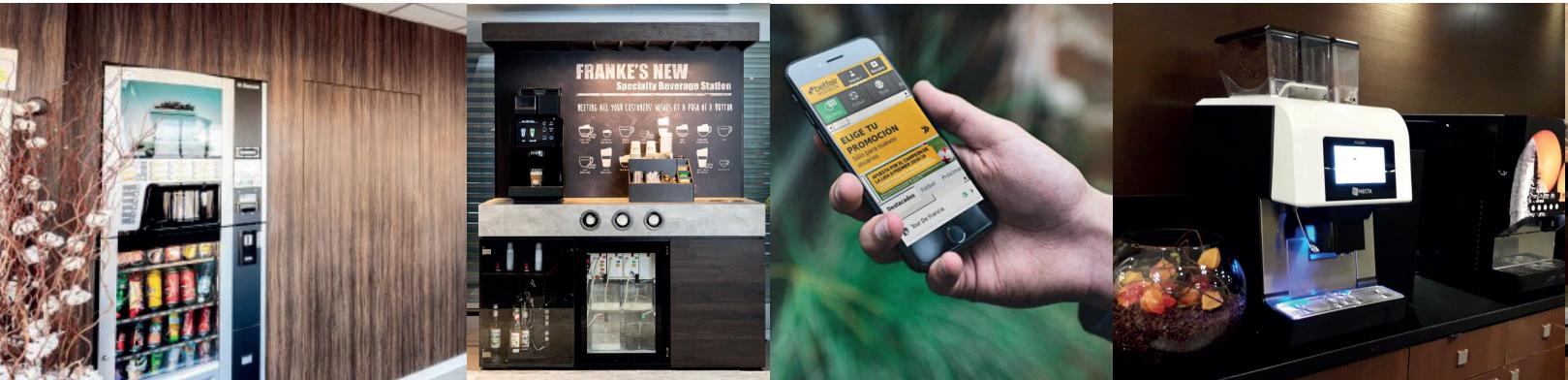
Ganador del Vending  
Star Awards de 2015

## ESPECIAL HOTELES

**36/** DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA EN HOTELES: 15.000 ESTABLECIMIENTOS; 15.000 OPORTUNIDADES



• toda la información a diario en tu nueva web [www.hostelvending.com](http://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](http://www.hostelvending.com) • la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu

## ENTREVISTAS

**6/** Juan José Mach, CEO en Quality Espresso

## CAFÉ

**8/** Tostadores y productores dan vida a la primera conferencia mundial sobre las cápsulas de café

**9/** La cafetería gastronómica de Lavazza estará presente en Shangai

**11/** Un servicio de café premium y automatizado en hoteles de la mano de dos grandes del sector

## EMPRESAS

**14/** AEV inaugura su segunda tienda en Quing Tian (China)

**16/** Worldline, actor de pagos pionero en conseguir la certificación Enhanced Con-

less

**18/** Evoca apunta al liderazgo del mercado asiático con una Joint Venture

**20/** La importancia del Sistema de Gestión Integrado en vending

## PRODUCTOS Y MÁQUINAS

**25/** Programar los sistemas de pago de las máquinas vending de forma remota

**32/** La nueva Iperautomática ofrece un punto de conexión Premium entre OCS y la gama de vending

**33/** Vitro X1 MIA, la nueva máquina de café que funciona por tecnología de micro-inyección de aire

## ASOCIACIONES

**34/** El centro de soluciones de vending y café: Un lugar para dar voz a la industria

Hostel Vending • nº124 marzo-abril

# SUMARIO 124



@hostelvending

f /hostelvending

en tu nueva web [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com) • la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu nueva web [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com)



en tu nueva web [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com) • la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu nueva web [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com)

## ARTÍCULOS

- 12/** Adaptar el modelo de negocio a las nuevas formas de trabajar y otros retos
- 28/** El retorno a las oficinas: un millón de profesionales han dejado de teletrabajar
- 48/** Resumen de HIP 2021
- 68/** Eficiencia energética y circularidad: las prioridades del vending

## FERIAS

- 70/** Tercer aplazamiento: Alimentaria y Hostelco se celebrarán en 2022
- 72/** La feria Rusa revela las tendencias de 2021

## NOTICIAS

- 54/** Los servicios de suscripción en vending son una realidad en Japón, ¿llegarán a Europa?
- 60/** El mercado mundial del Smart Vending, a pleno crecimiento
- 66/** Una apuesta firme por el vending saludable: Ñaming lanza nuevos Smoothies sin pasteurizar



JUAN JOSÉ MACH, CEO EN QUALITY ESPRESSO

# “Tenemos previsto la incorporación de una nueva **superautomática** y una extensa gama de mobiliario para distintas opciones de **Coffee Corners**”



HACEMOS UN REPASO DE LAS ACTUALES DEMANDAS Y OPORTUNIDADES PARA LA INDUSTRIA DE LAS MÁQUINAS PROFESIONALES DE CAFÉ EN EL SEGMENTO HOTELERO JUNTO A JUAN JOSÉ MACH, CEO EN QUALITY ESPRESSO, QUIEN NOS REVELA LAS CLAVES DE ÉXITO DE LA COMPAÑÍA, PRESENTE EN MULTITUD DE ENTORNOS, NO SOLO HOTELEROS, SINO GRANDES CORPORACIONES QUE ELIGEN A QUALITY ESPRESSO PARA HACER DE ESE MOMENTO DEL CAFÉ UNA EXPERIENCIA ÚNICA Y MÁS TECNOLÓGICA.

**Uno de los segmentos de mayor potencial por el boom que vive el café y su concepción más Premium es el Hotelero, ¿Cuáles son los planes para el mismo?, ¿Cómo contribuye Quality Espresso a la premiumización de los Hoteles?**

El sector hotelero es fundamental en nuestro plan estratégico. Como diseñadores y fabricantes de máquinas de café hemos acumulado mucha experiencia en el desarrollo de productos, soluciones y servicios que puedan cubrir las necesidades actuales y las tendencias de mercado.

Entendemos que el sector hotelero es muy variado en cuanto a formatos de negocio y tamaño del establecimiento, entendemos bien el entorno urbano y el turístico, y en nuestro plan estratégico contemplamos soluciones de productos y servicios para cada uno de ellos.

Nuestra aportación a la premiumización del café consiste en proporcionar los equipos capaces de elaborar el café siguiendo las pautas y requisitos de nuestros clientes en cada caso, y los servicios asociados que proporcionen la mejor experiencia posible al consumidor.

**Lo principal de todo es que finalmente se ofrezca un café de calidad y un servicio al cliente excepcional: ¿Qué debe ofrecer una buena máquina de café para hoteles?**

Dependiendo de la función que deba realizar en cada caso, y del tipo de máquina más adecuada en cada caso, podrá aportar características distintas. La máquina deberá estar dimensionada adecuadamente y en cualquier caso, el diseño, la calidad de construcción, una buena estabilidad térmica y una regularidad en extracción del café y en la elaboración de las bebidas son fundamentales.

Después, juegan un papel importante, la facilidad de mantenimiento y la eficacia en el servicio postventa.

**Si echamos un vistazo comprobaremos que las superautomáticas tienen un lugar privilegiado en los hoteles, sobre todo por la expansión de los famosos coffee corners en el segmento, ¿apuesta Quality por esta tendencia?**

Sin duda, tenemos una apuesta clara hacia

este segmento. Nuestra apuesta es desarrollar las soluciones de más alto nivel en este segmento bajo la marca Gaggia. Hemos empezado introduciendo en el mercado el modelo La Radiosa, que precisamente está diseñado para ofrecer soluciones de alto nivel para las demandas más exigentes, y en los próximos meses tenemos previsto otro lanzamiento para cubrir el segmento medio-alto.

**Hablando de café, ¿cuáles son las principales demandas?, ¿qué novedades y productos exclusivos podemos encontrar para este canal?**

La variedad de bebidas que se elaboran con café son muchas. Sin duda en nuestro mercado el café espresso es el más demandado, y todas las elaboraciones que resultan con las combinaciones con leche principalmente, aunque cada vez vemos una mayor variedad de propuestas incluyendo su incorporación en bebidas frías, y también en la elaboración de platos y postres.

**¿Sigue siendo la emulsión de la leche**

**un aspecto crucial en las máquinas dirigida al canal hotelero?, ¿alguna novedad u optimización respecto a este punto?**

Sí, la emulsión de la leche requiere normalmente de una correcta utilización de la máquina y de los accesorios por parte de un barista experimentado. Es muy importante que la emulsión sea correcta en cuanto a la textura, la temperatura y la densidad de la leche.

Para facilitar la elaboración hemos desarrollado la tecnología EVO MILK, es el sistema más avanzado para la gestión de leche fresca, que aplicamos en el modelo La Radiosa, y que permite regular con alta precisión cómo se quiere emulsionar la leche para cada tipo de bebida que se quiera realizar, tanto en frío como en caliente.

**También debido al potencial de los corners, la oferta se ha polarizado, encontrando, no solo un café de calidad, sino chocolates, bebidas de especialidad, té... ¿Qué aporta Quality a esta multiplicación de opciones?**

La Radiosa, es el modelo más completo que existe para ser incorporado también en los Coffee Corners, que además de la tecnología EVO MILK, incorpora una gran pantalla táctil de 10,1", que puede usarse tanto en modo "barista" como en modo "Self-Service", y que permite hacer todo tipo de combinaciones de café con leche, chocolate, té, etc., ofreciendo hasta 600 selecciones de bebidas.

**En los próximos meses tenemos previsto, además de la incorporación de una nueva superautomática, una extensa gama de mobiliario para conformar distintas opciones de Coffee Corners para todo tipo de ubicaciones.**

**Cuando hablamos de hoteles, debemos tener presente que existe toda una tipología. Desde hostales de una planta hasta grandes cadenas hoteleras. ¿Cuáles son los modelos más adaptados en función de sus volúmenes de consumo y qué servicios ofrece Quality?**

Suministramos modelos muy distintos para hoteles. Desde máquinas muy compactas para hostales pequeños hasta grandes equipamientos en zonas de desayunos en grandes hoteles turísticos, soluciones particulares para las cafeterías, las zonas de servicio, las terrazas o los salones; las soluciones pasan por máquinas tradicionales con molinos automáticos, a soluciones compactas para los distintos formatos de cápsulas, hasta los modelos superautomáticos como La Radiosa.



**Por otro lado, la digitalización y el concepto unattended se implementen de forma inmediata para salvaguardar la seguridad. Quality Espresso es una de las pioneras en la incorporación de la tecnología IoT en las máquinas a través de su sistema de conectividad inteligente para la gestión de las máquinas de café Smartia, ¿qué aporta esta plataforma en los Hoteles?**

Smartia es la solución de IoT más completa que existe para las máquinas de café profesionales. Aporta una gestión completa del rendimiento de cada una de las máquinas de café, reportando constantemente un gran número de KPI's que permiten tener un control absoluto del rendimiento y funcionamiento de la máquina y de cada establecimiento.

**Saber cuántos cafés y de qué tipo se han hecho en cada momento en tiempo real, cómo se han elaborado, cuántos Kg. de café se han consumido, en qué franjas horarias, el consumo del agua, o los indicadores de mantenimiento, son solo algunos de los muchos datos que aporta Smartia.**

Es una herramienta que además de mejorar el rendimiento y rentabilidad del negocio del café, aporta información sobre el comportamiento y tendencias de los consumidores, además de tener las máquinas geolocalizadas.

En definitiva, Smartia ayuda a maximizar ingresos, a reducir costes y a controlar los activos.

**Tal y como trasladan desde el mundo hotelero, existe un fuerte deseo de ofrecer un servicio elegante, de valor añadido y diferencial, ¿cuáles son vuestros modelos pensados o adaptados a un Hotel de alto standing?**

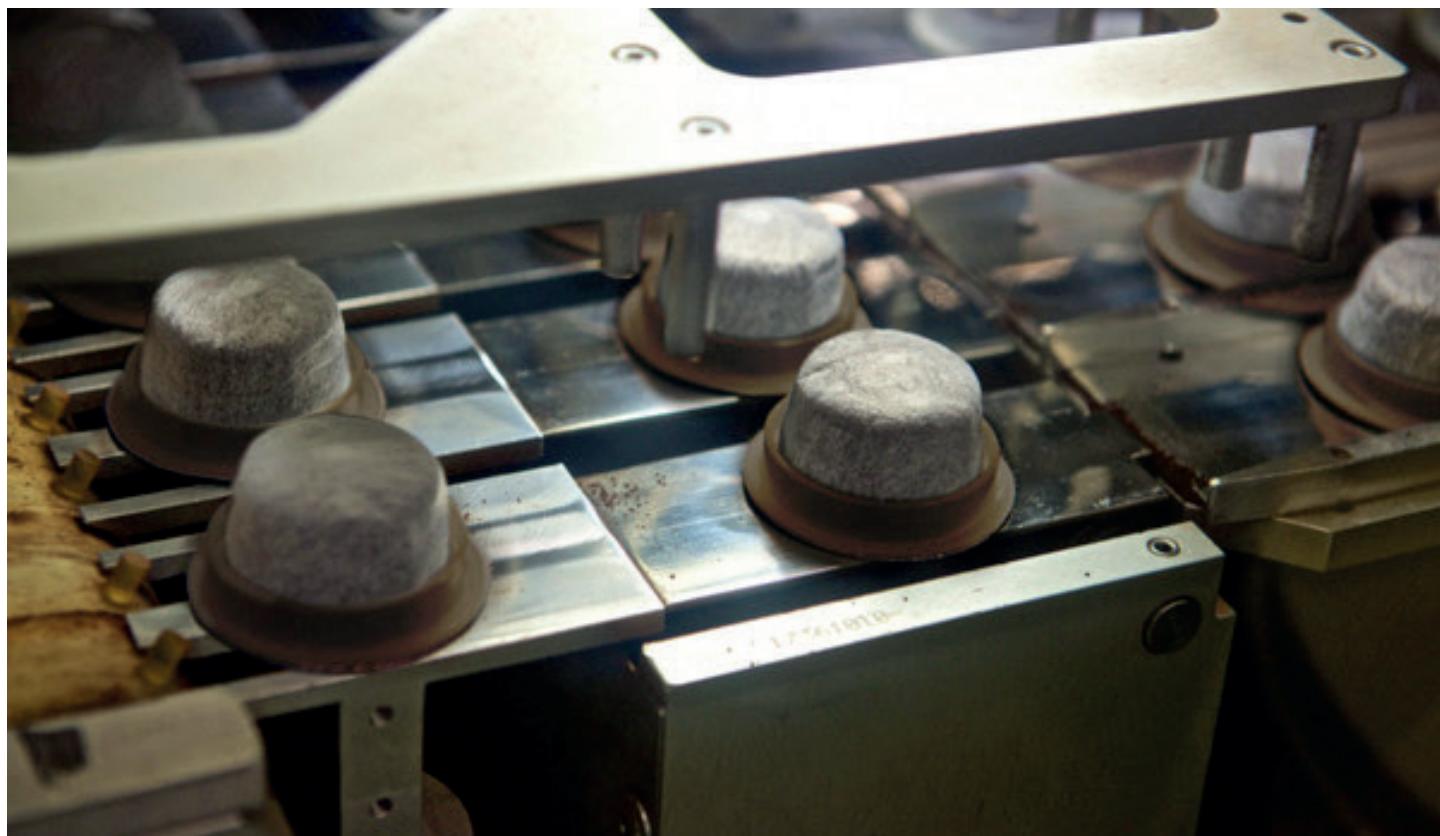
Como máquina superautomática, nuestro modelo Gaggia La Radiosa es el máximo referente, y en cuanto a máquinas de formato tradicional proponemos nuestra Gaggia La Reale como máquina de más altas prestaciones y Sensius Gold bajo la marca Futurmat.

**Por último, vemos que Quality Espresso está presente en multitud de entornos, no solo hoteleros, sino también en grandes corporaciones: ¿por qué las grandes marcas eligen a Quality?**

A diferencia de otras compañías que ensamblan productos, probablemente somos uno de los pocos fabricantes en el mundo que diseña, proyecta, industrializa y fabriza las máquinas de café incluyendo el 80% de los componentes. Esto nos proporciona una experiencia y un control del producto a 360°. Invertimos en I+D+I, combinamos la tradición con la innovación, y estamos orientados hacia la sostenibilidad y la economía circular.

Después de más de 65 años de historia diseñando y fabricando máquinas de café, nuestras marcas Gaggia, Futurmat y Visacrem son muy reconocidas en el mercado. La experiencia acumulada, un equipo altamente especializado, un control de calidad muy riguroso y un servicio de After Sales que cubre todo el territorio y ofrece todos los servicios, creo que son la clave para ganarse la confianza de los clientes y los consumidores.

# Tostadores y productores dan vida a la primera conferencia mundial sobre las cápsulas de café



**El pasado 11 de marzo tuvo lugar la primera conferencia online sobre la industria de las cápsulas monodosis, en la que Flo mostró las grandes novedades del año.**

Tras soportar los duros golpes de una crisis sanitaria sin precedentes, ha llegado el momento de reinventarse; de ofrecer nuevas soluciones y oportunidades que activen el mercado y permitan crear modelos de negocio rompedores. Para ello, es necesario entender cuál es el estado actual de la industria; ser conscientes de la situación y asentar las bases de soluciones verdaderamente útiles frente a una nueva sociedad.

Una sociedad que ha encontrado su apoyo en aquellos momentos de desconexión a través del café, el gran aliado en el último año. Bien como motor de energía o simplemente para escapar de una realidad difícil, esta bebida ha acompañado a los ciudadanos siempre que lo han deseado, incluso cuando la mayoría de servicios permanecían cerrados.

En España, si bien las superautomáticas vienen pisando fuerte, el café de cápsulas

siempre ha encontrado una buena acogida por parte del consumidor; sin embargo, ¿cuál es el estado real de este tipo de segmento?

Entre estas cuestiones nace la cumbre mundial online sobre la identificación de oportunidades y superación de obstáculos en la industria de las cápsulas monodosis, que supone la primera del año. Organizado por AMI SINGLE SERVE CAPSULES, el encuentro tuvo lugar desde mañana, 9 de marzo, hasta el 11 de marzo, y acogió a grandes participantes para realizar una radiografía lo más fidedigna posible.

Cientos de productores de cápsulas, tostadores de café, proveedores de materiales, proveedores de tecnología y maquinaria, así como empresas que están ampliando el alcance de las aplicaciones de este segmento, hablarán de sus novedades y aquellas oportunidades de negocio que vislumbran en el panorama actual.

Hablando de grandes invitados, Flo SpA, dedicada a la producción de envases para la industria, estuvo presente para aportar su visión al respecto.

## GEACALIX BY FLO, LA GRAN PROTAGONISTA EN LA CUMBRE INTERNACIONAL DE CÁPSULAS

Presentada por Tazio Zerbini, director de Investigación y Desarrollo del grupo, Flo subraya su compromiso con la investigación y el desarrollo de productos técnicamente avanzados y respetuosos con el medioambiente.

GeaCalix, la nueva cápsula compatible con los sistemas Nespresso y que pertenece a GEA, la familia de cápsulas compostables de nueva generación, nace de la asociación con Natureworks LLC, líder mundial en la producción de biopolímeros técnicos.

Se trata de la única cápsula del mercado que se produce con PLA Ingeo cristalizado, un biopolímero técnicamente evolucionado derivado del refinado del azúcar contenido en el maíz -en su parte no dedicada al consumo humano-, pero también de la remolacha y la caña de azúcar. Un material duradero que no envejece y que combina la sostenibilidad medioambiental con un gran rendimiento para garantizar un suministro de café óptimo.

# La cafetería gastronómica de Lavazza estará presente en Shanghai



Tras la asociación con Yum China, Lavazza abre su primer Flagship Store en Asia, con el que traslada su concepto de coffee shop y cultura del café.



**Grupo Lavazza, la empresa familiar italiana experta en café, y Yum China Holdings, Inc., han anunciado la creación de una empresa conjunta para explorar y desarrollar el concepto de cafetería Lavazza en China.**

Y para estrenarse en el continente asiático, la nueva tienda insignia de la tostadora, referente también en el mundo de la distribución automática, estará presente en Shanghai; siendo la primera implementación de este concepto fuera de Italia.

## UNA EXPERIENCIA DE CAFÉ ITALIANO AUTÉNTICO Y FORMATO PREMIUM

Con una historia de más de 100 años, Lavazza se ha basado en su herencia italiana y en su compromiso con la calidad y la innovación, estableciéndose como una pionera de la industria y marca de referencia para los amantes del café de todo el mundo.

Y ahora, llevará su servicio a sus seguidores chinos a través de la nueva Flagship Store, situada en Jing'an, un distrito histórico en el corazón de la moderna Shanghai. La nueva tienda, que aúna tradición e innovación, permi-

te a los clientes experimentar de primera mano todos los ingredientes de Lavazza en un entorno icónico de estilo italiano.

El diseño de la tienda, con techos altos, murales artísticos y mobiliario de mármol, ofrece a los consumidores una experiencia de cafetería italiana casi idéntica a la que podrían encontrar en Italia.

*Así, es la icónica cafetera Moka Carmencita de Lavazza la que da vida a la tienda; acompañada de la Elektra Belle Epoque de edición limitada, cuyo aspecto se inspira en la primera cafetera espresso.*



## MÁS ALLÁ DEL CAFÉ: UNA FUSIÓN DE OPCIONES DE MENÚ CLÁSICAS Y CREATIVAS

Al igual que la primera tienda insignia de Lavazza en Milán, la Flagship Store de Shanghái funciona como una “cafetería gastronómica”, que ofrece una variedad de opciones de café clásicas y creativas junto con una selección de alimentos que incluye una gama de aperitivos tradicionales de inspiración italiana.

En el centro de todo ello se encuentra la gama de granos de café premium y de alta calidad de Lavazza, incluyendo Lavazza Kafa, uno de los cafés más selectos del mercado, originario de la selva etíope, y la Colección Clásica Lavazza, que ofrece el tradicional café espresso italiano con un toque contemporáneo.

Más allá del clásico espresso italiano, la compañía tostadora emplea diversas técnicas de tueste y extracción, introduciendo por primera vez en China creaciones de café únicas.

Destaca el Café Bel Paese, una línea exclusiva creada para el mercado chino, que brinda un viaje sensorial de las diferentes regiones de Italia; utilizando incluso recetas históricas de espresso e interpretaciones locales.

En cuanto a la oferta gastronómica de la Flagship Store, Lavazza se asoció con un chef con estrella Michelin para llevar la comida callejera italiana al mercado local chino.



Así, los clientes podrán disfrutar de una amplia oferta de aperitivos italianos salados y dulces, como la focaccia y el cannolo alla crema, entre otros; todos ellos, mostrando diferentes especialidades gastronómicas del país.

Ante esta unión, Antonio Baravalle, CEO de Grupo Lavazza, expresó su ilusión de cara al mercado chino: “Nos sentimos honrados de unir fuerzas con Yum China, un socio de prestigio con un profundo conocimiento del mercado y de las necesidades de los consumidores chi-





# Un servicio de **café premium** y **automatizado** en hoteles de la mano de dos grandes del sector

**El Hotel “La Collada” ubicado en Gerona ha implementado un espacio coffee corner que contará con el café de Java Republic y las máquinas superautomáticas de Franke.**

La necesidad de incrementar la facturación de todo el mercado se traslada de igual forma a la industria hotelera. Y para hacerlo, es crucial aplicar nuevas fórmulas que permitan continuar ofreciendo un servicio seguro y de calidad para los huéspedes.

Una demanda que ha tenido una repercusión directa en los espacios coffee service de los hoteles. Ya no sirve contar con una zona “bonita” y una máquina funcional: el servicio debe ir mucho más allá, ofrecer un espacio de desconexión, automatizado, seguro y, sobre todo, no hablar tanto de servicio, sino de experiencia.

Y para crear experiencias, el café es uno de los claros ganadores, algo que, desde las empresas hoteleras, son conscientes.

Así, las soluciones más automatizadas que ofrecen café y todas sus variedades con leche

fresca, se mantienen como una de las peticiones más atractivas.

Si desde el establecimiento se ofrece esta variedad y opción más premium, el usuario no sentirá la necesidad de salir a desayunar, merendar o hacer un descanso fuera del hotel, porque este le ofrecerá todo lo que pueda buscar.



En esta reconfiguración de las zonas de servicio se encuentra el Hotel catalán “La Colla-

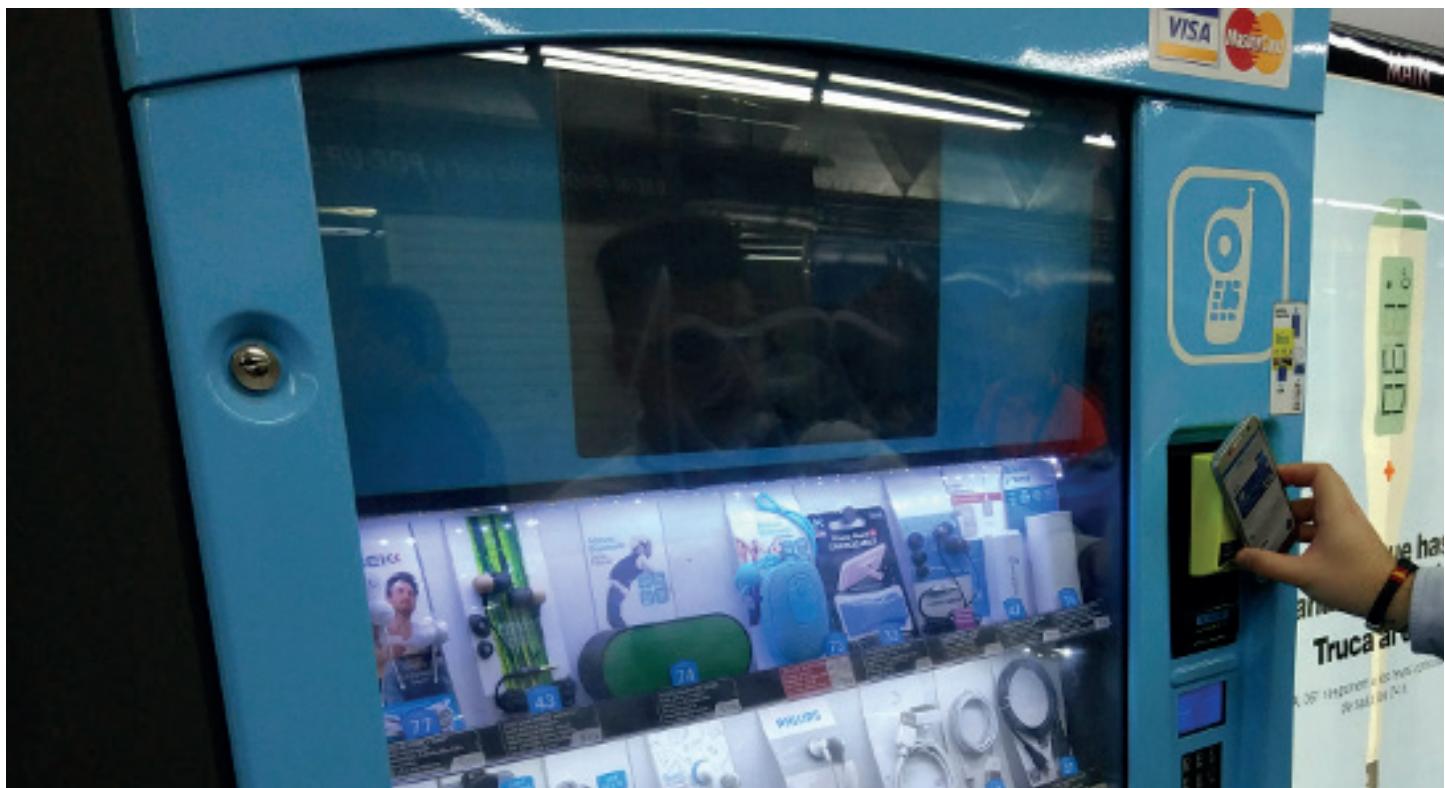
da”, ubicado en Gerona. En ese sentido, la empresa de infraestructuras Refrival se ha encargado del primer montaje para el cliente, que en este caso es Java Republic, empresa de café premium y con gran presencia en el mundo del OCS.

Para dar forma a ese café de calidad, las máquinas elegidas han sido las de Franke Coffee Systems; concretamente, de la mano de sus modelos A400 y la A300 Milk System, la nueva superautomática del grupo con la que dan respuesta a un volumen de consumo más reducido.

**Escoger los ingredientes de las bebidas a un solo clic, seleccionar hasta tres tipos de grano de café, si queremos leche -ya sea fría o caliente- con una emulsión óptima mediante su tecnología FoamMaster son opciones que harán de ese servicio de café en el Hotel una experiencia para repetir.**

El huésped se sentirá “mimado” y estimará que esa experiencia ha merecido la pena.

# Adaptar el modelo de negocio a las nuevas formas de trabajar y otros retos



**Con el estallido de la pandemia, los operadores, integradores y el resto de actores que operan en la distribución automática deben enfocarse en la mejora de la experiencia del usuario, que pasará por la inclusión de un proceso de compra rápido, personalizado y seguro.**

Además de seguridad, otra de las palabras que han resonado con fuerza a lo largo del último año ha sido “desafío”. Y es que, de toda situación de dificultad, surgen todo tipo de retos a los que el mercado y las empresas que operan en el deben enfrentarse.

En el ámbito de la distribución automática, estos desafíos pasan, sin margen de error, por la adaptación de las nuevas formas de consumo y evolución de los segmentos en los que opera; teniendo su consecuencia más directa en la aplicación integral del concepto contactless.

Cuando hablamos de contactless, lo primero que se nos viene a la mente es al apartado del pago, y, pese a que es fundamental, la aplicación del no contacto ha de integrarse en la totalidad del servicio.

Todo ello tiene su eco en la interacción y

aproximación con el usuario final: estos métodos permitirán mejorar su experiencia a través de la inmediatez que caracteriza a los sistemas digitales; otorgándole, al mismo tiempo, un servicio cálido, amigable y resolutivo con cualquier posible incidencia.

**Otro de los retos a los que se enfrenta el sector es la internacionalización. Se han desdibujado las fronteras, y con esto, es necesario dar un servicio universal y adaptado a los diferentes países: posibilitar esa movilidad tan común del usuario.**

Además, existe una íntima relación con la aplicación de estos sistemas y la tasa de abandono en compra. Obviando posibles causas como la falta de stock, el 63% de los consumidores afirma haber dejado de comprar por no poder pagar con tarjeta en la máquina.

En este punto, es importante mencionar el protagonismo que han cobrado los pagos a través del móvil, aplicaciones, códigos QR y métodos de pago inmediato como Bizum. El usuario se sentirá más atraído por un vending

digitalizado, que le ofrezca un valor añadido y que le permita realizar el proceso de compra con el centro de toda su actividad: el Smartphone.

Se trata de personalizar la experiencia mediante contenidos en la pantalla del terminal de pago, como apuntó Juan Carlos Gómez, Head of Vending Iberia en Worldline durante el Webinar sobre tendencias en medios de pago: “Un mayor display nos permite la posibilidad de incluir información de producto, caducidades...”.

Hablar de flexibilidad es también hacerlo de inclusividad, un punto que quizás suele olvidarse. No solo entendida como la aplicación nuevos métodos y canales de comunicación con el cliente, sino también con perspectiva social: sistemas de pago inclusivos y facilitar el pago en el vending a colectivos con necesidades especiales.

Por otra parte, la llegada del teletrabajo y otras formas alternativas de trabajar también ha supuesto, al principio, un freno al vending y al resto de modelos de negocio automatizados.

Adaptarse a estas nuevas realidades es primordial, y no ha de quedarse en el servicio de OCS exclusivo en oficinas; sino, repensar



formas novedosas de acercarse a los teletrabajadores y personalizar aún más el servicio en las propias empresas.

En el seminario web organizado por Ingenico, también estuvo presente uno de los operadores españoles más destacados, Delikia, para profundizar en cómo ha impactado la situación de la Covid en el negocio y cómo se ha reflejado en el cambio de hábitos.

José Manuel Pallares, director de I+D+I en Delikia, mencionó la posible ventaja del sector al ya contar con un menor contacto entre per-

sonas en comparación a otros segmentos de la alimentación; aún así, la crisis sanitaria ha tenido un fuerte impacto. El hecho de ser una empresa de servicios, intenta llegar a oficinas, empresas, grandes superficies, estaciones... y el cierre directo de estos espacios ha tenido su eco en la facturación.

Por su parte, la aplicación de diferentes protocolos seguros de Covid-19 ha sido fundamental, desde la fase de producción hasta la entrega final del producto al usuario. "Hemos intentado instalar muchos sistemas contact

less, aunque costará recuperar el año 2019", comenta Pallares.

"También intentamos abrirnos a nuevos mercados como los minimarkets para que la gente pueda comprar sin contacto y llevar el servicio tanto al hogar como a las pequeñas oficinas que hasta ahora no llegaba", trasladan desde la operadora gallega. De hecho, hasta ahora, han instalado cerca de 1000 equipos para facilitar la compra con wallets, móvil y sistemas digitalizados para demostrar la confianza del sector de la distribución automática.



# AEV inaugura su segunda tienda en Quing Tian (China)



**Una tienda que se suma a la primera, abierta hace apenas unas semanas, con las que AEV deja clara su posición y presencia en el mercado chino.**

Nos llegan imágenes de la segunda tienda de AEV directamente desde China, concretamente en Quing Tian, ciudad que ahora podrá disfrutar de dos establecimientos de las soluciones del grupo.

Como mencionábamos anteriormente, AEV es una de las compañías españolas con mayor impacto en el continente asiático, que continúa expandiéndose en el mundo de la distribución automática y del café.

**El crecimiento de la economía sin contacto y la demanda de vending en China han dado lugar al mercado de nuevas soluciones inteligentes e innovadoras, y con ello, más oportunidades para los actores de la distribución automática.**

Envuelta en múltiples proyectos que irán viendo la luz a lo largo de estos meses; AEV

inaugura la segunda tienda en la ciudad, que presenta la misma oferta que la primera: así, se podrán adquirir de igual forma todos los productos del grupo: desde cafés en granos y

molidos de marcas con gran presencia internacional como Gimoka, máquinas de café vending; así como opciones para el mundo OCS y máquinas destinadas al segmento Horeca.





## Un **kiosco automatizado** que aúna tradición y modernidad

**El kiosco, ubicado en Gijón, ha confiado en Grupo Eravending para la instalación de una máquina expendedora multiproducto para vender sus productos sin limitación de horario.**

Cualquier modelo de negocio es susceptible de introducir automatización; no existen límites en este segmento y la personalización es prácticamente total en la vía pública. Contamos con auténticas tiendas y servicios 24 horas de manera inmediata.

El entorno que nos rodea evoluciona; las calles por las que nos movemos día tras día están cambiando vertiginosamente; una transformación en la que la pandemia ha jugado un papel fundamental.

Gracias a la implementación de la distribución automática en la vía pública, contamos con auténticas tiendas y servicios 24 horas de manera inmediata. Que el vending puede transformar un negocio es una idea que, a priori, puede resultar obvia; pero dando un paso

más allá, podemos afirmar que, más allá del mero cambio, la distribución automática puede resultar un chaleco salvavidas para muchos sectores que a día de hoy están viviendo situaciones muy tensas. Tal es el caso del mundo de los Kioscos.

Precariedad, competencia voraz y un futuro incierto forman parte de una realidad con la que conviven diariamente los Kiosqueros, como ya hablamos en su momento.

Ahora, cada vez son más los dueños que apuestan por esta automatización de su tradicional negocio, haciendo de esta una tienda automática 24 horas. Tal es el caso de un Kiosco ubicado en Gijón (Asturias), que ha confiado en Eravending, especialistas en las tiendas automáticas, para adquirir e implementar una máquina de vending multiproducto. La expendedora Premium mini ya se encuentra en la fachada del mismo, haciendo posible que el negocio venda todo tipo de productos al más puro estilo non-stop.

***La expendedora Premium mini ya se encuentra en la fachada del mismo, haciendo posible que el negocio venda todo tipo de productos al más puro estilo non-stop.***

***Que el vending puede transformar un negocio es una idea que, a priori, puede resultar obvia; pero dando un paso más allá, podemos afirmar que, más allá del mero cambio, la distribución automática puede resultar un chaleco salvavidas para muchos sectores***



## Grupo Azkoyen se despide del 2020 con un beneficio de 6,4 millones de euros

**La multinacional española cierra el año pasado con una cifra neta de negocios de 114,4 millones de euros, lo que supone una reducción del 21,6% en comparación con el ejercicio anterior.**

La sólida posición financiera, la diversificación geográfica y la capacidad de innovar y adaptar su oferta a la “nueva normalidad” han sido los ingredientes principales con los que Grupo Azkoyen ha mejorado sus cifras de negocio desde el estallido de la Covid; una mejora con la que la compañía mantiene su margen bruto en un 42,9%.

*Al mismo tiempo, la reducción de gastos fijos en un 11,6% ha sido otro factor que ha contribuido a alcanzar un EBITDA de 16,3 millones de euros (un 14,3% sobre ventas).*

Por otra parte, en cuanto a la deuda financiera neta, la gestión del capital circulante, la priorización de inversiones y la modificación de la propuesta de resultado de 2019 para no repartir de dividendos en 2020, ha permitido reducirla deuda financiera en un 72,5%, situando la misma en 2,9 millones de euros. A 31 de diciembre, el Grupo cuenta con una liquidez de 21,1 millones de euros.

Todo ello desemboca en el resultado consolidado después de impuestos del ejercicio 2020, que asciende a 6,4 millones de euros.

### VOLUMEN DE NEGOCIO POR PAÍSES

En lo que respecta a la cifra de negocio consolidada por regiones, durante el ejercicio 2020, nuestro país representa un 15,4% de volumen total de la compañía, un

35,2% corresponde a Alemania, un 10,2% se dirige a Bélgica, un 8,9% lo engloba Italia, un 15,7% al resto de la Unión Europea, un 8,7% al Reino Unido y un 5,9% a otros países.

### EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS POR DIVISIONES

En lo referente a la división Coffee & Vending Systems, tras un crecimiento notorio en los dos primeros meses del ejercicio, experimentó una reducción de ventas desde el mes de marzo por los impactos de la pandemia.

Sin embargo, la cifra de ventas al final del año alcanzó los 30,8 millones de euros, un volumen que Grupo Azkoyen ha conseguido tras una apuesta decidida por la innovación y la respuesta de las necesidades de sus clientes y usuarios finales.

Por otro lado, en Payment Technologies (Medios de pago electrónicos) las ventas comenzaron a caer en el mes de marzo hasta experimentar una gradual recuperación y alcanzar finalmente los 29,8 millones de euros.

En este punto cabe destacar la labor en materia de I+D concentrándose en la exitosa serie Cashlogy, la solución automatizada de control de efectivo que ayuda a gestionar el negocio de una manera más efectiva y a potenciar la higiene en el establecimiento.

Por otra, se confirma en el lanzamiento del nuevo sistema de pago sin efectivo Dynamos y del nuevo lector de tarjetas de crédito sin contacto Nebular Pay, ambos bajo la marca Coges.



**Para el conjunto del ejercicio 2021, la compañía espera un crecimiento de los ingresos por ventas, de los márgenes brutos y del EBITDA. Asimismo, se están potenciando las inversiones de los diferentes negocios en activos intangibles y materiales, con un presupuesto agregado para el ejercicio 2021 de 6,4 millones de euros.**

# Worldline, actor de pagos pionero en conseguir la certificación Enhanced Contactless



**La compañía ha sido la primera en obtener dentro de su ámbito la certificación Ecos, publicada a finales de enero a través de su nuevo estándar contactless para el dispositivo POS de Ingenico.**

*En el tercer trimestre de 2020, la penetración de la tecnología sin contacto representó el 41% de las transacciones de compra a nivel mundial, un 30% más que hace el año pasado.*

En un mundo cada vez más automatizado, la implementación y el despliegue de soluciones touchless serán clave para mantener el nivel de confianza necesario para que los pagos de proximidad sean íntegramente contactless; a la vez que se ofrece a los clientes una solución de pago que respete las limitaciones sanitarias en la era que atravesamos.

En este sentido, y manteniendo dichas premisas, desde Worldline, una de las multinacionales especializadas en sistemas de pago más destacadas a nivel mundial, ha comenzado a extender estas soluciones digitalizadas en

todos sus servicios. Esta labor les ha valido la certificación de Mastercard "Enhanced Contactless".

**Se trata de la primera compañía de medios de pago y transacciones en lograrla. Así, a través de Ingenico, marca de Worldline desde octubre del año pasado, el estándar contactless para el dispositivo POS estará certificado, pudiéndolo encontrar en las primeras series de terminales que soportan el nuevo núcleo Ecos, que incluye toda la plataforma Telium Tetra.**

A juicio de Bob Reany, director de Nudata y vicepresidente ejecutivo de Dispositivos Digitales e IoT de Mastercard:

"La colaboración de la industria es integral para avanzar y asegurar los pagos en todo el ecosistema. Creemos que la tecnología sin contacto es el presente y el futuro de los pagos. Nuestro trabajo con Worldline es pionero en el sentido de que son el primer socio glo-

bal que consigue la certificación Ecos, lo que acerca las capacidades sin contacto mejoradas al consumidor."

"Estamos orgullosos de apoyar a Mastercard en esta importante iniciativa. Ingenico, una marca de Worldline, siempre ha estado a la vanguardia de la seguridad de los pagos. Esto forma parte de nuestro ADN. Estoy muy satisfecho del logro que anunciamos hoy, siendo los primeros en apoyar las últimas especificaciones de pagos de Mastercard", añade Michel Léger, vicepresidente Ejecutivo de Desarrollo de Soluciones Globales, TSS, Worldline.

Con esto presente, desde el grupo trasladan la importancia de la tecnología Ecos de Mastercard, con la que, afirman, se produce una mejora en la protección de los datos sensibles de los usuarios de las tarjetas:

"Esta certificación también demuestra nuestra disposición a apoyar a nuestros socios y clientes a medida que se actualizan a los últimos requisitos de seguridad y privacidad y demuestra que las plataformas de nuestra empresa están preparadas para el futuro para apoyar estos requisitos.", subraya Léger.

# Evoca apunta al liderazgo del mercado asiático con una Joint Venture

Grupo Evoca y Guangzhou Macas Electronic Technology Company Limited ("Macas") acaban de anunciar la celebración de un acuerdo que conducirá a la formación de una Joint Venture ("JV"); persiguiendo el propósito establecerse como líder en máquinas expendededoras de café en los mercados de rápido crecimiento de Asia y China.

Evoca, una de las empresas fabricantes más destacadas en el mundo de la distribución automática, pone su mira en el continente asiático, que continúa ganando adeptos y fuerza en la industria de las máquinas de vending de alta gama.

Y para asegurar su éxito, se encuentra en la negociación de acuerdos con Macas, fabricante de máquinas de café con sede en China y con una fuerte cultura de I+D, para llevar a cabo el inicio de dicha aventura a través de una Joint Venture.

**Así, se estima que la transacción se cierre durante el segundo trimestre de 2021.**

Por su parte, la compañía china, una de las pocas que ofrece máquinas bean-to-cup fabricadas en China, aportará a esta etapa una experiencia en tecnologías digitales relaciona-

das con la interfaz gráfica de usuario, los sistemas de pago cashless y la gestión de máquinas en la nube, que son específicas tanto para el mercado asiático en general, como el chino en particular.

Evoca Group, presente en más de 140 paí-



ses y con filiales repartidas alrededor del mundo, tras su conocimiento en este campo, dará un enfoque particular en las máquinas bean-to-cup.

Frente a esta andadura de la fabricante, Andrea Zocchi, director Ejecutivo de Evoca ha querido expresar que: "Evoca y sus reconocidas marcas (incluidas Saeco, Gaggia Milano, Necta) han estado presentes en el mercado asiático durante más de 20 años. Creemos que es el momento adecuado para establecer una plataforma operativa en China para brindar una respuesta más rápida a las necesidades del mercado y promover la investigación y el desarrollo de productos específicos de esta región. Estamos encantados de asociarnos con Macas, Com-

pañía bien establecida en el mercado local con sólidas capacidades de desarrollo. Este es un importante paso adelante en el desarrollo de la presencia de Evoca en China y Asia".

También ha querido mostrar su ilusión por aunar fuerzas Shengeng (Harding) Li, director Gerente de Macas: "Estamos encantados de asociarnos con Evoca, que es el fabricante líder de máquinas de "café fuera de casa" en Europa y tiene una gran experiencia en la venta de café. Nuestros equipos juntos estarán en una posición sólida para liderar el mercado de la venta de café, utilizando las fortalezas de Evoca y Macas".



**naming®**

Casual food



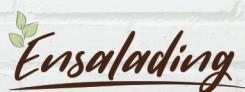
NUEVO  
ARTESANO'S

Con Aceite de Oliva

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


[www.n-amning.es](http://www.n-amning.es)



Ensaldeling



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



NUEVAS RECETAS  
NUEVA IMAGEN  
15 DÍAS VIDA ÚTIL





BLOOMER

Jamón Cocido Extra · Pollo Asado Pavo Braseado

# Los micromarkets de Selecta brindarán un espacio autoservicio en Asturias



**FOODIE'S MicroMarket estará disponible en EDP, que, de la mano de su partner en servicios de Vending y soluciones Premium Selecta, apuesta por la introducción de este espacio de distribución automática en sus instalaciones.**

Distribución automática como servicio principal en los entornos laborales. Tras años de innovación, novedades e implementaciones tecnológicas, las máquinas automáticas han conquistado el segmento de oficinas; suponiendo para empleados y empresas una solución efectiva, económica y sumamente atractiva.

Un hecho que pueden confirmar desde una de las principales compañías operadoras españolas, Selecta. Así, acaban de anunciar que su modelo de Micromarket, FOODIE'S MicroMarket, dará servicio a la empresa energética EDP, en su sede ubicada en Oviedo.

Ideado para formar parte de entornos de trabajo más innovadores e interesados en ofrecer un valor diferencial, Selecta ofrece un espacio autoservicio de alimentación que basa

su oferta en una selección de productos más Premium en un entorno tecnológico que posiciona a esta empresa como pionera en la introducción de un espacio unattended que supone una propuesta de valor para sus empleados.

“Nos congratula poder ofrecer nuestros servicios a una empresa energética como EDP, que ha apostado por nuestro concepto premium más sostenible y saludable para aportar valor añadido a sus trabajadores, mejorando su experiencia de consumo en sus momentos de descanso”, explica Pablo Lojo, gerente de Área Noroeste en Selecta España.

## MÁS FLEXIBILIDAD Y SOSTENIBILIDAD

El micromarket de la operadora se presenta como un espacio autoservicio de productos de gran calidad, frescos y saludables para empresas, que confirma la innovación continua en el mundo del vending; así como una nueva experiencia de consumo para los usuarios.

Y es que en este modelo de negocio, del que desde Hostelvending hemos analizado en

profundidad en distintas ocasiones, el empleado libremente puede adquirir un menú completo (opciones saludables, piezas de fruta...), cogerlo directamente del lineal y pagarla en el kiosco de pago, utilizando incluso el pago con huella dactilar.

En suma, a este segmento se le ha dotado de la variedad de producto más sostenible en el mercado de la distribución automática, impactando positivamente en el cuidado del medio ambiente.

**La opción de multic compra, un mayor surtido en el autoservicio y la mejora en calidad de los productos a los que se accede suponen toda una revolución en la experiencia del consumidor. Todo ello sin olvidar el factor clave: la rapidez.**

Sin necesidad de desplazamientos, ni esperas en comedores ni restaurantes, facilitando la flexibilidad al empleado en línea con la creciente tendencia de teletrabajo y conciliación: esa es la realidad de la distribución automática y sus nuevas fórmulas.

# La importancia del Sistema de Gestión Integrado en vending



**A través de Mirko Franco, su responsable en esta área, IVS Ibérica explica la importancia de abordar la seguridad, el medioambiente, protocolos HACCP y la eficiencia energética para mantener un clima positivo y potenciar la fidelidad de los clientes.**

A lo largo del tiempo, el conocido Sistema de Calidad ha evolucionado hacia un nuevo concepto, "Sistema de Gestión Integrado", enfocado en múltiples ámbitos que cobran hoy una importancia extra.

En la distribución automática, sin ir más lejos, todos los rasgos vinculados a la calidad tanto del producto como del servicio y el proceso de producción se han mirado con lupa, quizás con más detenimiento que otros sectores de la distribución, restauración y alimentación en general.

Por eso, es sumamente importante que las empresas procuren mejorar los procesos de su actividad principal así como aquellos vinculados a la gestión energética, logística y bienestar corporativo.

Todo ello propiciará una mayor reputación, alianzas y, por ende, una mejora en la confianza tanto del cliente como del usuario final.

*Por su parte, IVS Ibérica, una de las operadoras más destacadas a nivel nacional, quiere cumplir esos requisitos y ofrecer valor añadido; trabajando diariamente por adaptar su servicio a las nuevas necesidades, demandas y comportamientos.*

Es por ello que, desde 2012 estableció su departamento de Calidad; fecha que coincide con la adopción de los principios del Grupo de certificar y mantener dicho sistema de calidad.

Un sistema que, como mencionábamos anteriormente, se ha convertido en Sistema de Gestión Integrado.

Dentro de este, no existe una sola política, sino que integra diversas en relación a la certificación obtenida, que requieren unos objetivos concretos, así lo explica su responsable de Gestión Integrado, Mirko Franco.



"En términos más prácticos, constituye las directrices del negocio, divulgadas en cada uno de los niveles del mapa corporativo", explica Franco.

En ese sentido, destacan políticas como el análisis de riesgo y de contexto, la implicación y responsabilidad del personal, procesos basados en los principios HACCP, mayor eficiencia y

uniformidad organizativa o seguridad del consumidor final, entre otras.

#### ACCIONES REALIZADAS DESDE EL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN INTEGRADORA

A juicio de Mirko, las más destacadas son las relacionadas a las actividades preventivas de estudio y proyección en base a posibles cambios normativos, aquellas vinculadas al control operativo, actividades de colaboración con el resto de departamentos de la compañía, acciones planificadas de grupo como auditorías...

#### LA IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE Y AL CONSUMIDOR FINAL

Uno de los puntos más importantes de este departamento pasa por la atención a sus clientes y usuarios finales. La gestión de posibles incidencias es crucial para mantener un servicio óptimo, y por ello, desde IVS Ibérica registran y clasifican todas las incidencias recibidas, que se envían de forma automática al personal involucrado, creando alertas y las acciones pertinentes.

"Con esto, el equipo involucrado puede



atender con mayor agilidad los casos, compartir situaciones, colaborar cuando sea necesario

y dar una respuesta rápida al cliente final", explica Franco.

# Nuevo acuerdo entre Gruppo Gimoka y Manea Vending

**Gruppo Gimoka, al cual pertenece AEV, acaba de anunciar el acuerdo entre el grupo y Manea Vending a través del siguiente comunicado:**

VEA, matriz de empresas que desarrollan tecnologías del café, y Gruppo Gimoka Srl, uno de los principales tostadores italianos en términos de volumen de café crudo procesado anualmente, se complacen en anunciar la asociación con Manea Vending en una ampliación de capital.

Manea es un fabricante dedicado a la creación de máquinas expendedoras en espiral robustas y elegantes con un alto nivel de personalización.

La nueva asociación será esencial en la construcción y comercialización de la próxima generación de máquinas vending.

VEA será un socio tecnológico que compartirá los amplios conocimientos de Carimali sobre el café y las bebidas calientes. Al mismo

tiempo, el Grupo Gimoka compartirá su experiencia y sus conocimientos técnicos que garantizan la calidad del producto.

"Gracias a nuestro papel y a nuestras competencias en materia de café, pensamos que se trata de una asociación clave, pero también importa haber promovido esta iniciativa junto a dos empresarios conocidos por su inclinación a la innovación", comenta Ivan Padelli, presidente del Gruppo Gimoka. Además, añadió, "queremos compartir nuestra experiencia para completar un proyecto capaz de garantizar un nivel de calidad del producto final".

Andrea Doglioni Majer, director general de VEA, comenta: "Cuando conocí al fundador de Manea, Antonio Nicolini, me impresionó su carisma, su energía y su impulso empresarial. Estoy encantado de volver a conectar y asociarme con él y su equipo mientras innovan en grandes productos. Gracias a nuestro otro socio, el Grupo Gimoka, estoy seguro de que el

impacto de este proyecto se dejará sentir durante mucho tiempo".

"Nos ha entusiasmado la decisión de reunir diferentes experiencias en torno a un proyecto innovador", Antonio Nicolini, CEO de Manea Vending: "La visión compartida de utilizar diferentes experiencias para garantizar el crecimiento, será la pauta para el futuro".



# Gaia Style Ry, la máquina que redefine los límites de la pausa del café en el OCS

**De diseño minimalista y altas prestaciones, Gaia Style Ry es la última apuesta de Bianchi destinada al segmento de servicio de café en oficinas; concebida para evitar posibles aglomeraciones con la multiplicación de la oferta a través de varios rincones de café.**

Bianchi Industry, una de las compañías más destacadas en la fabricación de máquinas automáticas, quiere estar presente en ese cambio de hábitos, comportamientos y, en esencia, de vida, de todos los ciudadanos: unos cambios que ya se han empezado a ver en la forma de consumo del café en el entorno de oficinas.

Por ello, dirige sus creaciones hacia nuevas soluciones que redefinan los límites de ese servicio de café en oficinas más tradicional.

Uno de los principales rasgos de esta nueva era del consumo es sin duda el intento de evitar a toda costa las aglomeraciones. El temor al contagio y la responsabilidad social conllevan a que las soluciones y coffee corners en las empresas prevean este tipo de necesidades; haciendo de la tecnología y la innovación las grandes bazas para materializarlo.

Con esto presente, desde Bianchi Vending han encontrado la clave en la multi-oferta. Así, visualizan un escenario en el que se multiplica la oferta a través de diferentes rincones de café, de tamaño más reducido, donde Gaia Style Ry es la protagonista.

*Estos pequeños córners se pueden ubicar en las diferentes áreas de la empresa para una pausa de café más íntima y a prueba de multitudes.*

El modelo, que ya ha obtenido un feedback muy positivo por parte del mercado de la distribución automática -y del OCS en particular-, presenta un nuevo diseño más reducido pero que promete un rendimiento superior tanto en cuestiones de variedad como de capacidad: 2,3 kg de café con una rotación de hasta 80 tazas diarias. En la versión con grupo de café variable, tal y como señala la compañía al diario italiano Vending News, la máquina permite al usuario disfrutar de toda una variedad de bebidas: desde el espresso más tradicional hasta las combinaciones más creativas -con la oportunidad de probar otras recetas a base de solubles.



## POSIBILIDAD DE AMPLIAR EL COFFEE CORNER

El rasgo de modularidad le permite ampliar el rincón de café a lo largo del tiempo si es necesario; pudiendo añadir el módulo Fresh Milk para aquellas zonas donde se demanden combinaciones a base de leche fresca y caffè latte cremosos. Por ahora, Gaia está disponible en dos versiones: Interfaz Easy con 8 botones y Touch 7".

## MULTITUD DE RINCONES; MULTITUD DE FORMATOS

Otra de las evoluciones del consumo en las máquinas expendedoras desemboca en la petición de soluciones que posibiliten utilizar diferentes formatos de bebida. Mientras la tendencia avanza hacia vasos cada vez más grandes, Bianchi ha decidido incorporar la opción de poder tomar el café de sus modelos en diferentes formatos para que el usuario escoja su preferido.

# Nuevas posibilidades para mecanizar y monetizar las ventas de productos congelados



**La distribución automática se alza como una nueva línea de negocio para los profesionales del sector de producto congelado.**

Nos encontramos ante un panorama en el que, pese a que el número de contagios se va reduciendo notoriamente, los consumidores han cambiado sus dinámicas de compra; dirigiéndose estas a la comodidad, flexibilidad y la reducción de contacto humano, y por ello, cada vez son más los adeptos a alternativas automatizadas tanto en los propios supermercados como en otros canales de venta.

Para dar respuesta a esa necesidad de abastecimiento de una forma segura y unattended, la distribución automática ha sabido desplegar todas sus herramientas, su modelo de negocio y ofreciendo las ventajas que un servicio automatizado y desatendido presenta para estos casos.

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 expendedoras; ya sea para consumir en el momento, para el take away o para llevártelo a casa: productos frescos, precocinados, bebidas de todo tipo, snacks, café...

**En este camino se dirige Ven-Dis 360° que, consciente de las posibilidades del frío, ha desarrollado y comercializa un nuevo equipo para productos congelados.**

Para ello, consta de múltiples funciones: temperatura regulable (pudiendo alcanzar hasta los -25°C), pantalla táctil de 22" con sistema Android y la posibilidad de convertirse en un

soporte publicitario para ofrecer una vía de ingresos extra y aumentar la facturación, o simplemente publicitar e informar más claramente los productos que dispensa, propiciando la interacción.

*Otra de las características reside en su elevador inteligente, que le permite dispensar aquellos productos más frágiles incluso desde las bandejas superiores, con mucho volumen o emplatados, desde cualquiera de sus bandejas.*

Además, su posibilidad de interacción con el equipo sin contacto físico a través de cualquier dispositivo con internet hace que sea más higiénico y seguro en estos momentos marcados por la salvaguardia de nuestra salud.

# Automated Vending refuerza su apuesta **cashless**



**Frente a la necesidad de evitar a toda costa el contagio, Automated Vending apunta a un nuevo concepto de sistema de pago contactless certificado por Redsys, con el que se reducen costes de gestión de efectivo.**

Este nuevo panorama está marcado por la aplicación a raja tabla de las medidas de seguridad e higiene en todos los canales. Esa ha sido la máxima del vending desde que aparecieran los primeros brotes de coronavirus.

La distribución automática puso entonces al alcance su servicio desatendido, su tecnología y su disponibilidad las 24 horas del día.

Uno de los puntos principales que han marcado la diferencia en el vending ha sido la variedad de sistemas de pago que ofrece: desde sistemas cashless hasta contactless; ofreciendo la posibilidad de efectuar las compras sin contacto.

En ese sentido, compañías como Automated Vending, están ofreciendo las últimas innovaciones para que los usuarios puedan contar con un servicio seguro y constante; pero que,

además ofrezca ventajas para sus clientes.

Con esto presente, el año pasado, el grupo empezó a comercializar un nuevo sistema de pago con tarjeta de crédito, una implementación con una acogida muy positiva por parte del sector. Los principales puntos del nuevo lector son, por una parte, ofrecer un pago seguro –en términos de higiene y de protección de datos-, rápido; y al mismo tiempo, reducir costes relativos al manejo de dinero en efectivo.

**Con la certificación de Redsys, el sistema confirma así el cumplimiento de las condiciones bancarias por el uso de la tarjeta; establecidas de forma directa entre el cliente y la entidad financiera escogida.**

Por su parte, el dispositivo integra una interfaz de comunicaciones, desarrollada por la propia compañía, que actúa a modo de caja de comunicaciones. Además, incluye una tarjeta SIM multi-operador de 10 megabytes; esto sig-

nifica que ofrece la posibilidad de conectarse con aquel proveedor de telefonía que brinde la cobertura más alta en la zona en cuestión.

Por otra parte, encontramos el lector de tarjeta Ingenico, concretamente el iUC285, diseñado especialmente para máquinas expendedoras avanzadas a través de una integración fácil y segura en los pagos que se realicen en las automáticas. Así, permite añadir cualquier modalidad de pago Cash-Less (NFC, E-Wallets, transacciones EMV Chip & Magstripe...).

Sin lugar a dudas, este nuevo panorama marcado por los efectos del Covid-19, tendrá su eco en la forma de interactuar con los canales de venta.

**En lo que refiere al vending, el modelo desatendido, automático y contactless será el día a día del sector, un hecho que ya están demandando los ciudadanos para salvaguardar su salud.**

# Programar los sistemas de pago de las máquinas vending de forma remota

Coges acaba de implementar una nueva función para la programación remota de parámetros, disponible con la plataforma de conectividad Nebular.

La marca especializada en el desarrollo de medios de pago continúa su andadura en la actualización de sus soluciones, con el objetivo de hacerlas más completas y dinámicas para la distribución automática de hoy. Ahora le ha vuelto a tocar el turno a su plataforma insignia Nebular, con la que ofrecen al operador la posibilidad de controlar y gestionar a distancia la máquina expendedora.

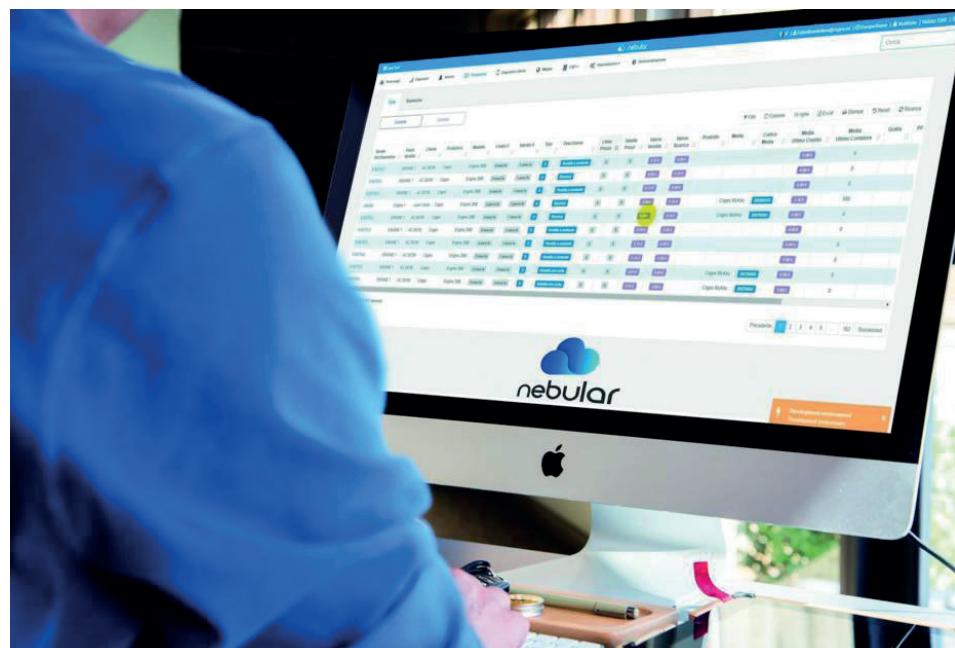
*En concreto, hablamos de una nueva función, VisualProgrammer Online, que pone en línea las funciones del software de programación de los sistemas de pago Coges, sin necesidad de accesorios de programación como E.C.S. Programmer, terminal K4U Analyzer y llaves de servicio Program-Key, y sobre todo, sin necesidad de acceder físicamente a la ubicación.*

El programa permite leer y modificar los parámetros de programación del sistema de pago directamente en el portal Nebular, incluida la configuración de precios, y luego enviarlos al sistema de forma remota. También es posible leer los parámetros de un sistema conectado a Nebular, modificarlos y, posteriormente, enviarlos a uno o más sistemas conectados.

Además de ello, tal como nos trasladan desde la compañía, permite decidir si aplicar los cambios de precio inmediatamente o esperar a que se realice una auditoría de datos: en este caso, los cambios se aplicarán automáticamente después de la auditoría.

## UNA RESPUESTA DIRECTA A LAS NECESIDADES DE LOS OPERADORES

La programación remota de los parámetros del sistema de pago responde a las necesidades de los responsables de vending, especialmente en un momento en el que cualquier intervención del personal en la ubicación debe ser planificada y consensuada con el cliente por normativa de seguridad y prevención anti-



COVID-19.

En la práctica, se traduce en un ahorro inmediato del costo de los accesorios de programación; pero también en la optimización del tiempo, y por ende, en el coste derivado de la intervención de actualización.

Con todas estas optimizaciones, VisualProgrammer Online enriquece el abanico de funciones que ofrece la plataforma Coges Nebular: desde la detección de datos (que incluye alarmas, temperaturas e información en tiempo

real sobre ventas y recargas), la gestión de stock de productos; pasando por las actualizaciones de firmware, reembolsos de crédito en MyKey hasta la gestión de transacciones en llaves individuales.

Nebular está integrado con el principal software de gestión europeo y accesible en línea las 24 horas del día, los 7 días de la semana, con el que Coges proporciona un panel de control para controlar los sistemas de pago allá donde el gestor lo necesite.



# Capacidad XL para grandes espacios que necesitan un servicio vending

Con Aria XL y su aumento de las capacidades, Bianchi Vending se dirige a las demandas de una distribución automática más rica en los espacios públicos con gran afluencia.

Proponer al consumidor una oferta más variada y de calidad es ya uno de los principales mandamientos que ha de seguir cualquier empresa dedicada al mundo del vending.

Más posibilidades de elección para el usuario final y un aumento de la rentabilidad del operador son las principales búsquedas de los fabricantes de máquinas automáticas; basta con echar un vistazo al escenario actual para corroborarlo.

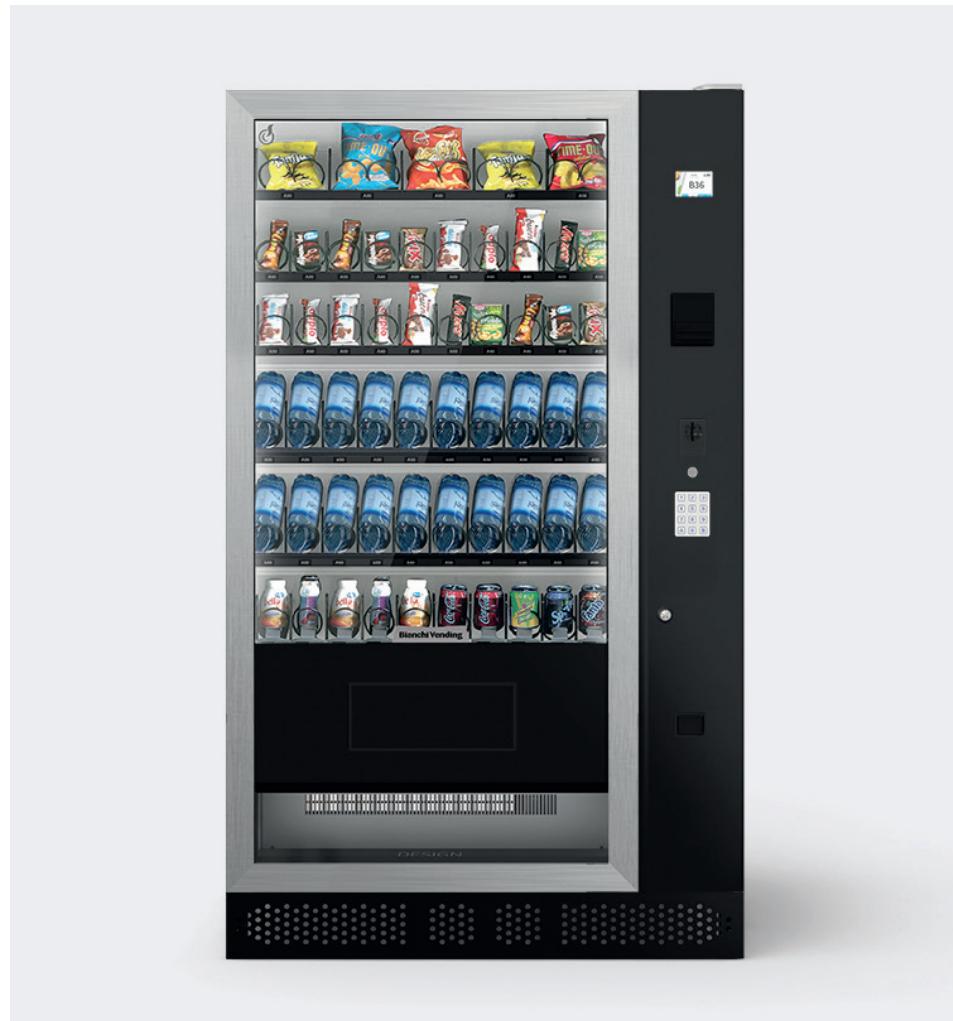
Por su parte, Bianchi Vending ha decidido formular una máquina que responda a esas premisas, y el resultado ha sido el modelo Aria XL, una expendedora talla "extra grande" para responder con efectividad a lugares de gran afluencia: estaciones de tren y de metro, centros comerciales, aeropuertos...

En definitiva, aquellos establecimientos que necesitan satisfacer a una gran variedad de gustos y perfiles diferentes.

**En ese sentido, Aria XL ha sido diseñada precisamente para satisfacer estos volúmenes de ventas gracias a una mayor capacidad en comparación a las máquinas expendedoras de aperitivos y bebidas frías tradicionales.**

Concretamente, el modelo está formado por 6 bandejas de productos con 10 espirales cada una (más una séptima bandeja opcional) y una capacidad de 425 productos, a la que se pueden sumar dos columnas laterales invisibles en la versión Plus para albergar hasta 68 botellas más o 136 latas más.

Todo ello, bajo un diseño cuidado y de colores claros para destacar los productos del interior de la máquina; rematado con ventanas transparentes para optimizar la visión de la oferta presentada.



**Por otra parte, Bianchi también ha pensado en el elemento de la seguridad, puesto que, si bien las grandes rotaciones son una clara oportunidad de ventas, también aumenta al mismo tiempo las posibles incidencias.**

## VERSIÓN ANTIVANDÁLICA

sistema de introducción y devolución de monedas a prueba de robos, cristal templado y apertura de puerta con manilla antirrobo son algunas de las características extra para que el operador pueda seguir con su negocio sin temor alguno.

# Koro Prime: más allá de una pausa de café

Basada en una línea moderna y tecnológica, la máquina de café de Necta, perteneciente a la familia fabricante Evoca, responde a esa demanda de calidad y diseño en los entornos laborales, donde los trabajadores buscarán una opción inmediata y Premium a partes iguales.

Cuando la tecnología se pone al servicio del diseño surgen creaciones como la Koro Prime, desarrollada por la marca Necta, con gran tradición en el mundo de la innovación en lo que se refiere a máquinas automáticas destinadas al vending. Evoca se reafirma una vez más como uno de los grandes referentes de la distribución automática con un modelo basado en esa necesidad de darle un giro elegante, vanguardista y dinámico a las oficinas.

**La conocemos hace un par de años, pero su carácter vanguardista la siguen alzando como una opción a tener en cuenta no solo en el mundo OCS, sino en aquel ambiente donde se demande una opción compacta y elegante.**

Así, a través de un marco elegante que ilumina tanto el lateral como el frontal de la máquina, una pantalla gráfica con ilustraciones y textos protagoniza el paisaje de la automática; además de un teclado capacitivo con botones retro iluminados.

## BEBIDAS ESPECIALES PARA UNA PAUSA DEL CAFÉ PERSONALIZADA Y AGRADEBLE

Ese rasgo Premium no se queda en la superficie de la máquina; también lo comprobamos en su oferta de bebidas, donde la flexibilidad es el núcleo. Mediante un menú de selección personalizable, ofrece hasta ocho bebidas, basadas en diferentes tecnologías de preparación diseñadas para su uso.



## EL CAFÉ MÁS SIMBÓLICO: ESPRESSO

Tras incorporar su grupo de café patentado, el sistema de dosificación y una extracción acorde a los parámetros del auténtico

espresso italiano, Koro Prime ofrece un café de calidad en cualquier empresa que se preocupe por brindar esa experiencia a sus empleados.

## LECHE FRESCA Y CAFÉ EN GRANO SE UNEN JUNTO AL CAPUCHINADOR

Al incluir un sistema de gestión de leche, de gran rendimiento, garantiza la dosis continua. Si a ello sumamos el uso de ingredientes de calidad como el café en grano recién molido y la leche fresca –

una tendencia cada vez más en auge– el modelo de Evoca ofrece un menú de bebidas calientes que pudiera ofrecer un barista.



## INSTANT

Y para la emulsión de la bebida, cuenta con unos compactos batidores, resultado de la tecnología de Necta.

# {V} El retorno a las oficinas: un millón de profesionales han dejado de teletrabajar

DESDE EL SEGUNDO TRIMESTRE, EL VOLUMEN DE PROFESIONALES QUE TRABAJABAN DESDE SUS CASAS SE HA REDUCIDO EN UN 36,2%, LO QUE SIGNIFICA QUE 1.091.400 PROFESIONALES HAN DEJADO DE TELETRABAJAR DE MANERA HABITUAL. PARECE QUE POCO A POCO IREMOS VIENDO LA LUZ AL FINAL DEL TÚNEL. LAS MEDIDAS APLICADAS Y LA IMPLEMENTACIÓN PAULATINA DE LAS VACUNAS ESTÁN HACIENDO POSIBLE QUE ESA RECUPERACIÓN QUE VEÍAMOS TAN LEJANA COMIENCE A EXTENDERSE EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA.

Como suele ser característico en una crisis, el primer síntoma lo pudimos vislumbrar en el empleo. En concreto, la destrucción del empleo se cebó con la hostelería y el comercio durante 2020, mientras que crecieron sectores como el sanitario, seguros o administración pública.

Sin embargo, se prevé una recuperación moderada del empleo en este 2021, con un crecimiento del 1,8% según recoge Randstad en su informe "Situación y perspectivas del mercado del trabajo". Ello llevará el volumen de ocupación desde los 19,3 millones de trabajadores registrados en el último trimestre de 2020 a los 19,7 millones en este año. Una cifra que será muy similar a la registrada en 2019, antes del estallido de la pandemia.

Estas previsiones responden al comportamiento del empleo durante la segunda mitad de 2020, periodo en el que se recuperaron 737.000 ocupados. De hecho, durante los últimos meses del año se rescató el 53,6% del empleo perdido entre marzo y abril, contabilizando también a los afectados por ERTE.

Las oficinas volverán a acoger a sus empleados a lo largo del año, y con ellas, los servicios ofrecidos en las instalaciones.

*Así es, tal y como contempla el informe, 1.091.400 profesionales han dejado de teletrabajar de manera habitual.*



Esta cifra significa que, del total de 19,3 millones de ocupados que hay en España, el 9,9% trabaja habitualmente desde sus casas.

**Por ello, ahora más que nunca será crucial reconfigurar la oferta de distribución y restauración automática en entornos laborales. Un OCS de calidad con la incorporación de platos preparados fríos y calientes supone una gran oportunidad de recuperación y beneficios para los operadores y proveedores de este sector.**

Desde hace tiempo, la distribución automática pone a disposición cada vez más opciones saludables, nutritivas y completas para poder alimentarse sin tener que salir de la oficina: todo tipo de ensaladas, fruta, bowls, opciones vegetales y un largo etcétera conquistan el paladar de aquellos que optan por el vending para almorzar. Más ahora cuando es la única opción en el edificio.

Y por supuesto, sin pasar por alto un café más Premium que permita a los empleados desconectar y vivir una experiencia alrededor



de su taza, recordando aquellos momentos en el que esta bebida brindó su apoyo y ofreció

la calidez que se necesita en un momento de tanta dureza.

**Nestlé PROFESSIONAL.**

---

**DESCUBRE LOS NUEVOS NESCAFÉ COFFEE CORNERS, NUESTRA NUEVA PROPUESTA PREMIUM Y SOSTENIBLE**

*"Coffee to go!"*

---

**CULTIVADO CON RESPETO**  
— NESCAFÉ 1938 —

**NESCAFÉ COFFEE CORNER**

CAFÉ DE CALIDAD SUPERIOR

MUEBLES ELEGANTES DE DIFERENTES FORMATOS

MÁQUINAS DIGITALES DE FÁCIL MANTENIMIENTO Y USO

**CONTÁCTANOS**  
T. 900 50 52 54  
[www.nestleprofessional.es](http://www.nestleprofessional.es)

# El autoservicio llega al mundo de la cerveza con el innovador sistema de Hoshizaki



Bajo el nombre de BeerMatic Dual Tap DBF-AS65WE, el dispensador automático desarrollado por la compañía ofrece una "jarra" de cerveza como si del bar más tradicional se tratase; pero a través de un sistema unattended y con pago digitalizado.

Hemos llegado a ver las máquinas de latas de cerveza, pero una máquina que tira la cerveza como si del grifo de un bar se tratara... es otra historia; una historia que pudiera sonar a ciudades del futuro.

Sin embargo, ¿no nos encontramos ya en pleno auge en cuanto a automatización y Smart cities? Al menos por lo que a fabricantes que operan en la distribución automática se refiere, nos sorprenden casi a diario con nuevas soluciones automatizadas, desatendidas, eficientes y seguras.

Y en cuanto a la nueva solución de uno de los fabricantes y distribuidores de máquinas dispensadoras de hielo y sistemas de refrigeración más destacados, Hoshizaki, que en principio podría recordarnos a una superautomática de café, la tecnología va más allá, e incluso inclina el soporte a través de su sistema de inclinación -compatible con todos los formatos

de vasos- en la en el ángulo correcto para obtener la "tirada" perfecta.

## VOLUMEN DE CONSUMO: IDEAL PARA GRANDES DEMANDAS

En este caso, se trata de una solución counter-top diseñada para aquellas localizaciones con un gran volumen o rotación; pudiendo servir 65 litros de cerveza fría de forma consecutiva.

Además de su capacidad, otro de los rasgos más destacados del dispensador es su velocidad de servicio, ya que puede llenar hasta cuatro vasos (de 453 ml) en un minuto.

*Así, la compañía ofrece una solución que sirve automáticamente la cerveza con solo pulsar un botón tras haber realizado el pago, que, en sintonía con la demanda actual, se basa en un sistema contact-less desarrollado por la empresa especializada Sistemas de Venta y Control.*

Con este, el usuario puede realizar el pago a través del uso de tarjeta o de otros métodos

de pago como ApplePay.

Una vez pasada la tarjeta por el lector, la propia pantalla de la terminal indicará la selección para que el usuario pueda escoger el producto: rápido, sin contacto y con el resultado de la tasca más experimentada. Dicha pantalla muestra, en suma, el número de cervezas servidas.

## UN MODELO DE NEGOCIO EFICIENTE QUE REDUCE COSTES

Como mencionábamos anteriormente, la solución de Hoshizaki ofrece un servicio de calidad y que reduce costes de distinta índole, ya que cada detalle y parámetro está medido al detalle para reducir al máximo posibles derrames o las consecuencias de un personal inexperto; todo ello, gracias a su sistema BEERMATIC.

Además de la propia eficiencia de la máquina, el operador o dueño del tendrá disponible un negocio unattended.

Este hecho supone un ahorro tremendo, al tiempo que supondrá no tener que involucrarse con la venta de estos productos; haciendo

posible no tener que contar con un empleado para el puesto.

Serán los propios consumidores los encargados de realizar la transacción.

Y para el personal ya contratado, al no requerir atención adicional hasta que la cerveza no está servida, le permitirá dedicarse a otras tareas procesar pagos, preparar pedidos o limpiar.

Estos segundos ahorrados parecen marginales, pero al atender grandes cantidades de personas estos segundos se convierten en horas, horas que los empleados pueden invertir en proporcionar un servicio al cliente más eficiente.



## Creos, el validador de billetes dirigido a lugares con condiciones ambientales adversas

### Creos, el validador de billetes dirigido a lugares con condiciones ambientales adversas.

Ante un mundo cada vez más automatizado, Coges, referente en el mundo de los medios de pago, en los últimos meses ha realizado importantes cambios técnicos en sus soluciones de pago; concretamente, en el lector de billetes Creos, con el objetivo de optimizar su rendimiento y fiabilidad.

Así, estos cambios nacieron del análisis de la vida del producto y ya están implementados en todos los modelos de lectores actualmente en producción. Así lo explica Giovanni Riva, gerente de Servicio al Cliente de Coges, "Al observar los lectores de billetes instalados en lugares con condiciones ambientales particularmente duras, como lugares de trabajo muy polvorrientos o áreas de producción de la industria pesada, descubrimos que los operadores tienden a aumentar la frecuencia de las intervenciones de mantenimiento".

Generalmente, se trata de paradas breves destinadas a limpiar el lector, que en ubicaciones estándar normalmente no son necesarias, pero que han decidido intervenir para reducir aún más esta posibilidad.

"Tomados individualmente, los nuevos cambios mecánicos y electrónicos pueden escapar al uso diario del producto", subraya Matteo Pegoraro, director de I + D de Coges: "En general, sin embargo, contribuyen a reducir la limpieza interna del lector de billetes en más de un



50% incluso en las ubicaciones más extremas.

Este es un resultado significativo, que para nuestros clientes se traduce en menos paradas operativas y menores costos, particularmente importante en este momento en el que cada salida al campo debe ser evaluada cuidadosamente".

En ese sentido, los cambios aplicados son el resultado de una atención a las necesidades del cliente que no se detiene en el momento de la venta. De hecho, la potenciación del anti-retorno permite una reducción de las necesidades de mantenimiento gracias al menor impacto de las condiciones ambientales en el funcionamiento del lector y la posibilidad de acumulación de polvo y suciedad.

Por un lado, una mayor eficiencia de las ópticas permite la mejora en el reconocimiento de billetes. Por otro, la suavidad de la tracción reduce el esfuerzo del motor y aumenta el agarre del billete; también, gracias al aumento del par de los motores que optimizan el rendimiento y aseguran condiciones de funcionamiento constantes. Esto significa que el cliente dispondrá de un producto más fiable incluso en entornos difíciles y con mayor autonomía operativa.

Gracias a la experiencia en el campo y la retroalimentación recolectada de los usuarios, Coges realiza un monitoreo y refinamiento constante del desempeño de sus productos, en constante evolución en el mundo del vending.

# La nueva Iperautomática ofrece un punto de conexión Premium entre OCS y la gama de vending



La máquina de Evoca, bajo su marca Saeco trae consigo una serie de mejoras basadas en su estética y sus contenedores de soluble, con un 10% de capacidad para brindar un servicio de calidad non stop.

Estética mejorada, modernidad, un nuevo diseño gráfico y optimizaciones en sus funcionalidades; así es la Iperautomática Premium de Saeco; una solución versátil para aquellas pequeñas empresas y oficinas que desean ofrecer a sus trabajadores una motivación extra a partir de la experiencia del café.

Así es, el servicio de café en las oficinas forma parte de la imagen de marca de la empresa. Las compañías tienen en el café gratis una propuesta de valor de la que se benefician sus empleados y aquellos clientes que acuden a sus instalaciones, fortaleciendo su identidad y diferenciándose de la competencia.

En un futuro no muy lejano, la línea existente entre la vida profesional y la personal se diluirá, donde el bienestar y las opciones de calidad tendrán mucho que decir.

Y precisamente Evoca, una de las fabricantes de máquinas para la distribución automática más destacadas a nivel internacional, está volcada en estas nuevas demandas y formas

de consumo, en las que la premiumización será la clave.

Así nace el modelo IperAutomática Premium, que brinda toda una gama de bebidas gracias a la presencia de dos contenedores de soluble, que generan un 10% más de capacidad respecto a la versión anterior.

Otra de las mejoras pasa por la incorporación de un nuevo sistema de erogación de soluble, con un nuevo batidor que mejora la disolución del producto, para no tener que renunciar a la calidad final de un café que llega como agua de mayo tras una jornada intensa de trabajo.

Para hacer de este office coffee service un espacio elegante y motivacional, la nueva versión también presenta una estética mejorada, más moderna y llamativa; englobado todo ello en una altura máxima de 550 mm. Y hablando de vanguardismo, incluye un nuevo diseño gráfico con iconos fotorrealistas de bebidas que facilitan aún más la experiencia del usuario, además de resultar más intuitivo.

## CARACTERÍSTICAS ADICIONALES QUE LA CONVIERTEN EN UNA OPCIÓN PREMIUM

Por otra parte, el tanque de agua se puede desmontar desde tres direcciones: desde la parte alta, desde la izquierda y también desde el lado derecho. Es fácil de usar y su mantenimiento también es muy rápido gracias a sus elementos internos modulares.

Consta además con una placa de circuito avanzada que permite personalizar recetas y ser compatible con los principales protocolos de sistemas de pago (MDB, BDV, Executive - requiere caja externa), aceptando los principales métodos.

En suma, permite registrar datos estadísticos a través de un protocolo EVA-DTS.

## GAMA INSIGNIA DE UNA NUEVA ERA DE CONSUMIDORES: AULIKA EVO

Con Aulika Evo, una de las familias de máquinas profesionales de café de una de las marcas más destacadas de Evoca: Saeco, la compañía refuerza su apuesta por un coffee break social, de alta calidad y seguro. Incluye toda una variedad de versiones para dar respuesta a todas las necesidades, como la Evo Top.

# Vitro X1 MIA, la nueva máquina de café que funciona por tecnología de micro-inyección de aire



**La multinacional navarra, con gran presencia en el mundo de la distribución automática, acaba de lanzar una nueva máquina de café que se adapta a una demanda de multiopción en cuanto a las bebidas de la expendedora: desde latte macchiatos hasta aquellas más creativas donde la espuma de la leche es la protagonista.**

Azkoyen sigue apostando por un resultado completamente Premium. La fama del café de especialidad sube como la espuma, nunca mejor dicho, y por ello, desde el grupo, continúan llevando sus innovaciones en I+D hasta las automáticas.

Ya conocíamos la tecnología de microinyección de aire MIA -patentada por Azkoyen-, que, de la mano de la gama Vitro, da vida a una nueva era de máquinas expendedoras que se ganarán el corazón de los amantes del café.

**La nueva incorporación a la familia llega con Vitro X1 MIA, con la que el usuario podrá programar la densidad y consistencia de la espuma de la leche fresca; al igual que su temperatura.**

Una solución que responde a una nueva

tendencia de personalización de la bebida; pudiendo adaptarse a cada perfil, región o localización.

## UN CAFÉ PARA CADA PALADAR

El modelo, como si de una cafetería de especialidad se tratase, ofrece una gran selección de expressos y bebidas a base de leche fresca: desde cappuccinos hasta latte macchiatos (los favoritos hasta ahora de los españoles) para dar respuesta a cada consumidor. Y para aquellos que opten por una dieta más veggie, podrán encontrar también su taza, ya que se pueden utilizar bebidas vegetales sin renunciar a un resultado espumoso y denso.

Aparte de cafés, los usuarios tienen la opción de preparar té e infusiones al gusto con agua caliente limpia y fresca tras la incorporación de departamentos independientes de servicio de agua caliente.

Compacta y vanguardista, la identidad Premium envuelve la máquina; convirtiendo ese break del café en una experiencia para el cliente. El café de experiencias, esa es la nueva realidad en el vending.

Por otra parte, también está dotada de ese rasgo Smart tan demandado actualmente. Así, permite ajustar la elaboración a cada mercado o ubicación: fijando desde el orden en el que

## VOLUMEN DE CONSUMO

Está pensada para localizaciones con un consumo de hasta 150 tazas al día, por lo que es ideal para oficinas y entornos OCS; así como establecimientos Coffee-to-go y take away, retail, hoteles y estaciones de servicio, donde el servicio debe ser intuitivo y rápido.

se vierte cada ingrediente en la taza, la cantidad de café (entre 7 y 14 gr), o seleccionando si se prefiere la leche líquida o espumosa y caliente o fría para cada receta; en esencia, un café a medida

## PERFECTA PARA CUALQUIER TIPO DE LOCALIZACIÓN

Ampliar las posibilidades y la personalización es un claro ejemplo de win-to-win para todos aquellos que participan de una forma u otra en la cadena de consumo de café. Para el operador, se traduce en la posibilidad de aumentar su beneficio al ofrecer cárneros y espacios más atractivos para sus clientes; para estos últimos, una facturación directa, y para el usuario, una experiencia emocional que puede ser distinta cada día.

*Además, la multiopción permite encajar estas máquinas en prácticamente cualquier localización. Por ello, Vitro X1 MIA se ha diseñado para ajustarse a las necesidades de cada espacio: variedad de accesorios, diferentes opciones de pago para el consumidor y modos de funcionamiento.*

# El **centro** de soluciones de vending y café: Un lugar para **dar voz** a la industria



**The Vending and Coffee Solutions Hub es la nueva plataforma virtual de la EVA con la que asienta las bases de una nueva concepción de vincular y dar voz a la industria de la distribución automática, que comenzará el 27 y 28 de mayo a partir de un evento de lanzamiento.**

El golpe de la pandemia ha destapado y intensificado lo que ya era evidente: la distribución automática, un sector que paradójicamente crece diariamente, está, digámoslo así, un tanto descuidado. A falta de una mayor representación política, las asociaciones tienen que incrementar sus esfuerzos y desplegar sus herramientas por darle al sector la posición que merece.

El esfuerzo colectivo, la unión de la industria y una posición firme son los ingredientes necesarios para ganar visibilidad y fuerza; por ello, desde Hostelvending, deseamos aportar nuestro grano de arena a través de nuestras informaciones e investigaciones, sirviendo de precedente a futuras iniciativas.

Desde la Asociación Europea de Vending están siendo cada vez más conscientes de esta necesidad, por lo que, de un año a esta parte, han incrementado sus demandas a las administraciones públicas; así como la creación de informes y encuentros que posibilitan una

conciencia real sobre el estado de la distribución automática y el vending a día de hoy.

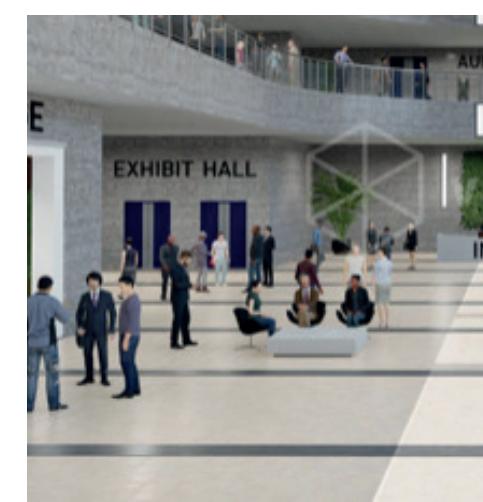
Así, su siguiente iniciativa ha sido la creación de una plataforma online que, bajo el nombre de "Centro de soluciones de vending y café", posibilita que toda la industria conozca a los principales actores europeos y de servicios de café en vending.

**La fecha de partida está fijada de los próximos 27 y 28 de mayo (con una duración de un año), que dará comienzo con un evento de lanzamiento. Tras esos días, la EVA organizará otros eventos en la plataforma a lo largo del año.**

## UN AUDITORIO VIRTUAL

En primera instancia, encontraremos un auditorio online formado por conferencias, sesiones de preguntas y respuestas y oportunidades de participar en cada encuentro.

En ese sentido, la EVA propone un programa de conferencias basadas en las innovaciones de los patrocinadores y discursos de expertos con sesiones de preguntas y respuestas en directo sobre los siguientes temas: el futuro del dinero en efectivo, el avance del pago digital, el envasado y sus cambios, los nuevos comportamientos de los consumidores,



negocios alternativos para el vending, tendencias del café y las prácticas sostenibles en el sector.

#### SALA DE EXPOSICIONES

Por otra parte, los expositores también tendrán la oportunidad de presentar sus últimas innovaciones en un espacio reservado que abrirá la puerta a posibles clientes potenciales y nuevos proyectos.

Además, se podrán concertar citas por videollamada días previos al evento –o bien organizar charlas durante la celebración si surgen espontáneamente-. Incluso, la plataforma permite dejar mensajes, a modo buzón de voz, para poder contactar en un futuro; así como llevarse todos los documentos e vídeos para estudiar posibles propuestas posteriormente a través de la función de “bolsa Swag”.

La asociación nos confirma que el acceso a la plataforma y a los eventos será completamente gratuito; el usuario solo tendrá que registrarse en la página de inicio de la plataforma.



También podrá conectarse en cualquier momento de ese año de duración y visitar los expositores una vez acabe la fecha de lanzamiento. Para disfrutar de todo ello, las inscripciones estarán disponibles a partir del 27 de este mes.

*El futuro del dinero en efectivo, el avance del pago digital, el envasado y sus cambios, los nuevos comportamientos de los consumidores, negocios alternativos para el vending, tendencias del café y las prácticas sostenibles.*



Descubra la nueva generación de llaves MyKey: nuevo diseño, colores brillantes e impresión láser del logo del Operador.

**Coges MyKey: pequeña, sencilla y cada vez más inteligente.**



[www.coges.es](http://www.coges.es)



# *Vending en Hoteles:* 15.000 establecimientos; 15.000 oportunidades

¿QUÉ APORТА LA  
DISTRIBUCIÓN  
AUTOMÁTICA EN ESTA  
EVOLUCIÓN?,  
¿APUESTA ESTE  
SEGMENTO POR LAS  
SOLUCIONES VENDING?

**La necesidad de incrementar la facturación de todo el mercado se traslada de igual forma a la industria hotelera. Y para hacerlo, es crucial aplicar nuevas fórmulas que permitan continuar ofreciendo un servicio seguro y de calidad para los huéspedes.**

Una demanda que ha tenido repercusión directa en los espacios coffee service de los hoteles. Ya no sirve contar con una zona “bonita” y una máquina funcional: el servicio debe ir mucho más allá, ofrecer un espacio de desconexión, automatizado, seguro y, sobre todo, no hablar tanto de servicio, sino de experiencia.

De hecho, las grandes cadenas en remodelación de infraestructuras e incorporación de nuevos servicios responden a esa transformación que ha llevado a los hoteles a evolucionar de lugares y espacios para hospedarse a auténticos

centros de experiencia

Actualmente, los clientes ya no se conforman con alojarse en un hotel: quieren vivir experiencias únicas y personales.

Si a esto sumamos la situación actual provocada por la Covid-19, evidentemente, las grandes cadenas han reinventarse y adaptarse a nuevos hábitos no tan solo de consumo, sino de pandemia.

***La distribución automática, que llega como agua de mayo, es un servicio unattended. Hoy por hoy, y debido a la pandemia, este canal es crucial, como ejemplo de la sustitución de los mini-bares de habitaciones.***

De hecho, la tendencia convertida en norma



es que este segmento se defina más por soluciones Vending, pero con una visión distinta a la habitual. Debe aportar un servicio seguro y sin contacto que debería ir ligado a que la calidad y variedad de productos que oferten cumpla con las expectativas del huésped.

*"No se trata de simples máquinas de Vending: el tratamiento es de zonas especializadas, pequeños rincones con productos especializados y con máquinas con las tecnologías más avanzadas, que permitan al usuario una mejor percepción y experiencia.",  
EVOCA GROUP.*

Con ello presente, tal y como nos trasladan desde el propio sector hotelero, cada vez más empresas optan por soluciones vending de calidad.

Y es que la industria de la distribución automática, representada por operadores, fabricantes, distribuidores, proveedores, productores y tostadores, aporta un servicio al cliente con una gran calidad de producto las 24h, y todas las comodidades para adquirirlo.

Será una apuesta segura y una gran ventaja que cubrirá gran parte de las carencias que ahora se producen por los costes de personal.

## DISEÑO PERSONALIZADO PARA APORTAR UN VALOR DE DISTINCIÓN

“Diseños neutros y máquinas con posibilidad de personalización para adaptarnos a entornos exigentes; ya sean decoraciones clásicas, minimalistas o de cualquier variedad. Asimismo, hemos diseñado muebles elegantes para una perfecta integración en los halls de cualquier hotel”, Rheavendors.

## MAYOR INTERACCIÓN ENTRE MÁQUINA Y CLIENTE FINAL

“Cada vez hacemos más hincapié en máquinas más compactas, con diseños más innovadores, con pantallas táctiles, luces Led, más intuitivo, más amigable, con lo que conseguimos una mejora en la experiencia con el usuario.

Obtenemos una mayor interacción entre máquina y cliente final”, Evoca.

## EL POTENCIAL DE LOS MICROMARKETS

“A través de la reserva del hotel, el cliente podría tener un campo de oferta gastronómica que le invitase a reservar un combo (por ejemplo, un agua y un sándwich o una ensalada, y quizás un smoothie de plátano de postre) y que le pueda dar las instrucciones pertinentes con geolocalización cuando se encuentre próximo a una máquina. Para esto, creo que nuestro concepto de Micromarket encaja a la perfección”, Delikia.

## SIN OLVIDAR OTRAS TENDENCIAS QUE VIENEN PISANDO FUERTE

En las máquinas automáticas establecidas en los hoteles, igual de importante es disponer de un café y leche de calidad como de diferentes opciones vegetales (soja, almendra, avena...) y un gran surtido de edulcorantes (como puede ser azúcar, azúcar moreno, sacarina, etc.) para que al huésped no le falte de nada para disfrutar de ese momento, sea cual sea su perfil.



# Hacia un **NUEVO CONCEPTO** de Restauración Automática en hoteles

**Con las limitaciones por contagio de la pandemia en cuanto a zonas de restauración atendidas, ¿podemos hablar de un nuevo concepto de Restauración Automática en los Hoteles?, ¿existe un nuevo nicho de mercado para la distribución automática en este segmento?**

Para responder a estas incógnitas, preguntamos directamente a la industria hotelera, con el objetivo de tener un feedback lo más fidedigno posible.

Así, es el Grupo Hotelero Gargallo, dedicado a la hostelería desde 1953 y que cuenta con diecinueve hoteles distribuidos en Cataluña y Aragón, quien nos da su visión al respecto.

*“Vemos un mayor consumo en las habitaciones con máquinas de monodosis (cápsulas) que posiblemente se quede”, EVOCA GROUP.*

Para la compañía, sí que podríamos hablar de un nuevo concepto de restauración automática debido a las nuevas necesidades de los clientes por sentirse seguros, por los protocolos establecidos y, por las normativas pertinentes de cada comunidad autónoma.

“Es evidente que el cierre de la restauración tradicional, las restricciones de horarios y el hecho de evitar el contacto social causados por la crisis sanitaria, ha generado un cambio en el consumo por parte de los clientes en los hoteles”, nos expone Santiago Martínez, director de Compras del Grupo.

*“Se ha incrementado la restauración automática mediante las máquinas de vending – que no entienden de horarios – y que generan mayor seguridad para satisfacer las necesidades de los mismos; al igual que ha aumentado el room service en algunos casos”, Soraya Ibáñez, directora de Marketing, Publicidad y Diseño de Grupo Hotelero Gargallo.*

Lo cierto es que cada hotel está utilizando sus propias medidas; ya sea llevando el desayuno a la habitación, servicio asistido de mesa, autoservicio con buffet habitual con dispensadores de hidrogel... Todo ello, encaminado a aumentar la seguridad, los espacios desatendidos y la reducción de mesas.



Y para hacer de este especial un escenario completo, con todas los actores que participan en el segmento aportando su visión de dicha evolución, contactamos con los grandes fabricantes y operadores de la industria automática, quienes reafirman nuestro enfoque de un nuevo paradigma en cuanto a la restauración en hoteles se refiere.

Así, desde la fabricante Evoca, una de las más destacadas en el sector, nos explican que respecto a un nuevo nicho, "Vemos un mayor consumo en las habitaciones con máquinas de monodosis (cápsulas) que posiblemente se quede; pero no en todos los casos, ya que el buffet de hotel es una experiencia que el usuario va a seguir demandando, cuando todo esto acabe".

La búsqueda de fórmulas diferentes para seguir ofreciendo sus servicios la confirman también desde Rheavendors, fabricante de máquinas, con fuerte peso en la industria y con

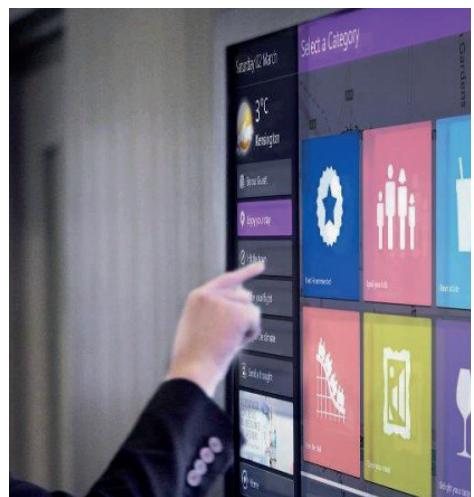
gran experiencia en el segmento de hoteles.

Para Rhea, el vending es, precisamente, una oportunidad que, bien planteado en los diferentes entornos de un hotel (como puede ser un hall), es el complemento perfecto a la restauración tradicional que en estos momentos no podemos utilizar de la misma manera.

**"Eso sí, debemos tener muy en cuenta que, para que esto funcione, debe ser algo atractivo, que se integre en la decoración del hotel y que nos invite a acercarnos a consumir. Por lo tanto, en nuestra opinión, entendemos que si existe un nuevo nicho de mercado en este segmento", RHEA.**

En muchos casos notaremos que las cafeterías y los bares de los hoteles, son sustituidos

por la restauración automática, con un salto de calidad en los productos, con tecnología contactless y por supuesto, creando un ambiente agradable, discreto y funcional.



## ¿Qué novedades en cuanto a servicios automatizados podemos encontrar?

Decíamos que, actualmente, es indiscutible entonces la existencia de un nuevo concepto de Restauración Automática en la hotelería; sin embargo, ¿qué se está llevando a cabo exactamente en la práctica?

**"Las novedades principales están en la gama de productos de calidad tanto en los cafés, los tipos de leche, capuchinos; los tamaños de la bebida caliente con vasos de diferentes medidas y el respeto con el medio ambiente: con café recién molido, que no genera residuos como las cápsulas y utilizando envases y embalajes reciclables y compostables", DELIKIA.**

Desde Gargallo nos explican que en todos sus hoteles se han implementado nuevas máquinas de vending; reforzándose los servicios de las mismas con productos sólidos, variedad de bebidas y nuevas máquinas de café con más opciones como café irlandés, café de vainilla y diferentes variedades de té e infusiones, que han sido muy aceptadas por sus clientes.

"También se han implementado nuevas maneras de atención al cliente tanto en el departamento de recepción como en el de restauración, que implicaron la adición de nuevos productos que permitieran realizar dichos servi-





cios con la mayor seguridad tanto para nuestros clientes como para nuestro equipo de profesionales", relatan.

En concreto, se trata de productos que permiten que el cliente pueda disfrutar de los servicios de manera individualizada sin tener contacto con el resto de clientes.

## Desayunos: adiós al buffet tripulado; hola, máquinas automáticas

No podemos hablar de servicios de restauración en hoteles sin mencionar el servicio de desayunos, uno de los puntos fuertes para la industria del vending y la distribución automática. El usuario optará por permanecer en el hotel si se siente seguro y atendido por una oferta de calidad.

El cliente que va a un hotel quiere sentirse como en casa; sentirse seguro. Es por ello que valorará de forma muy positiva los protocolos establecidos y el esfuerzo realizado para que así sea, además de un servicio que evite a toda costa los posibles contagios por interacción humana.

Y es que, este año 2020 ha supuesto un cambio en los hábitos y prioridades de los usuarios de los hoteles y la salud y la seguridad han pasado a ser requisitos imprescindibles.

En esta línea, en Quality Espresso, fabricante de máquinas de café profesionales referente en el sector, disponen de diversos modelos que cumplen con estrictas normas de seguridad y protección:

"Muestra de ello es nuestra máquina Gaggia Vetro en la que el 95% de la superficie de contacto con el usuario es de vidrio templado, lo

que la convierte en la máquina de café espresso para uso profesional más segura del mercado. Quality Espresso ha sido pionera en la utilización del vidrio templado en las máquinas de café, que es uno de los materiales que mejor se comporta frente a los biofilms (colonias de microrganismos bacterianos) y frente al Covid-19, aumentando así la seguridad del usuario", exponen.

En esta idea del desayuno como motor de cambio coinciden desde Rheavendors. Así es, trabajar en los halls con propósito de ofrecer un servicio de café y restauración con fórmulas elegantes e integradas a las decoraciones más exigentes serán la clave del éxito.

*"El objetivo es ofrecer nuestros productos como una alternativa a la restauración tradicional que mitigue el efecto COVID-19, donde hay infinidad de Hoteles obligados a cerrar estas zonas; ya sea por cuestiones horarias o por lo anteriormente expuesto", puntualizan Pablo Sanz y Pilar Fernández, encargados de la Dirección General de Rheavendors.*

### BREAKFAST BOX

En algunos Hoteles y, en el inicio de la pandemia, se realizaron las llamadas "Breakfast Box" cuyo servicio fue dado en las habitaciones y sin posibilidad de utilización de las habituales zonas comunes como restaurante o buffet. El cliente disfrutaba de un desayuno continental el cual podía ser adaptado a las diferentes alergias, intolerancias y dietas especiales.

Con grandes máquinas automáticas reforzadas en su calidad y seguridad; así como la incorporación de nuevos métodos de servicio en desayuno, el huésped optará por quedarse en el hotel: ¿por qué salir cuando tiene más de lo que podría encontrar fuera?

Hablando de fórmulas alternativas, según nos explican Soraya Ibáñez y Santiago Martínez, en parte de sus hoteles se optó por un servicio de "buffet asistido" en el que el responsable de dicho departamento daba un servicio individualizado al cliente.

Para ello, se necesitaron aplicar fuertes medidas de seguridad como, por ejemplo, mamparas, cintas separadoras, zonas de entrada y salida muy diferenciadas, utilización de productos monodosis, utilización de guantes desechables en las máquinas dispensadoras de zumo





y/o café, uso obligatorio de gel hidroalcohólico, toma de temperatura, desinfección de las mesas una vez utilizadas por los clientes y ventilación constante ,entre otras medidas de seguridad.

Posteriormente gracias al avance positivo de la situación, se pudo dar un servicio de buffet adecuado a la nueva normalidad, en el que se individualizaron todos los productos existentes manteniendo el estándar de calidad y variedad al buffet antes de pandemia.

No cabe duda, es necesario apostar por la calidad, la limpieza y la calibración de las máquinas utilizadas en los hoteles, puesto que ahora requerirán de un plus en cuanto a mantenimiento y profesionalizar aún más este servicio.

**El usuario también optará por los Coffee Corners, zonas unattended que permiten a los clientes disponer de café, zumo y snacks durante las 24 horas del día. En este sentido, la propuesta por parte de fabricantes de máquinas, que ya era extensa antes, se ha visto incrementada.**

Tal y como nos confirman desde Serunion, actualmente hay un gran número de alternativas que permiten ofrecer diferentes tipos de café, de zumos y otros productos en los desayunos.

**“Hemos hecho muchos esfuerzos y seguimos innovando e invirtiendo en el tratamiento y erogación de las bebidas con nuevos batidores y mejoras en los grupos de café y, sobre todo, con el trata-**

*miento para la dispensación de la leche líquida con múltiples mejoras ya implementadas en los nuevos modelos que hemos lanzado y estamos lanzando.”, EVOCA.*

#### CÓDIGOS QR, OTRO SALVAVIDAS

El potencial de los códigos QR se trasladan igualmente al servicio de restauración de hoteles, y nos lo corroboran desde Rheavendos, que están ofreciendo aplicaciones con identificación QR para evitar contacto con los teclados de las máquinas y consumir a través del teléfono móvil. Todo esto, desde una aplicación amigable, intuitiva, visual, etc. para cualquier tipo de público.



#### ¿Y QUÉ PASA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS NEVERAS INTELIGENTES EN LA RESTAURACIÓN HOTELERA?

Pese a que, de momento es algo que tiene poco impacto en este sector, porque se suele instalar en espacios donde el cliente es recurrente y se crea un espacio de confianza con él; en un espacio corto de tiempo, desde Delikia confían en que se irán implantando más micromarkets y

este tipo de segmentos en las grandes cadenas hoteleras.

Las neveras inteligentes es un mercado muy nuevo e incipiente, pero de gran proyección, donde su oferta va a distanciarse de las fórmulas tradicionales “máquinas de snack”: platos precocinados, sándwiches gourmet, repostería de calidad, etc. son algunos de los ejemplos donde van a irrumpir para proponer una oferta más singular en aquéllos espacios y clientes más exigentes.

#### CASOS REALES DE RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA EN E.E.U.U

Hace unos días veímos que, al otro lado del charco, el grupo hotelero Marriott International está ya embarcándose en una reconfiguración de sus hoteles que pasa por la implementación total de máquinas expendedoras para reemplazar el servicio de desayunos buffet, a través de su cadena Fairfield Inns & Suites.

Con apariencia de micromarket y denominado como un quiosco de autoservicio de pared a pared, durante el día expende toda una variedad de productos típicos de cortesía: sándwiches calientes, cereales, fruta, yogur...

De esta forma, los huéspedes pueden comprar menús a la carta y café de especialidad mediante una conexión Bluetooth con los móviles u otros dispositivos. Como era de esperar, este espacio contará también con las opciones de vending más clásicas: bebidas, bocadillos, snacks; disponibles a cualquier hora del día y con una reposición continua.

### REMINISCENCIAS DEL “BUTTON GOURMET” UN MODELO QUE SE ADAPTA A ESTA NUEVA ERA

En realidad, este concepto no es nuevo, sino que emana de un proyecto que conocimos allá por el 2016.

Entonces, no se tenía referencia de nada igual en el segmento hotelero y sus posibilidades eran más que evidentes. Estamos hablando del Button Gourmet, la innovadora máquina de autoservicio fabricada por Azkoyen, que ya en su momento se llevó el galardón internacional Red Dot Award: Product Design.

**A través de un concepto innovador que aunaba tecnología y servicio las 24 horas del día, al usuario le otorgaba la posibilidad de comer de forma saludable, económica y sin pérdidas de tiempo.**

Tal era la capacidad del proyecto que el consumidor podía escoger hasta 180 productos con los que elegir un menú sano y económico.

Y adelantándose a lo que ahora es una necesidad urgente, la plataforma Azkoyen OS instalada en el Button Gourmet, permitía la selección digital de comida y su pago a través

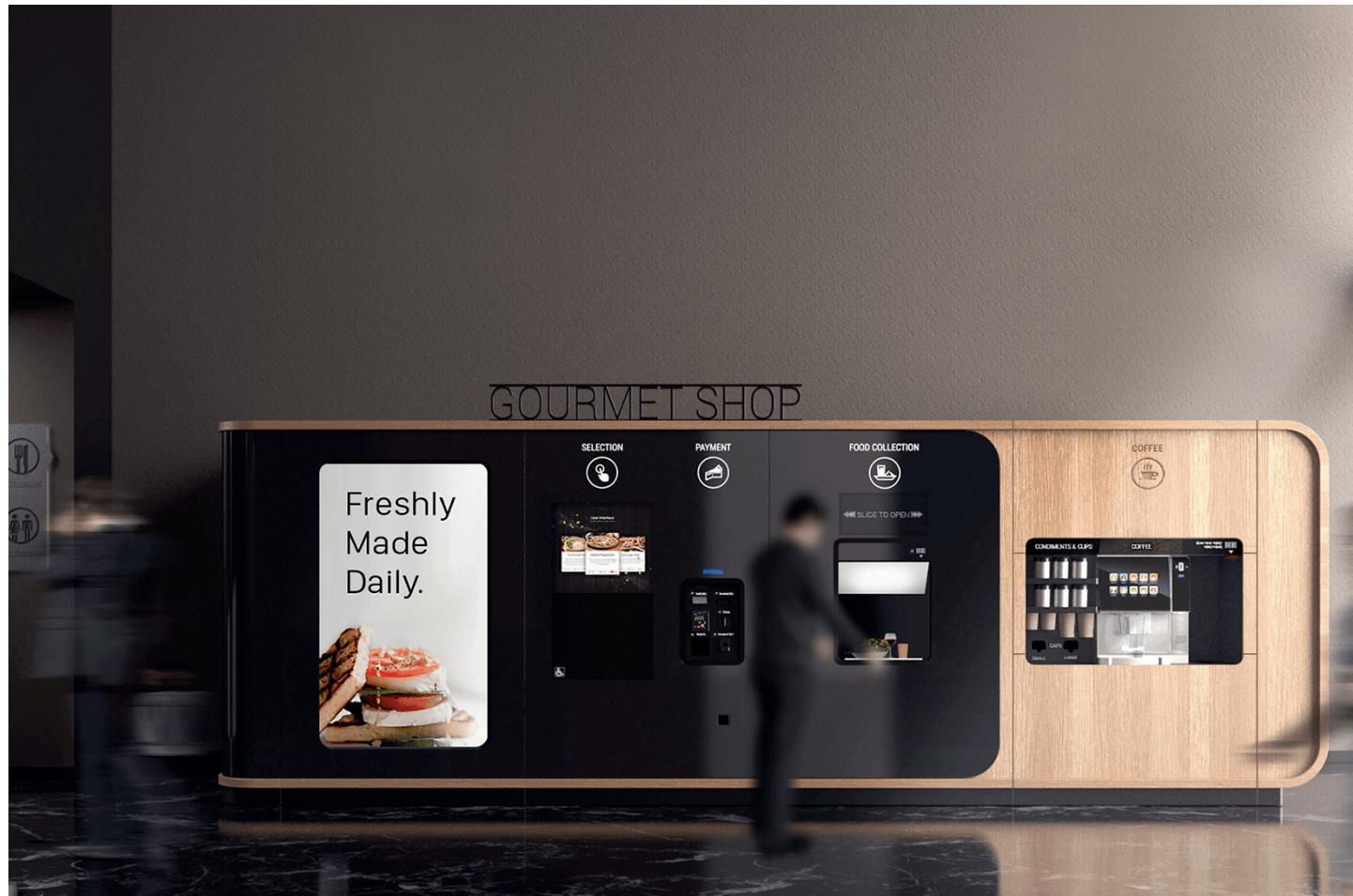
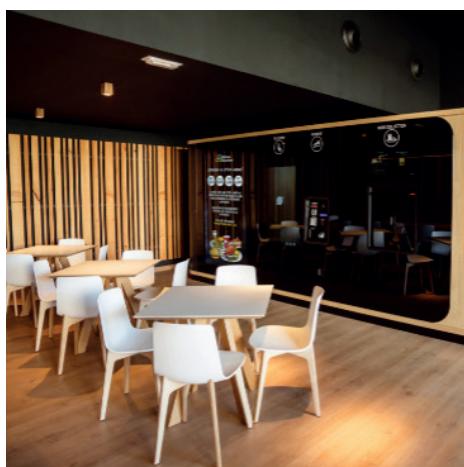
de plataformas online y contactless.

El sistema controla al mismo tiempo todo tipo de información de consumo de manera inmediata: ventas, nivel de stock, así como la posibilidad de fomentar y proponer la salida de platos con una fecha de caducidad más próxima.

Sea como fuere, el proyecto no siguió adelante pese a esperar un futuro prometedor. Sin embargo, y como hemos podido comprobar, ha abierto la veda a este tipo de self-service automático para comida gourmet. Y quién sabe, nunca es tarde para retomar las buenas ideas.

Tal y como nos explicaron en su momento, para la empresa hotelera en este caso, supone un negocio de alta rentabilidad y un canal de comunicación directo con el huésped, pues puede conocer de primera mano la demanda de producto, los gustos personalizados de los consumidores, las sugerencias de nuevos productos por parte de los mismos.

El usuario también se puede beneficiar de descuentos, promociones y planes de fidelidad y ver su historial de compras, gestión de pagos, etc.





Las soluciones más automatizadas que ofrecen café y todas sus variedades con leche fresca, se mantienen como una de las peticiones más atractivas.



## Café: de la comodidad a la interacción con el consumidor

### Para crear experiencias, el café es uno de los claros ganadores, algo que, desde las empresas hoteleras, son conscientes.

Trabajar en los halls con propósito de ofrecer un servicio de café y restauración con fórmulas elegantes e integradas a las decoraciones más exigentes serán la clave del éxito en los hoteles

De hecho, basta con basarnos en nuestra propia experiencia: ¿qué esperamos de un hotel?, ¿qué tipo de servicios queremos encontrar y en qué ambiente estamos más cómodos?

Quizá el primer elemento que nos envuelva sea esa sensación de orden, coherencia e higiene; en esencia, el ambiente.

### CAFÉ A LA CARTA

Poder interactuar con la máquina y que tenga opción a poder elaborar y personalizar su propia bebida de café

Por eso, desde operadores como Delikia tratan de que el diseño de las máquinas instaladas se adapte a la perfección con la propia decoración, apostando por motivos saludables,

y frescos.

En cualquier caso, nos reiteramos en que el actor principal debe ser siempre el huésped. Debe sentirse el protagonista de una pequeña historia que le haga recordar un buen momento, una sensación de pausa y tranquilidad.

¿Cómo? A juicio de Evoca, a través de zonas confortables, pequeños espacios diseñados para relajarse, con una gran variedad de productos selectos, adaptados a sus necesidades.

Una vez dicho esto, debemos tener presente que el café, a día de hoy, es mucho más que una bebida.

“Es una pausa ideal para disfrutar solo o con una buena compañía y, en definitiva, un hábito saludable que está elevándose al nivel de una tendencia gastronómica gracias a que nos encontramos con un consumidor cada vez más exigente que valora la calidad de un buen café espresso al nivel del elaborado por un barista en una cafetería especialista”, explica Antonio Miguel Hernández, director Comercial de Quality Espresso.

A esto se suma un usuario más concienciado, comprometido con la sostenibilidad y el medioambiente, que se preocupa por el planeta en su consumo de café: desde la producción del café hasta su posterior elaboración para convertirlo en el espresso perfecto con máquinas eco-friendly.

Y los Coffee Corners de los hoteles no pueden ser ajenos a estas tendencias. Deben ofrecer un servicio de calidad, ágil y responsable que atienda las necesidades de clientes cada vez más informados y exigentes.

Volviendo al café, el poder ofrecer una amplia gama de posibilidades con bebidas pensadas para clientes de diferentes procedencias será la clave: cafés espresso, Cold Brew, café americano, Latte Macchiato, cappuccino... y siempre con la máxima calidad y con la mejor interacción entre la maquina y el cliente.

### ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES DEMANDAS?

Entonces, ¿qué tipo de café demanda el huésped de hoy? Esencialmente y a modo de resumen, lo principal que se demanda es **CALIDAD**. Que las tazas de café sean de calidad, y por ende, la leche, también.

**Una vez tenemos esa idea de partida, las compañías especializadas en el servicio de café automatizado nos trasladan que actualmente están notando un fuerte interés por el café de especialidad, en grano, para tomar recién molido -sobre todo, en el turismo europeo-.**

Sabemos que los hábitos cambian de unos lugares a otros y la nacionalidad del huésped influye en la elección de la bebida.

Por ejemplo, tal y como nos ejemplifica Juan Lijó, director de Fidelización de Grandes Cuentas de Delikia, “el público nacional es más de café con leche, mientras que en otros países son de tomar el café sólo, recetas elaboradas, infusiones; o el público más infantil, que es más de chocolate. Las opciones que ofrecer cambian también si es un cliente vacacional o profesional...”.

Al final, lo importante es tener una amplia variedad para satisfacer la demanda de todos los usuarios.

*“Debido a la diversidad de clientes que pasa por un Hotel, siempre buscan blends de café ricos en arábica y lo más neutros posibles en sabor”, Rheavendors.*



Desde Templo Cafés también confirman ese aumento de la demanda de cafés certificados: ecológicos, fair trade y de soluciones para el consumo en habitaciones:

“Nosotros hemos lanzado un café americano individual para el consumo en habitaciones o en buffets”, señala Juan José Carro, director de Cuentas Nacionales del grupo.

Poder ofrecer, como señala Aarón García, Sales Manager Spain & Portugal de la fabricante Franke Coffee Systems, por ejemplo, un Capuccino, Latte Macchiato, y además tener la posibilidad de combinarlo con siropes de calidad, de avellana, fresa, caramelo u otros tentadores aromas empiezan a tener mucha demanda. “Diferenciarse y hacerlo con calidad, es muy importante”, sentencia García.

#### NEXO ENTRE MÁQUINA, CAFÉ Y FACTOR EMOCIONAL EN LOS CÓRNERES DE LOS HOTELES

Hoy en día, efectivamente, el consumo de café no es tanto como un mero trámite sino

como un ritual para despertar o sobre el que gira una buena conversación.

En efecto, el aspecto emocional es crucial pero, ¿cómo conseguirlo a través de una servicio automatizado y desatendido?

La respuesta, en realidad, es clara:

**Máquinas con diseños muy cuidados, personalizables, de tolvas de café visibles, amigables en su manejo; máquinas que emulan a los mejores Baristas, consiguiendo adaptarse a las preferencias y gustos de los diferentes países de nuestro entorno.**

Desde Rheavendors lo consiguen a través de una serie de variables que pasan por una mecánica elástica, flexible, junto con una hidráulica exigente con las diferentes recetas más delicadas de café y pilotadas por un software potente.

*“Máquinas donde el cliente participa en la elaboración de su bebida ya sea fría o caliente, buscando experiencias más gratificantes para el consumidor que cada vez es más exigente con los contenidos, así como sensible en las cuestiones medioambientales”, Rheavendors.*

“Creemos que es importante que un cliente que valora positivamente una taza de café y quiera volver a ese establecimiento, lo haga y consiga tener la misma percepción, que la taza sea igual a la que se tomó anteriormente, que el cliente se sienta cómodo, que es momento sea su momento”, opinan desde Franke.

En su caso, lo hacen posible con tecnologías como iQFlow, FoamMaster, o ahora también IndividualMilk.



# ¿Qué debe ofrecer una buena máquina de café para hoteles?

**Lo principal de todo es que finalmente ofrezcas un café de calidad y un servicio al cliente excepcional. En ese sentido, ¿qué debe ofrecer una buena máquina de café para hoteles?, ¿son las superautomáticas la mejor opción?**

Además de la calidad del producto, una buena máquina debe ofrecer una amplia variedad de opciones, la facilidad de la elección de las bebidas y de pagar a través de cuantos más medios mejor; apostando principalmente por la tarjeta de crédito, app móvil, tecnología NFC...

A juicio del director Comercial de Quality, la importancia de ofrecer la mejor máquina al hotel reside en la flexibilidad:

Desde máquinas muy compactas para hostales pequeños hasta grandes equipamientos en zonas de desayunos en grandes hoteles turísticos, soluciones particulares para las cafeterías, las zonas de servicio, las terrazas o los salones.

“Las soluciones pasan por máquinas tradicionales con molinos automáticos, a soluciones compactas para los distintos formatos de cápsulas, hasta los modelos superautomáticos como La Radiosa que, además de ofrecer el mejor café espresso con un servicio ágil y de máxima calidad lleva integrada un refrigerador con la nueva tecnología EVOMILK que

produce una perfecta crema de leche a partir de leche fresca con las máximas garantías de higiene”, explica Hernández.

## AUNQUE LA SUPERAUTOMÁTICA SIEMPRE SERÁ UN SÍ

Indudablemente, la nueva era demanda ese concepto superautomático. Máquinas rápidas, efectivas de bajo mantenimiento y que a su vez emulen a un buen Barista; máquinas que, a una selección, sorprenden hasta a los paladares más exigentes.

Y es que las necesidades actuales así lo exigen. La máquina superautomática ofrece el poder elegir en el momento, y recién hecho, un café de calidad. Es el cliente el que decide cuándo, dónde y el qué.

**A ello se suma la multitud de recetas adaptadas al gusto de cualquier paladar y la posibilidad de comunicarse con estos en diferentes idiomas.**

Incluso, para aquellos usuarios más fieles: “Permité también que cada selección / Receta sea siempre la misma, ya que, se ha configurado previamente mediante el software incorporado y tecnología que posee”, comentan desde Evoca.

## DOBLE TENDENCIA

Según Templo Cafés, hay dos grandes tendencias dentro de la hostelería: ir a un servicio cada vez mas automatizados con máquinas dispensing, o ir a soluciones de servicio en mesa dando valor al servicio personalizado.

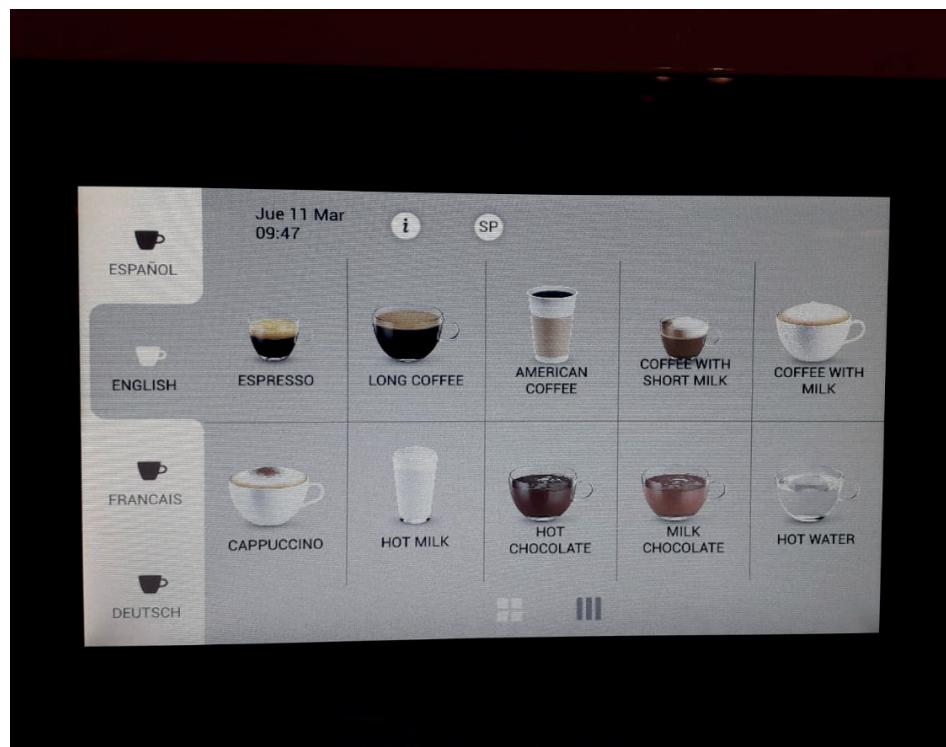


## ¿Y RESPECTO A LAS TABLE TOP?

Esta demanda de automatización pasa, por ende, por la variedad table top.

Y es que, actualmente, se están ganando un lugar protagonista en el mercado de la distribución automática, y en cuanto a los hoteles, supone la opción más simbólica.

*"Las table top actuales tienen una capacidad y una calidad realmente altas, de hecho es el segmento de máquinas que más están creciendo en toda Europa, de forma sostenida desde hace años, incluso este último año donde todo el mercado ha recibido el efecto de la pandemia", FRANKE COFFEE SYSTEMS.*



# La **digitalización** y el concepto **unattended** refuerzan ese halo de **confianza**

Imaginemos un panorama en el que 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. ¿Sería posible o aún nos quedan años de recorrido para alcanzar esos hoteles smart?

Basta con echar un vistazo al panorama actual para comprobar que no es solo posible, sino que ese futuro ya existe: ya sea en neveras inteligentes como en máquinas de vending, el cliente a través de una aplicación puede pedir online y ser suministrado/dispensado su pedido a través de maquinas vending o mini markets, etc..

Para la operadora gallega, toda esa concepción inteligente en el segmento de los hoteles respondería a una funcionalidad creada pensando en el cliente; diseñada especialmente para que su experiencia sea redonda y completa. Una creación en conjunto entre la cadena hotelera y la empresa de restauración.

**"Me lo imagino de la siguiente manera: A través de la reserva del hotel, el cliente ya tuviese un campo de oferta gastronómica que le invita a reservar un combo (por ejemplo,**

**un agua y un sandwich o una ensalada y quizá un smoothie de plátano de postre) y que le pueda dar las instrucciones pertinentes con geolocalización cuando se encuentre próximo a una máquina. Para esto, nuestro concepto de Micromarket creo que encaja a la perfección", explica Juan Lijó Juan Lijó, director de Fidelización de Grandes Cuentas de Delikia.**

En la práctica, tal y como nos trasladan desde el grupo Gargallo, se trata de un campo en el que ya están trabajando a partir de tarjetas contactless con chip de proximidad que le dan acceso a la habitación, al servicio de caja fuerte y a diferentes instalaciones del hotel como gimnasio o piscina.

**"Sí, es cierto, encontrar el nexo de unión entre digitalización y trato personal individualizado sería un factor muy positivo a implementar en nuestros hoteles", GRUPO GARGALLO.**

### ¿NOVEDADES EN EL CAMPO DEL SOFTWARE Y LOS MEDIOS DE PAGO?

La digitalización y el concepto unattended se implementan de forma inmediata para salvaguardar la seguridad del cliente.

Y es que, el servicio desatendido va ligado al rasgo de confianza creado con el usuario en torno a, por decir un modelo concreto, un micro-market, en el que el pago ya no es anónimo, sino que el propio cliente tiene acceso a la máquina.

Fundamentalmente, los métodos de pago y aplicaciones han de ser sencillos, que el usuario perciba que ese pago es seguro e intuitivo.

### INTEGRACIÓN

Es esencial que el medio de pago se integre con todos los servicios que ofrece un hotel, y que no solo facilite las tareas al cliente, sino que también genere ventajas a nivel empresarial.

En ese sentido, desde las empresas fabricantes de máquinas automáticas, están dotando a sus modelos de grandes sistemas de pago completamente touchless.

Así, en los equipos superautomáticos se han implementado fórmulas de pago para adaptarse a las necesidades de los locales, NFC, sistema RFI, QR con aplicación para gestionar el pago directo, etc.

En el caso de Franke, disponen de una tecnología capaz de tener la flota de máquinas del hotel atendida remotamente para asegurar que funciona perfectamente, o para avisar al operador que debe llenarse la tolva de café, o la nevera de leche para que la máquina pueda seguir trabajando constantemente.

Al igual que Evoca, quienes, a través de la app Newis, un sistema propio del grupo, permite al usuario realizar pagos a través de tarjeta bancaria o bien wallet.

"Actualmente, también disponemos de una aplicación que nos permite duplicar todas las recetas de la máquina a nuestro smartphone, desde el cual podemos seleccionar nuestra bebida sin tener que tocar el teclado de la máquina. Por otro lado, ofrecemos otra opción por QR (sin ningún tipo de aplicación) que nos permite duplicar las recetas en nuestro Smartphone y seleccionar nuestras bebidas sin tener que tocar el teclado de la máquina", explican desde la fabricante italiana.

En esencia, es fundamental que el medio de pago se integre con todos los servicios que ofrece un hotel y que no solo facilite las tareas al cliente si no también genere ventajas a nivel empresarial, por ejemplo, en el aumento de las ventas.

**"La necesidad de controlar las máquinas de forma remota ha pasado de ser una opción a una necesidad", QUALITY ESPRESSO.**



## Las **tendencias** actuales en la **gestión** de los modelos de negocio

**¿Cuál es la tendencia actual, la gestión de todos modelos de negocio, vending, dispensing y equipamiento para la hostelería combinada o la segmentación por empresas especializadas?**

Las respuestas pueden ser múltiples dependiendo de la tipología del hotel: habrá cadenas en las que confluyan los servicios y convivan todos a la vez, y otros en los que se produzca una segmentación más marcada.

Si bien no todos los hoteles cuentan con el mismo formato, para Evoca, la tendencia es clara:

"Todos los especialistas en su ramo, unos en Vending, otros en dispensing y otros en equipamiento hostelero, se están transformando y profesionalizando con el fin de poder abarcar todas las segmentaciones de negocio posible en la restauración".

Sea como fuere, hay que subrayar el concepto de especialización, es ahí donde radica el elemento clave.

*"Creo que caben ambos modelos, y de hecho existen ambos. Empresas especializadas en ofrecer diferentes soluciones adaptadas a las necesidades de sus clientes, y empresas especializadas en un nicho de negocio concreto" Franke Coffee Systems.*



HOSTELVENDING VOLVIÓ A ESTAR PRESENTE EN HIP PARA ACERCAR LAS NOVEDADES QUE SE PRESENTARON DURANTE LOS DÍAS EN LOS QUE TRANSCURRIÓ LA CITA, QUE ADMÁS DE SUPONER LA PRIMERA FERIA PRESENCIAL, HIP 2021 CERRÓ SU QUINTA EDICIÓN CON MÁS DE 300 MARCAS EXPOSITORAS Y 410 EXPERTOS HEMOS PUESTO EN MARCHA EL PLAN DE APOYO A LA HOSTELERÍA ESPAÑOLA

# {V} Resumen de HIP 2021

**La gran prueba que supone ser la primera feria física del año**



Después de unos meses muy intensos de trabajo ha finalizado la quinta edición de HIP – Horeca Professional. Una edición sin precedentes para apoyar la recuperación de la hostelería y la primera feria presencial de 2021 en Europa para demostrar que se pueden hacer eventos profesionales de forma segura.

Y en esta gran prueba, Hostelvending no podía no estar presente, por lo que nos dirigimos hacia IFEMA y estuvimos presentes los tres días de duración del encuentro, para contaros de primera mano, cómo fue la quinta edición.

Así, volvían a copar los stands soluciones relacionadas con las nuevas demandas: alimentación saludable, proteínas vegetales, y, sobre todo, una muestra de esa transformación debido a la convergencia entre el foodservice, el retail, el consumo dentro y fuera del hogar y los nuevos players, unos cambios que no han hecho más que acelerarse.

Por su parte, este año el Hospitality 4.0 Congress se ha adaptado a las necesidades actuales y futuras del sector para mostrar las mejores estrategias, nuevos conceptos y casos de éxito con herramientas prácticas de gestión para el empresario y la apuesta, un año más, por la digitalización y la sostenibilidad.



“No hay ningún instrumento de marketing y ventas tan poderoso como el de participar en una feria y ser protagonista de ella”, Manuel Bueno, director de HIP

## EJE CENTRAL DE HIP: INNOVACIÓN

IFEMA volvía a convertirse en escaparate de los últimos avances en innovación para el sector horeca y para el mundo del vending. La hostelería del futuro y, en buena medida, del presente se dio cita en la Feria HIP Horeca Professional Expo, que abrió con la vista centrada en los procesos automáticos como una de sus grandes apuestas.

Los restaurantes automatizados y las nuevas soluciones personalizadas de Delivery marcaron el arranque de esta edición del evento, en la que, como es habitual, el mundo del vending tuvo una presencia destacada, con los nuevos modelos de negocio que se abren para ello.

La feria sirvió así para mostrar cómo algunos de los cambios que la pandemia está produciendo están favoreciendo el servicio de venta automática ya que, por un lado, permiten la venta de productos a cualquier hora y sin necesidad de tener contacto físico.

Y es que, la importancia de la tecnología y la digitalización se incrementa cada vez más, ayudando a crear nuevos canales de venta virtualizando los negocios, gestionar mejor y tomar decisiones en base a los datos, y sistematizar y automatizar procesos para ser más eficientes.



## Formatos ready to eat, envases reciclados y novedades en exclusiva para Hostelvending

**Visitamos el stand de Pascual en HIP 2021 para hacer un recorrido por todas las novedades que presenta la compañía: tanto en la firma principal como en sus marcas Mocay, destinada al mundo del café, y Bezoza, para el segmento de agua mineral.**

Llegamos al espacio de la compañía -con cada vez más presencia en la distribución automática- en la feria, ubicada en el pabellón 3 de IFEMA, donde nos da la bienvenida Elicer Hernández, director de Horeca y Proyectos de Distribución de Pascual. Echamos un vistazo a las novedades expuestas: vasos ready to drink con todo un abanico de posibilidades, formatos on the go, soluciones de agua mineral en máquinas dispensing, cápsulas de café, productos para el vending saludable...

Lo primero en lo que nos fijamos es, precisamente, en ese vaso para el ready to eat que incorpora prácticamente todas las variantes del café. Hernández nos explica que la logística de estos vasos siempre es en temperatura ambiente, aunque en retail recomiendan que

se vendan en frío. Comprobamos cómo este tipo de café, en frío, es cada vez más demandado por los consumidores; sobre todo cuando llega la época de verano. Sumado al formato take away y monodosis, el producto tiene todas las papeletas de ganar.

En su caso, lo brindan a través de su marca Mocay, con más de 40 años de historia en el mundo de la hostelería: "Hemos incorporado lo que sabemos de la hostelería, porque, no nos engañemos, el mejor café es aquel que te hace un maestro cafetero; pero como no es siempre posible, hemos trasladado ese conocimiento al mundo de las cápsulas y al ready to drink, enfocado este al canal del vending", explica Elicer.

### LA GRAN NOVEDAD: ABANDONAR LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ TORREFACTO

Como decíamos, otro de los grandes protagonistas del Stand de Pascual es el café, del que nos trasladan grandes cambios y compromisos con los consumidores, que, demandan cada vez más una mayor calidad en su taza de café.

## ¿Cuál es el valor añadido de una feria presencial?

En una entrevista previa al evento, Manuel Bueno, director de HIP, nos respondía lo siguiente:

"Somos hosteleros y nos dedicamos a generar experiencias físicas, con todas las medidas de seguridad, pero físicas. Hemos adaptado nuestros establecimientos y lo seguiremos haciendo para conseguir que sean espacios seguros y eso es lo que también queremos mostrar en HIP. Los eventos presenciales son fundamentales y la prueba está en que, a pesar de la tecnología a nuestro alcance, no se pueden substituir. Las empresas aprovechan nuestros eventos para presentar novedades, contactar con el mercado, adquirir nuevo conocimiento que les ayuda en la gestión de su negocio, y hacer networking."

No hay ningún instrumento de marketing y ventas tan poderoso como el de participar en una feria y ser protagonista de ella".

"Para nosotros, y para todo el consumidor, los productos saludables es otra tendencia clara en el mercado. De hecho, dentro de nuestro plan estratégico, tenemos marcado diciembre del 22 como fecha de la última producción de café torrefacto. Queremos abanderar la retirada del café torrefacto en España; vender cafés naturales y dejar de vender este tipo, sabiendo que hay zonas de España donde aún tiene un gran peso en el consumo. No obstante, creemos que debemos hacerlo y creemos que, como marca, estamos en la obligación".





## SOLUCIONES HOTELERAS DE COLIVING, OPCIONES VEGANAS Y PURIFICADORES DE AIRE, PREMIADOS EN HIP 2021

Hablando de innovación, uno de los momentos más esperados de la cita fue la gala de premios de los Horeca New Business Models Awards 2021.

Este año, más que nunca, los galardones han querido homenajear a los grandes actores de la hostelería por su trabajo, innovación, adaptación y capacidad de resiliencia en este año tan difícil para el sector. Una batalla en la que la distribución y restauración automáticas han tenido mucho que decir.

*En esta quinta edición, más de 253 candidaturas se han presentado para reconocer sus proyectos innovadores. Unos galardones que han desvelado a los ganadores este martes en un acto celebrado en la feria, presidido Almudena Maíllo, concejal Delegada de Turismo del Ayuntamiento de Madrid.*

El premio Hostelería de España al Desarrollo Empresarial fue otorgado a Freshperts, el grupo de restauración 100% delivery creado en Barcelona por la emprendedora Sara Serantes y que ha logrado revolucionar el sector del delivery con su app, la única del mercado con la capacidad de combinar platos de diferentes restaurantes en un único pedido.

La conceptualización del detalle y la personalización única de todos sus hoteles por parte de Concept Group ha sido el proyecto merecedor del premio Campofrío Design & Experience,

destacando el concepto de hoteles que son mucho más que edificios donde pasar la noche.

El premio Pascual a la innovación de producto, se otorgó a FINDUS por su gama de productos 0% carne con la que han revolucionado la "Green Cusine".

En esta categoría también se postularon como finalistas Barry Callebaut, a través de Mona Lisa, su marca de decoración que ofrece el primer chocolate personalizado e impreso en 3D a escala.

Por otra parte, Urban Air Purifier con su purificador de aire urbano se ha proclamado ganador del premio CaixaBank a la innovación tecnológica.

Categoría en la que también se han clasificado como finalistas Maybein, con su aplicación de reservas de restaurantes que también

avisa de las mesas canceladas a última hora, y Goiko con su SIP, una solución tecnológica de Delivery and Take Away que permite rastrear pedidos y evitar multitudes.

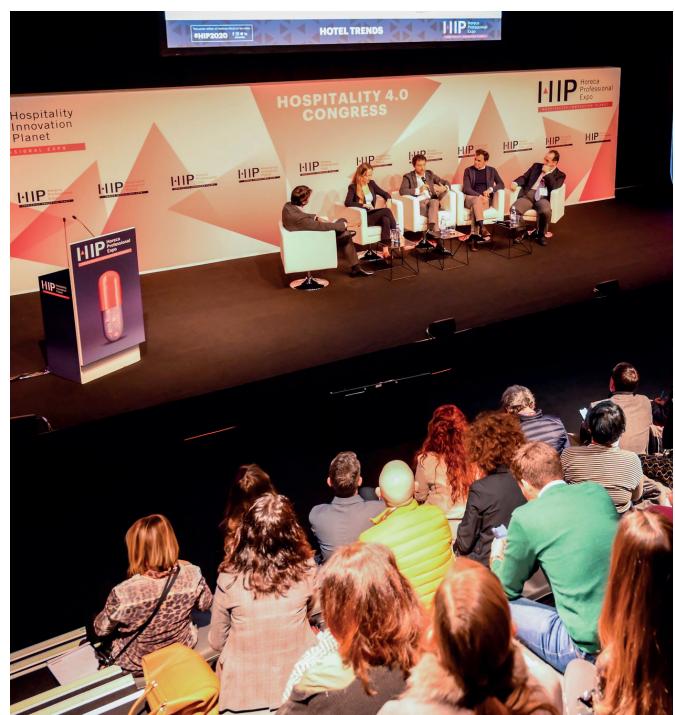
El premio Unilever New Business Model fue concedido a Gallery Hoteles, quienes durante la crisis han reorientado su estrategia creando el primer coliving en un hotel.

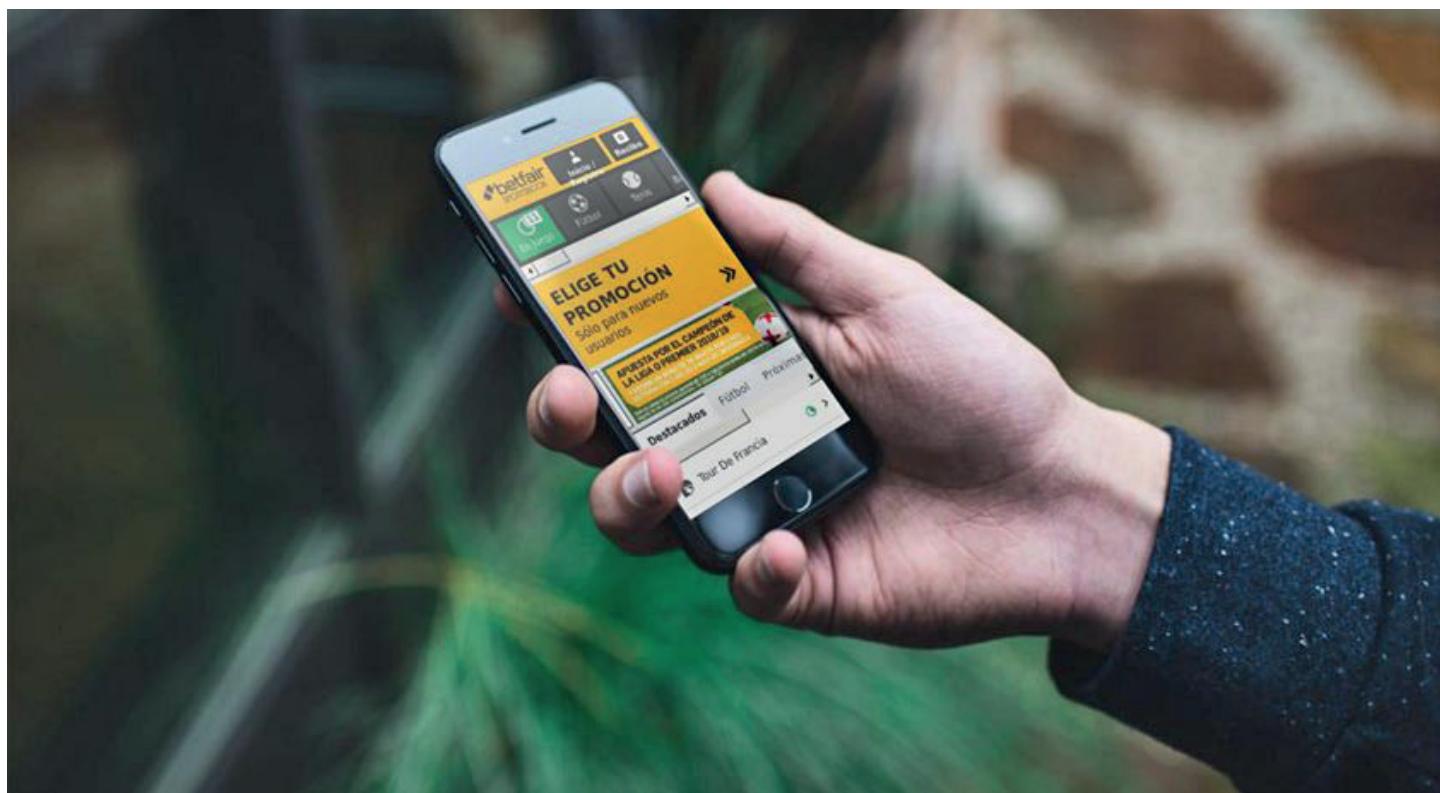
Junto Gallery Hoteles, se seleccionó como finalista de esta categoría Nua Smart Restaurant, el primer restaurante inteligente de Europa.

Por último, Bumerang Takeaway se ha alzado con el premio Heineken People Product Planet gracias a su sistema de empaque reutilizable para comida para llevar y también gracias a su entrega basada en una solución digital a través de una app móvil sin depósito.



# Galería de HIP 2021:





# El auge de las apps delivery multipedido y su capacidad camaleónica

**Aplicaciones como Freshperts han celebrado su primer año de implementación con un 46% más de facturación en sus líneas delivery.**

La nueva normalidad trae consigo el uso exponencial del móvil: reservas, compras, restaurantes, cartas digitales, reparto de comida, etc.

Con un aumento del 200% de la incidencia de estas aplicaciones en la vida de los ciudadanos, parece que la dirección de la industria es clara: digitalización y transformación móvil.

Ya lo veíamos en el inicio del confinamiento, donde cada español, tal y como reflejan los datos aportados por Vanadis, instaló de media 7 apps nuevas para hacer tareas cotidianas -que anteriormente hacía sin utilizar de su móvil-.

Asimismo, se ha multiplicado el tiempo de uso del smartphone en 2 horas al día respecto a los meses anteriores.

Estas cifras positivas las confirman desde empresas como Freshperts, que cuenta ya con más de 30.000 usuarios registrados. Hace justo un año, la compañía vio en el delivery de calidad una gran oportunidad de ventas.

Así, el grupo de restauración ha estrenado su app multipedido con un aumento del 46% en la facturación procedente de sus líneas delivery que ha registrado en 2020 con respecto al año anterior.

***Como novedad y parte de su valor añadido, dicha app permite pedir a una misma dirección diferentes opciones gastronómicas; una prestación que convence a cada vez más usuarios en un contexto en el que, debido a la pandemia, las opciones gastronómicas siguen siendo limitadas.***

La puesta en funcionamiento de la app en marzo de 2020 coincidió con la irrupción de la

pandemia y la imposición de un estricto confinamiento domiciliario para millones de ciudadanos.

Como el resto del sector de la restauración, Freshperts se vio afectado y tuvo que cerrar al público sus locales.

Sin embargo, al contar con una plataforma de delivery y una app multipedido, no solo ha conseguido superar el bache, sino que ha reforzado su posicionamiento en un mercado, el delivery, que este año ha vivido un crecimiento exponencial.



# Para cada bebida su propio vaso



 **NECTA**

Follow Us!



necta.evocagroup.com

## OPERA TOUCH MULTICUP

Te propone, si lo deseas,  
hasta 5 vasos diferentes.

Si se combina cada bebida de forma  
correcta se apreciará más su sabor.



# {V} Los servicios de **suscripción en vending** son una realidad en Japón, ¿llegarán a Europa?



Coca-Cola Japón ha puesto en marcha un servicio de suscripción con tarifa plana para las bebidas obtenidas en las máquinas expendedoras que comenzará a mediados de este año, según recoge el informe de Nikkei.

Sin lugar a dudas, una de las tendencias que viene pisando fuerte desde hace unos años es la opción de suscripción.

Las vemos en prácticamente todos los servicios de nuestro día a día: medios de comunicación, plataformas digitales, aplicaciones de pedido a domicilio, retail...

En la distribución automática también empezamos a verla de forma más o menos directa gracias a las aplicaciones creadas por fabricantes de máquinas y desarrolladores de medios de pago y software:

Una forma de estar conectado a tiempo real y constante con el consumidor, y ofrecerle beneficios extra que no podría obtener sin esta suscripción.

Ahora, el vending da un paso más allá en esta tendencia de la mano de la gigante Coca Cola, y como no podía ser de otra forma, la iniciativa pionera la encontramos en Japón.



Tal y como confirma el informe realizado por Nikkei, la multinacional pondrá en marcha un servicio de suscripción a máquinas expendedoras para mediados de 2021.

Se trata de la última iniciativa de la empre-

sa para tratar de recuperar la considerable caída de las ventas debido a la crisis sanitaria y sus continuas restricciones en las expendedoras.

De hecho, las máquinas de vending japonesas han sufrido un descenso del 35% en las ventas totales en comparación al periodo pre-

Covid.

Con esta nueva fórmula, los clientes pueden registrarse en el servicio 'Coke ON Pass' a través de sus móviles, gracias al cual podrán recoger la bebida deseada de la máquina expendedora de Coca-Cola cada día, por un total de 2.700 yenes al mes (unos 21 euros).

Según Nikkei, el servicio de suscripción de Coca-Cola Japón, cuya oferta no se limita a la bebida tradicional de la marca, contará con 340.000 máquinas expendedoras en todo el país, y comenzará con una promoción inicial de 10,20 euros.



## La máquina de leche fresca que se ha ganado el corazón de Moscú

**RHEAVENDORS, A TRAVÉS DE SU MÁQUINA DE LECHE FRESCA HA VUELTO A OBTENER EL PREMIO VASA DURANTE LA CELEBRACIÓN DE LA FERIA RUSA VENDEXPO; TRAS HACERSE EN LA EDICIÓN PASADA CON ESTE GALARDÓN GRACIAS AL MODELO LUCE ZERO. TOUCH.**

Vuelve a ser un año de celebración para Rhea Vendors. Por segundo año consecutivo, el grupo, especializado en la fabricación de máquinas para la distribución automática, ha ganado el Vending & Automated Services Award (VASA) que pone en alza los productos más innovadores del sector; unos premios que se celebraron durante la VendExpo, la feria rusa dedicada a la distribución automática que tuvo lugar del 23 al 25 de marzo.

En esta ocasión, la galardonada ha sido su Fresh Milk Machine, que, alimentada con una innovadora tecnología de inducción, ofrece cappuccinos y bebidas en las que la leche fresca –tanto caliente como fría– es un elemento protagonista y diferencial.

Además, en sintonía con las nuevas tendencias de estilos de vida, puede incluso utilizar bebidas vegetales para preparar un cap-

puccino o un latte macchiato veganos, para que sea cual sea el perfil del consumidor, no renuncie a un café de especialidad y a toda una experiencia gourmet, elaboradas a partir de recetas nacidas de la colaboración con campeones del arte latte italiano como Matteo Beluffi.

En este sentido, la solución ofrece la posibilidad de preparar bebidas con tres niveles diferentes de espuma, ajustables según las preferencias del cliente.

### TECNOLOGÍA DE INDUCCIÓN VARITHERM PARA CALENTAR LA LECHE AL VAPOR

Una de las características más innovadoras de la nueva máquina de Rhea es el uso de la tecnología de inducción Varitherm, que calienta la leche fresca al vapor.

*El sistema, al no inyectar vapor en la leche, permite que las bebidas no se diluyan ya que el calentamiento es indirecto. Un método que, en suma, ahorra energía porque el vapor se genera con el mismo calor que se utiliza para preparar la bebida.*

Respecto al mantenimiento, una de las principales preocupaciones de los operadores o gestores de las máquinas, Rhea promete una higiene y seguridad garantizadas por un ciclo de enjuague automático que se puede progra-

mar después de cada dispensación o cada 2 minutos; así como un ciclo automático de higienización diaria.

"Este premio reconoce el compromiso de Rhea con la innovación, la calidad y el diseño. La máquina de leche fresca, gracias también a la tecnología de inducción Varitherm, permite satisfacer diferentes preferencias de capuchino y bebidas a base de leche, garantizando una alta calidad en la taza y un uso más eficiente de la energía. Las máquinas Rhea ofrecen experiencias de consumo para un público internacional pero con una fiabilidad y calidad 100% italianas", expresa Natalia Tischenko, directora General de Rhea Vendors East.





## Novedad mundial: la primera máquina capaz de servir leches de origen animal y **vegetal**

**Disponible en la estación de bebidas especiales de Franke Coffee Systems (SB1200), la tecnología IndividualMilk es una solución dos en uno que garantiza que cada leche, o alternativa no láctea, esté libre de cualquier contaminación cruzada con otros productos lácteos.**

Defender las preocupaciones de los consumidores en relación con las prácticas sostenibles, las dietas conscientes de la salud y el respeto por el estilo de vida personal resulta esencial en la industria actual.

Ganarse la confianza del consumidor y garantizar su fidelidad significa reflejar las actitudes predominantes de la comunidad, incluso en lo que respecta a las opciones de bebidas de café.

Y hablando de café y los segmentos de la distribución automática en los que está presente, la importancia que ha ido ganando la leche se refleja en la nueva oleada de máquinas superautomáticas que brindan una bebida de la cafetería de especialidad más selecta.

Por otro lado, las leches no lácteas y las de origen vegetal son ahora elementos esenciales del café, y la demanda de bebidas de café de tendencia que cumplen de forma

fiable con los principios y prácticas compartidos está en notable aumento.

Los indicadores de mercado y los informes del sector citan estadísticas y estudios mundiales de la OMS (Organización Mundial de la Salud) y otras organizaciones que confirman que la tendencia va a continuar y crecer.

### LA VARIEDAD CON INTEGRIDAD EN EL PUNTO DE MIRA

Frente a esta nueva realidad, Franke Coffee Systems, especializada en la fabricación de máquinas superautomáticas, presenta la tecnología IndividualMilk, con la que fija su objetivo de cambiar el panorama para servir especialidades de café calientes y frías de

### TODO EN LA MISMA MÁQUINA

Por primera vez en el sector de la distribución automática y el vending, la preparación de dos variedades de leche se realiza dentro de la misma máquina, procesando cada selección de leche de forma completamente independiente; desde los contenedores de almacenamiento de leche correspondientes hasta las boquillas dispensadoras designadas.

alta calidad, que se ajustan claramente a las expectativas y elecciones de los consumidores.

Tanto si se elige leche vegana, leche sin lactosa o leche láctea, para cualquier bebida de café, la tecnología de la compañía garantiza que cada opción de leche permanece pura y libre de contaminación cruzada.

Una solución dos en uno que asegura la integridad de cada leche procesada, manteniéndola libre de cualquier residuo, desde el almacenamiento refrigerado, hasta la preparación de la bebida y la dispensación en la taza.

Junto con la tecnología IndividualMilk, la SB1200 es una estación de café idónea para cualquier entorno centrado en el consumidor en el que haya una gran demanda de bebidas de autoservicio, como tiendas de conveniencia y estaciones de servicio, supermercados, centros comerciales, restaurantes de servicio rápido, centros de transporte, sedes corporativas y parques e instalaciones industriales.



# Vending y taquillas, el combo ganador para una compra segura y sin contacto



**La sección dedicada a la taquilla integra en una única solución varios servicios que facilitan al operador y ofrecen una experiencia de consumo fluida e inteligente; pudiéndose tramitar las compras a distancia a través de WhatsApp.**

En los últimos seis meses, se ha producido un cambio considerable hacia lo que se define como “experiencia sin humanos”, principalmente mediante la implantación de terminales de autoservicio y máquinas automáticas.

Todas las soluciones digitales y de autoservicio han experimentado una importante aceleración. Una hecho que la pandemia ha acelerado vertiginosamente.

En solo medio año, el unattended se ha convertido en el elemento clave para dar continuidad a las actividades o incluso en la motivación para una actualización tecnológica. En efecto, la Covid ha cambiado para siempre los hábitos de consumo; acelerando la adopción de herramientas tecnológicas a gran escala.

**Un dato es emblemático: durante los meses de cierre, el 75% de las compras online fueron realizadas por personas que nunca antes habían comprado en mercados digitales.**

Además, según una investigación de GFK, cuando se visitan las tiendas hoy en día, el 73% de las personas buscan medidas de seguridad e higiene, y el 35% prefiere que el personal no toque los productos durante la venta.

**La aceleración digital del mercado está en marcha, el reinicio es irregular y asimétrico, pero también supone una oportunidad de éxito.**

Y hablando de tendencias, hace unos días finalizaba uno de los eventos relacionados con la distribución automática más destacados a nivel europeo, Vendtra Vending Trade Festival.

Así, desde el plano virtual, ofreció toda una experiencia mostrando diversas novedades y soluciones de la industria.

En este sentido, pudimos conocer las creaciones de empresas como Custom Group, que acudió a la feria para dar a conocer su última solución en materia de seguridad, una opción que aúna taquilla inteligente y vending.

Por ahora, es la única en el mercado que concentra estos dos formatos, ofreciendo varios servicios para brindar toda una expe-

riencia Smart al usuario final.

Concretamente, las compras pueden realizarse de forma remota a través de WhatsApp o por teléfono: el consumidor recibirá un mensaje con el pin para acceder a la taquilla, aunque también puede desbloquearla a través de un código QR asociado a la compra.

**En cuanto a la taquilla inteligente, está equipada con 12 espacios de almacenamiento que se abren automáticamente, por lo que no es necesario tocar o manipular la máquina: una solución completamente contactless.**

Por otra parte, también será posible comprar productos directamente in situ; todo ello gracias al monitor táctil que permite obtener directamente lo que se necesita al lado de la máquina expendedora clásica.

Respecto a los sistemas de pago implementados, la máquina permite diferentes opciones: contactless, bancomat, tarjeta de crédito, app, billetes, y aunque ya en desuso, monedas. Adicionalmente, la pantalla digital se puede reclinar y permite la comunicación entre el operador y el cliente.

## VIDEOLLAMADAS

También es posible realizar videollamadas con el vendedor del producto en cuestión, que puede ser gestionada directamente por un dispositivo en remoto. Así pues, una solución de servicio completo que garantiza la continuidad operativa, una experiencia de consumo intuitiva y seguridad en las compras.

# {V} Innovación y flexibilidad para el consumo out-of-home



**La innovación continua de los formatos, la digitalización de los procesos y métodos de comunicación con el cliente final son cambios que se han producido sin frenos en 2020.**

El sector de la restauración, que ya podemos redefinir como restauración automática, está abocada a una reorganización.

Tras los grandes cambios de 2020, en los que se produjo una aceleración de las tendencias que ya se estaban produciendo, 2021 será un año de recuperación en el que habrá que seguir nuevos flujos de negocio, con la atención puesta en la relación calidad-precio y la oferta personalizada.

**Este año estará marcado por una mayor especialización de los menús y otras ofertas, del crecimiento de la entrega de alimentos, así como nuevas relaciones entre la industria, los distribuidores y los puntos de consumo.**

Si a esto sumamos la presencia creciente de empresas Cash&Carry y la aparición de nuevos actores en el mundo de la distribución automática, podemos afirmar sin margen de

error, que hemos entrado de lleno en una nueva era.

Este es el panorama que se desprende del Informe Anual de TradeLab sobre la Alimentación fuera del hogar, mencionado por Host Milano.

En el estudio se confirma que el 2021 tendrá dos caras: en los primeros seis meses, la atención seguirá centrada en la lucha contra la emergencia sanitaria y la crisis económica; mientras que en la segunda mitad del año se recuperará la confianza, con la gente deseando socializar y volver a la normalidad.

**Sin embargo, la incertidumbre económica y social se mantendrá en función de la evolución de los acontecimientos, el año podría cerrarse con una facturación de entre 65.400 y 74.000 millones de euros.**

No obstante, estos datos contrastan con las perspectivas de volver a comer fuera de casa, que siguen siendo "muy buenas, porque una cosa no ha cambiado: la gente quiere pasar tiempo comiendo fuera.

Lo principal es saber en qué centrarse para

satisfacer las nuevas necesidades y formas de hacer de los consumidores", subraya Luca Pellegrini, presidente de TradeLab.

## EL TRABAJO, MOTOR DE CAMBIO EN EL CONSUMO FUERA DE CASA

Los mayores cambios en el tipo de comida fuera de casa están relacionados con el mundo del trabajo, un ámbito que se vio afectado por la expansión del teletrabajo.

Tal y como afirman desde Host Milano, no es que las personas vayan a cocinar en casa en mayor medida; ahora, la gente tiene menos tiempo libre, por lo que seguirá comiendo fuera en lugar de desarrollar sus habilidades culinarias.

Todo ello desemboca en pausas para el almuerzo marcadas por las entregas a domicilio, restaurantes y bares de barrio y dispensadores de comida en las llamadas SOHO (Small Office Home Office).

Mientras tanto, menos consumidores desayunarán en un bar, almorzarán en el comedor –atendido- de la empresa o en establecimientos de restauración en los distritos de negocios y centros urbanos.

La cuenta atrás para la automatización total ya ha empezado.

 ECONOMÍA


**Madrid presenta los primeros índices de recuperación del consumo, que alcanzan al 75% de la ciudad pese a los datos negativos de la pandemia.**

Un febrero que se lleva la segunda posición en cuanto a recuperación del mercado de consumo español. Con el pasado mes de septiembre como claro ganador, 2021 parece continuar esta tendencia de mejora, y febrero se posiciona en el segundo mejor mes en la historia de la Covid-19, según un estudio realizado por iTB.

Tal y como sostiene Pablo Beltrán, CEO de Truebroker, "está por averiguarse en los siguientes meses si se ha tratado de un hecho aislado, por efecto de un rebote psicológico, al poder salir tras acabarse el impacto de la nieve en la primera quincena de enero, que nos impidió salir a comprar, o si se consolida y consigue mantenerse otro mes la tendencia".

Por ahora, aunque tímida, la tendencia es clara, y además generalizada en el 75% de la capital. Una información que choca con los datos de la pandemia, que sitúan estos últimos días a Madrid en la tercera ciudad con un índice más alto de contagio, al mostrar alrededor de

los 250 casos por cada 100.000 habitantes, la tercera ciudad en riesgo después de Ceuta y Melilla.

Más allá de las cifras, el informe confirma que el país continúa con sus esfuerzos de recuperación del consumo, y que los ciudadanos desean volver a salir a comprar y recuperar su vida de consumo a pie de calle; aunque continúen utilizando el canal digital.

En suma, esta tendencia a la recuperación, aunque aún lejos de los niveles que previos a la pandemia, ofrece otra clara muestra de que

# La recuperación del consumo, sin prisa pero sin pausa

ya casi Madrid ha roto una barrera psicológica, con una tendencia a la recuperación generalizada: la Zona de Oficinas, en la que la distribución automática y el vending están muy presentes como proveedores de servicios, pega un golpe en la mesa al arrojar, al igual que la Zona Centro Turística, el mejor mes de todo el Covid.

"Podemos decir – confirma Beltrán – que mentalmente Madrid está en una clara tendencia de recuperación del consumo generalizado y continuado, aunque aún frágil y débil, ya que aún hay fuertes restricciones en cuanto a horas de aperturas de los comercios, mucho más restrictivos de los que teníamos en septiembre, lo que muestra que en cuanto se eliminan las restricciones mejorará en todo Madrid las cifras del consumo, aunque aún estarán por debajo del estado precovid, pero que cuando a eso se sume el fin del miedo al contagio en la sociedad, el consumo se va a recuperar con rapidez".





# El mercado mundial del Smart Vending, a pleno crecimiento

**Según el informe “Global intelligent Vending Machine Market 2020-2024”, el mercado mundial de máquinas expendedoras inteligentes crecerá en torno a 11.240 millones de dólares durante los próximos cuatro años.**

La dirección del mundo de la distribución automática parece clara: automatización, inteligencia artificial y servicio desatendido. En estas características se basa el Smart Vending.

Y es que, en lo que al sector del vending se refiere, la tecnología da lugar a la diversificación del negocio, potenciando todas las posibilidades de gestión de la máquina.

**En este sentido, el big data es un factor clave: cuanta más información pueda reunir el gestor de una máquina, más posibilidades tiene de vender más cantidad de producto, y de fidelizar.**

Como ya nos comentaban desde Vendis 360, la digitalización “está llevando a abrirnos a nuevos mercados donde anteriormente no

estaba el vending, dando como resultado nuevos modelos de negocio”, como es el caso del Smart Vending.

Trasladando esta tendencia al mercado, el informe “Global Intelligent Vending Machine Market 2020-2024”, de Research and Markets, ha llevado a cabo un análisis sobre el escenario actual del mercado global, en el que concluye con la existencia de una creciente demanda de máquinas expendedoras más inteligentes, -que integren medios de pago sin dinero en efectivo-.

**Concretamente, el estudio identifica la capacidad de recopilación de datos en tiempo real a través de máquinas expendedoras inteligentes como una las principales razones que impulsarán el crecimiento de este segmento durante los próximos cuatro años.**

Para la muestra del análisis, se tuvieron en cuenta a los principales proveedores que operan a escala mundial en el Smart Vending,

entre los que destacan: Azkoyen, Crane, Canteen Vending Services, FAS International Srl, Ingenico Group, entre otros.

De hecho, en el caso de FAS, realizó una jornada para presentar su gama de máquinas expendedoras FAS TMT, destinada a servir comida y snacks; bebidas calientes varias y, para ofrecer un servicio 360º y sostenible

Así, irá acompañada de la línea Tritech Touch, las trituradoras establecidas junto a las máquinas expendedoras que resuelven la dificultad de almacenar y gestionar esos residuos.

**El punto de inteligencia se lo otorga la instalación del sistema Android, por medio del cual mostrarán la facilidad de conectarse a las máquinas.**

La digitalización está abriendo muchas puertas a la hora de optimizar, no solo los espacios donde funcionan las máquinas vending, sino dinamizando el propio negocio de operadores, proveedores y fabricantes.

No cabe duda, el futuro del vending pasa por la tecnología y la inteligencia artificial.

# Gracias por hacer de HIP 2021 la cumbre para impulsar la recuperación de la hostelería



Nos vemos del  
7 al 9 de marzo de 2022  
en Madrid - IFEMA

GLOBAL MAIN PARTNERS:



**Deloitte.**



NESPRESSO  
PROFESSIONAL

Oms y Viñas

ONNERA  
CONTRACT  
by FAGOR

Pascual

RATIONAL



BANCO OFICIAL:



PROVEEDOR OFICIAL:



HIP es un evento en colaboración de:

**NEBEX T**  
NEXT> BUSINESS EXHIBITIONS

**IFEMA**  
Feria de Madrid

# Nestlé se compromete a alcanzar las cero emisiones en 2050



**Frente al gran desafío que supone el cambio climático, la compañía, referente también en el mundo de la distribución automática, ha marcado en sus objetivos la aspiración de reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) a la mitad en 2030, y alcanzar las cero emisiones netas en 2050.**

La sostenibilidad es una de las palabras clave para las empresas en este 2021 y es un concepto que va más allá del medio ambiente para afectar también al modo en que la actividad de las empresas afecta al entorno social.

**Dentro del esfuerzo por implementar esta filosofía entra también comunicar lo que se hace y con ese objetivo Nestlé ha confirmado que invertirá a nivel mundial un total de 3.200 millones de francos suizos (2880,75 millones de euros) a lo largo de los próximos cinco años para combatir la problemática del cambio climático.**

Así, dicha cifra incluye 1.080 millones de euros que irán destinados a impulsar la agricultura regenerativa en toda la cadena de suministro de la empresa. Para conseguir este objetivo, Nestlé planea a reducir drásticamente los GEI que se generen desde la granja hasta la mesa.

## INCIDIR DESDE EL ORIGEN: UNA AGRICULTURA REGENERATIVA

Más de 2/3 de las emisiones de Nestlé a nivel global provienen de la producción de ingredientes agrícolas que utiliza y que obtiene de las 500.000 granjas con las que trabaja de forma directa y de otros 4,5 millones de explotaciones que contrata a través de proveedores de todo el mundo.

Para abordar este tipo de emisiones, Nestlé ha expresado que transformará la forma en que se producen estas materias primas. Las prácticas más intensivas se convertirán en agricultura regenerativa, en beneficio de la naturaleza y para mejorar los ingresos de los agricultores.

En suma, Nestlé implementará tres iniciativas basadas en conseguir cero emisiones netas en las granjas lecheras; impulsar suelos saludables y obtener cacao y café de origen sostenible.

## ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE DE CACAO Y CAFÉ

El cacao y el café son dos ingredientes clave para Nestlé; estando este último muy presente en la industria del vending y la distribución automática.

**En 2025, el objetivo es que el 100% del cacao y el café que la Compañía emplee se obtenga de forma sostenible. Para ello, está cooperando con los agricultores para evitar la deforestación y está desarrollando un ambicioso plan de reforestación.**



**Compañías restauradoras de máquinas como Central Vending, hacen posible la iniciación al mundo de la distribución automática en un momento de máxima dificultad a través de máquinas que ofrecen una alternativa para aquellos que quieren iniciarse en el sector pero con un desembolso inicial más económico.**



## Ahorro económico y energético: el potencial de la restauración de máquinas

**Si lo comparásemos con una carrera, el valor económico y el compromiso medioambiental se llevarían las medallas de oro y de plata en el circuito que supone hoy el vending. Dos rasgos que en realidad han estado tímidamente relacionados, pero que la pandemia ha hecho que hoy sea inconcebible el uno sin el otro.**

Actualmente, el sector de la distribución automática no pasa por su mejor momento; tampoco el planeta.

Por ello, soluciones que alivien a ambos serán recibidas como agua de mayo. Así, frente a las grandes pérdidas en facturación que atraviesan las empresas de la industria, una de las posibles opciones que se vislumbra en el horizonte reside en el “reciclaje de máquinas”, que es, en esencia, lo que supone la compra venta de máquinas automáticas de segunda mano.

**En ello son especialistas Central Vending, una compañía especializada en la restauración de máquinas de vending, que despliegan todo su servicio, desde la restauración como tal hasta la venta de las máquinas; todo ello, a través de un proceso de asesoramiento y servicio técnico.**

Con un stock permanente de 400 a 500 máquinas aproximadamente, tienen presencia en toda Europa, con especial atención al mercado nacional. Tal incidencia europea se confirma

con la venta de 40 máquinas que viajaron hasta Holanda.

### ALTERNATIVA PARA PARTICULARS QUE NO QUIEREN REALIZAR GRANDES INVERSIONES O APOSTAR DE LLENO POR EL SECTOR

Seamos claros: no todos buscan el mismo negocio, ni tienen las mismas ambiciones. Habrá ubicaciones que demanden una máquina de última generación completamente nueva, sobre todo las máquinas de café en entornos con gran rotación; y aquellas en las que, por el contrario, baste con instalar una máquina de snacks que te ofrezca un servicio funcional y más básico.

Teniendo esto presente y siendo conscientes de la realidad de una opción u otra, como decíamos, la crisis sanitaria ha puesto encima de la mesa la necesidad de agudizar el ingenio y buscar alternativas de negocio para no morir en el intento, sobre todo para aquellos que ven en el vending una vía de ingresos adicional, y no el negocio de su vida.

En ese caso, la instalación de máquinas de segunda mano puede ser una vía atractiva para aquellos que quieran iniciarse en el sector pero que no cuenten con grandes fondos para hacerlo.

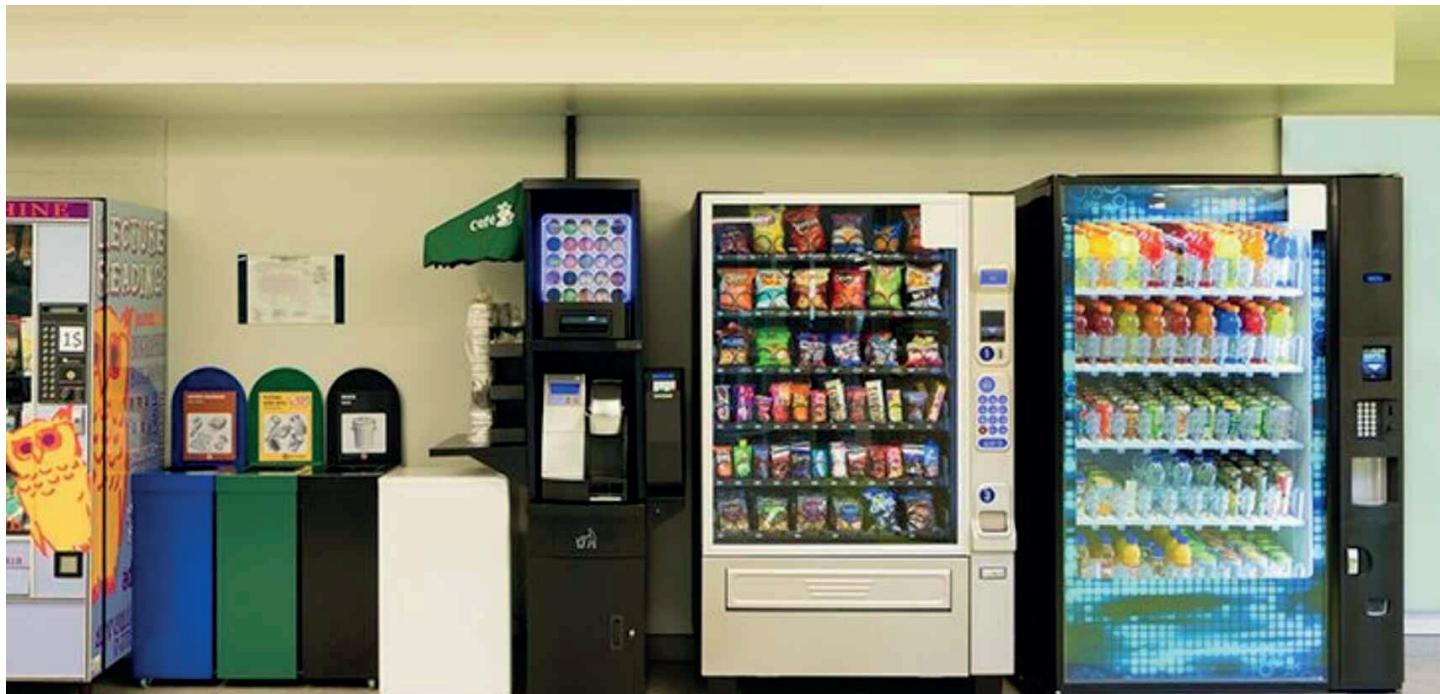
Y es que estas máquinas pueden ofrecer un servicio funcional por un precio más asequible. Así nos lo traslada Salvador González, gerente de la empresa, “hoy día podemos vender máqui-

nas que ofrecen buenos resultados un 66% más baratas”. Este porcentaje lo podemos ejemplificar a través de una de las ofertas que ofrece la compañía actualmente, una cara conocida en el segmento del agua, restaurada y revisada por 1.000 euros, de casi 3.000 que podría costar nueva (dependiendo del operador y la tarifa). Evidentemente, no será la misma máquina; y la elección de una u otra dependerá de las exigencias de cada cliente y de la ambición con la que quiera entrar en la industria.

### OPERADORES Y PARTICULARS, SUS PRINCIPALES NICHO DE MERCADO

Principalmente, podemos diferenciar dos grandes clientes de Central Vending, los operadores de vending, por un lado, y los particulares, por otro. Teniendo presentes las diferencias obvias entre ambos, por norma general, los operadores suelen optar por máquinas en oferta que lanzan quincenalmente, con precios muy ajustados y económicos.

En cuanto a los clientes particulares, la exigencia de resultado aumenta, y con ella, la necesidad de una mayor formación en torno a la máquina. De ahí a que el precio varíe notablemente: “El particular demanda una máquina más revisada, y también necesita más servicio y asesoramiento; por eso, se le realiza un vídeo tutorial con el nombre y la fecha para que quede claro que es su máquina, y se le manda a través de un enlace de youtube”, explica Salvador.



## Reverse vending, el gran aliado del **medioambiente** que reduce el volumen de residuos hasta un 86%

**A través del proyecto Tritech, diseñado sobre la concepción de una “Economía Circular Corta”, FAS se basa en la premisa principal de reducir el volumen de residuos inmediatamente después de su consumo (“Usar, Compactar, Reciclar”) a través de sus compactadores, que pueden utilizarse sin tener que tocar ningún elemento de la máquina: bastará con introducir la botella en su interior.**

El impacto de los residuos en el medioambiente no es una cuestión baladí. Hablamos de 5 y 13 millones de toneladas que acaban en los océanos cada año, donde ya se encuentran 110 millones de toneladas de plástico.

En los últimos años, con la cantidad de residuos sin tratar creciendo a un ritmo preocupante, la demanda de soluciones de reciclaje como las expendedoras de reverse vending han aumentando constantemente. Constituyen una fórmula pensada específicamente para recuperar y disponer del material reciclado de una manera más efectiva, premiando además la responsabilidad del consumidor.

Ante esta realidad, cada vez son más empre-

sas de la distribución automática las que se interesan por iniciarse en este segmento; pero si hubiera que destacar una veterana en estos proyectos circulares, es la fabricante italiana, Fas International.

Persiguiendo estos propósitos de hacer de la población auténticas ciudades inteligentes –un concepto que lleva intrínseco la perspectiva eficiente y ecológica-, está ampliando la gama de sus soluciones Tritech, las máquinas compactadoras de envases. En España, llevamos desde finales de 2013 viéndolas gracias al acuerdo acordado con Madrid Fas Machine para su distribución.

Así, sabiendo que es un negocio y un mercado con futuro, la compañía no solo ha creado unos “compactadores de reciclaje”, sino toda una filosofía medioambiental que resalta el espíritu sostenible de la distribución automática, abriendo camino a una ciudad inteligente real.

La gama está concebida principalmente para el reciclaje de vasos, latas y paletinas, y en especial, las botellas de plástico, ya que estas garantizan altos niveles de seguridad higiénica y pueden transformarse fácilmente de residuo a recurso reutilizable. Con una cadena de recogida planifica-



**Se prevé que en 2050 habrá más plástico en los mares que peces. Frente a estas cifras alarmantes, incentivar la recogida selectiva de plásticos combinada con la reducción de volumen será la clave.**



da, selectiva e intuitiva que permita su reciclaje, logrará estimular la conciencia medioambiental del usuario y potenciará un necesario comportamiento ecológico.

Además, el método tiene un impacto positivo en la logística de recogida, ya que reduce las emisiones de CO<sub>2</sub> en un 85%.

#### **CONCEPCIÓN CONTACTLESS PARA GARANTIZAR LA SEGURIDAD DEL USUARIO COMPROMETIDO**

Los consumidores quieren comprometerse con el medioambiente, pero también salvaguardar su salud física. Ya no sirven "medias tintas"; para que una solución sea realmente efectiva, deberá apostar de lleno por el modelo sin contacto y completamente automatizado, un hecho que desde Fas tienen presente.

Así, para garantizar la seguridad higiénica y sanitaria, una característica a destacar de los compactadores es que permiten la utilización de los mismos sin tener que tocar ningún elemento de la máquina; simplemente el usuario introduce la botella en su interior, evitando tener que abrir ninguna puerta con las manos.

#### **SISTEMA DE INCENTIVOS, EL MÁS EFECTIVO HASTA LA FECHA**

Teniendo presente que el sistema de incentivos cuenta con unos ratios de recuperación superiores al 95% en los países en donde está implantado un sistema de depósito, devolución y retorno, no hay margen de duda de que el avance de las máquinas automáticas como

herramienta para el reciclaje ha de continuar evolucionando, y siendo el método de reciclaje principal.

Por su parte, Tritech, a través de un sistema cashless instalado en las máquinas, es posible recuperar una fianza vinculada al correcto reciclaje de los propios residuos: una acción que incentivaría la correcta eliminación de los mismos.

En presencia de un sistema de recarga de llaves, solo se reconocen como crédito los envases vacíos, previamente adquiridos en la máquina expendedora asociada.

#### **LIMPIEZA E HIGIENE, PUNTOS CLAVE**

Cuando hablamos de limpieza, nos referimos a dos ámbitos: externa e interna. Sobre la primera, nadie puede tocar ni ver la totalidad de residuos recogidos en la máquina. Y en cuanto a la interna, el compactador cuenta con un sistema de saneamiento interno automático y programable para promover una sensación de limpieza en el entorno.

#### **TECNOLOGÍA A GOGÓ**

Para hacer de estas soluciones auténticas "Smart machines", la gama de FAS integra tablets con pantalla táctil, que funcionan a través de un sistema WiFi integrado para controlar el funcionamiento a distancia. Y al incorporar una pantalla, como ya hemos visto en multitud de máquinas de la distribución automática, se pueden visualizar contenidos multimedia –mediante USB o WiFi– que favorecen un

ambiente más ecofriendly y Vanguardista.

Por otra parte, posee una apertura habilitada con reconocimiento de código de barras: esta puerta solo se abrirá una vez identificado el código de barras de la botella. Si esta se encuentra dentro de una base de datos predefinida, la puerta se desbloquea automáticamente.



## VENDING SALUDABLE



# Una apuesta firme por el vending saludable: Ñaming lanza nuevos Smoothies sin pasteurizar

**Los tres nuevos sabores, en formato de 200ml, se presentan como el complemento ideal de un sándwich para un menú completo y nutritivo a través de la distribución automática.**

Llega la primavera, y con ella, las ganas de mejorar nuestra alimentación. Ya sea para prepararnos para la época de verano o simplemente por empezar a cuidarse por dentro, lo cierto es que los consumidores encuentran en esta fecha la ocasión perfecta para buscar nuevas referencias saludables.

Y en esta búsqueda, de la mano de Ñaming, compañía dedicada a la elaboración de sándwiches y otros productos de alimentación referente en vending, podrán encontrar tres nuevos smoothies frescos en los diferentes segmentos en los que opera, con especial mención a la distribución automática.

Y es que el smoothie, por sus propias características, formato y composición, se ha ganado la simpatía de multitud de consumidores.

Actualmente, una de las preocupaciones de los ciudadanos que cuidan su alimentación parte por no encontrar fuera de casa alimentos y bebidas que vayan en sintonía con sus hábitos, y por otra parte, el consumo on the go continúa su auge frente al estilo de vida ajetreado de la mayoría.

**No solo como un snack, este formato (con una capacidad de 200ml), puede convertirse en un menú completo si lo sumamos a otras opciones de comida como los sándwiches, que cada día han ido mejorando su composición y ampliando nuevas referencias para hacer de esa comida un menú equilibrado: las proteínas del emparedado con los hidratos de la fruta.**

Además de ello, los tres smoothies (manzana, kiwi y espinaca; fresa y manzana; mango, naranja, manzana y maracuyá) de Ñaming suman otra novedad, y es que, gracias a un proceso en frío de altas presiones (HPP), inactivan los microorganismos y con ello, logran un

batido vivo y fresco; sin variar el sabor y conservando todos los nutrientes. Con ello, evitan pasteurizar el producto (se reduce un procesamiento mayor del producto, que suele provocar cambios en la textura y el gusto de la bebida).

**Por otro lado, manteniendo su compromiso con la sostenibilidad, la productora añade a estos smoothies a su catálogo de productos con envases elaborados con un 100% de PET Reciclado. Un producto respetuoso para el planeta y para nuestro cuerpo.**



## VENDING SALUDABLE

# Trabajando juntos por un vending más saludable



**El 31% de los usuarios desearía que hubieran más alimentos y aperitivos bajos en calorías en las máquinas expendedoras multiproducto y de bebidas frías, según recoge un estudio realizado por la EVA sobre el comportamiento de los consumidores.**

Vivimos en un mundo “a la carta”, en el que buscamos soluciones rápidas y cómodas que se adapten a nuestro estilo de vida, marcado por la falta de tiempo y las jornadas de trabajo partidas, tendemos a desayunar y almorzar “sobre la marcha”.

Frente a ello, los consumidores optan cada vez más por máquinas de vending para almorzar, al menos una vez en las últimas dos semanas.

Al mismo tiempo, la sociedad demanda cada vez más una nutrición saludable y alimentos de buena calidad y más naturales.

Así, los consumidores que buscan productos locales y frescos están dispuestos a pagar más por productos premium, lo que se traduce en una oportunidad de negocio y un aumento

en la facturación si se sabe crear una oferta adaptada.

Entre los jóvenes, la fruta y la verdura constituyen el 34% de su compra, frente a al 19% que aúnán los aperitivos salados y las patatas fritas.

Con esta tendencia en alza, la distribución automática está comprometida a ofrecer mejores alternativas, más sanas y más frescas en las máquinas; contribuyendo a que la elección más sana sea la más fácil.

**Y es que la industria del vending se ha esforzado por tomar medidas significativas para mejorar y ampliar la oferta de productos en las máquinas expendedoras con el fin de ayudar a combatir los crecientes niveles de obesidad.**

La oferta de artículos más variados y nutritivos proporciona una mayor capacidad de elección al consumidor, lo que permite tomar decisiones más informadas, y de cara a las empre-

sas del sector, ampliar su cuota de mercado y beneficios.

El éxito de las compañías que se comprometen a utilizar productos saludables de origen local y con ingredientes naturales es un ejemplo de cómo el sector puede satisfacer la demanda actual.

Por otra parte, como ya comentábamos en Hostelvending, las nuevas máquinas “farmfresh” en las zonas rurales también están proporcionando un vínculo directo y más sostenible entre el agricultor y el consumidor de cara una demanda creciente de productos locales y regionales. tener que desplazarse a cafeterías. Todo lo que necesitan para disfrutar en la oficina como si estuvieran en una.

## NIVEL PREDETERMINADO DE AZÚCAR CERO: MÁQUINAS DE CAFÉ MÁS SALUDABLES Y VARIADAS

En este sentido, los fabricantes europeos de vending acordaron por unanimidad configurar sus máquinas con el nivel de azúcar a cero de fábrica.



# Eficiencia energética y circularidad: las prioridades del vending

**¿Dónde encajan los operadores de vending en la ecuación de la sostenibilidad? ¿Cómo pueden adaptarse para cumplir las normas de una industria en plena evolución y las necesidades de consumidores más concienciados con el medioambiente?**

En estos momentos de incertidumbre, donde nada parece estar claro, una cosa es segura: la sostenibilidad es más importante que nunca. Una temática que impregna todos los sectores y en la que el vending no es una excepción.

Parece que la Covid-19 nos ha recordado la fragilidad de nuestro mundo, de nuestra propia existencia; reafirmando la necesidad de proteger la salud tanto de las personas como del planeta. P

or eso, cada vez es más habitual, tras el estallido de la crisis, que, tanto las empresas como la industria en general, tomen medidas integrales para lograr un futuro más sostenible.

Y no es solo porque sea lo correcto, sino porque es lo que los consumidores de hoy en día esperan.

Por otro lado, las regulaciones cambian, se hacen más restrictivas y con ellas, la industria de la distribución automática se dirige sin frenos hacia prácticas más respetuosas con el planeta.

Así es, que se ha producido una auténtica revolución ecológica que está desafiando a los operadores a reexaminar el impacto medioambiental de sus productos y sus máquinas.

Con esta realidad presente: en la práctica, ¿cómo pueden adaptarse los operadores y el resto de actores que operan en la distribución automática?, ¿cómo prepararse para un futuro más eficiente?

**Desde el aumento de la eficiencia energética de los equipos hasta la oferta de productos más ecológicos, los operadores están volcando sus esfuerzos por garantizar una experiencia de vending más limpia y ecológica.**

Y para muchos, el cambio más urgente es la transición a los refrigerantes naturales en

sus máquinas, tal y como atestigua CPI, especializada en sistemas de pago, que se ha embarcado en la labor de ayudar a los operadores a entender los estándares de la industria, por qué son importantes y cómo pueden invertir mejor en tecnología que cumpla con las normas.

## LA SOLUCIÓN: ALTERNATIVAS A LOS HFC RESPETUOSAS CON EL MEDIOAMBIENTE

Normalmente, las máquinas de vending utilizan refrigerantes comunes llamados hidrofluorocarbonos (HFC), que son potentes gases de efecto invernadero con un elevado potencial de calentamiento global (PCG), que atrapan mucho más calor que el CO<sub>2</sub>.

Para reducir las emisiones de HFC, según mencionan desde Crane, se dispone de una variedad de alternativas respetuosas con el planeta, seguras y probadas. Entre ellas se encuentran los refrigerantes naturales y sus mezclas.

Frente a esto, los operadores tendrán que planificar en consecuencia; pero como ocurre en cualquier transición, se trata de un cam-

bio paulatino y escalado: "los refrigerantes de hidrocarburo han sustituido el uso de los HFC en Europa desde mediados de los años 90, y marcas mundiales como PepsiCo y Coca-Cola iniciaron el cambio a los hidrocarburos hace más de una década. Para estar a la altura del cambiante panorama normativo y de los principales objetivos climáticos, la eliminación de los HFC está prevista a mayor escala tanto a nivel nacional como internacional", subraya el grupo.

#### EL GRAN CAMBIO

Al tiempo que se van remplazando los refrigerantes por alternativas más limpias, hay una serie de puntos que, a juicio de Crane, pueden ayudar a los operadores a implementar el cambio:

-Escoger a un socio de vending que esté comprometido con las soluciones de energía limpia.

-Proteger la inversión realizando una transición temprana. Cabe recordar que, si bien la eliminación de los HFC no se producirá de la noche a la mañana, es inevitable. En ese sentido, "La elección de la tecnología ecológica adecuada garantizará que su equi-

po esté a la altura de las normativas del sector y de las expectativas de los clientes, algo que beneficia a cualquier operador de vending", señalan.

-Aprovechar la sintonía de las actualiza-

ciones de la tecnología de las máquinas: A la hora de seleccionar nuevos equipos, será crucial escoger soluciones que hagan que la experiencia de la venta sea más cómoda tanto para los clientes como para el operador.



# OPTÓ es

la solución de pago  
verdaderamente sin contacto  
de Paytec



**OPTÓ también es para ti  
Descubre cómo!**

<https://www.paytec.eu/es/opto-para-ti/>



**PAYTEC**  
smart payments for vending

# Tercer aplazamiento: Alimentaria y Hostelco se celebrarán en 2022



**Como preludio al año que viene y para no dejar al 2021 en el olvido, tendrá lugar el próximo mes de octubre el Gastronomic Forum Barcelona, un evento que reunirá a la industria española de alimentación, foodservice, bebidas, equipamiento hostelero y distribución automática.**

Las medidas de precaución debidas a la incertidumbre frente al coronavirus en España vuelven a incidir en la celebración de grandes eventos del sector.

Finalmente, Alimentaria, uno de los salones más destacados en el ámbito de alimentación, bebidas y foodservice a nivel europeo, y Hostelco, el salón del equipamiento para la Restauración, Hotelería y Colectividades, se trasladan conjuntamente a abril del año que viene, con el objetivo de alcanzar la máxima participación y presencia internacional.

Así, desde los días 4 al 7 de abril de 2022, podremos disfrutar de nuevo de unas de las ferias más destacadas de la industria de la distribución automática y el canal horeca, con una propuesta adaptada a las circunstancias

actuales, tanto conceptualmente como en superficie expositiva.

**Además, como antesala al evento, para no dejar un sabor agrio para este 2021, se celebrará del 18 al 20 de octubre de este año Gastronomic Forum Barcelona, un encuentro de gran calado para el mercado de la alimentación y la gastronomía del país.**

Organizado de igual forma por Fira de Barcelona, estará disponible en el recinto de Montjuïc; ampliando su formato habitual sumando a su oferta los expositores de Alimentaria & Hostelco que deseen participar.

De esta forma, junto a los habituales pequeños productores del sector primario y de la artesanía alimentaria, podrá reunir una mayor representación de empresas del foodservice, equipamiento, servicios y distribución.

El director general de Alimentaria Exhibitions, J. Antonio Valls, confirma que "queremos apostar por una Alimentaria&Hostelco en 2022

con unas dimensiones y participación que impulsen de nuevo el negocio internacional y que junto a Hostelco mantengan la calidad y propuesta de valor de ediciones anteriores, que la han situado como referente global de la industria". Sin embargo, puntualiza que "toda aquella empresa nacional que hubiera deseado participar este año en Alimentaria & Hostelco tiene ahora la oportunidad de hacerlo en Gastronomic Forum Barcelona, en una edición especial que lo situará entre los grandes eventos alimentarios y gastronómicos del país".

Alimentaria & Hostelco forman una de las principales plataformas de referencia internacional con una de las ofertas más completa y transversales para la industria alimentaria, el foodservice, el equipamiento hostelero y su cadena de valor.

**Este evento reunió en su última edición de 2018 a 4.500 empresas y 150.000 visitantes profesionales, un 25% de procedencia internacional.**

## EVENTOS PRESENCIALES ANTES QUE SE MANTIENEN PARA 2021

Gastronomic Forum Barcelona, Alimentaria FoodTech e Hispack son algunos de los eventos presenciales que Fira de Barcelona tiene previsto celebrar este año, con los que normalizará progresivamente su actividad feria.

*En este contexto, el director general de la institución, Constantí Serrallonga, ha destacado "la importancia, en un contexto tan complejo, de reanudar en los próximos meses la celebración de eventos en nuestros recintos de Montjuic y Gran Vía y actuar así nuevamente como motor de la tan necesaria reactivación económica y social".*

Así, algunos de los eventos relacionados al sector de la distribución automática los encontraremos durante el otoño de este año, con la celebración de los salones ya mencionados dedicados a la alimentación y el packaging junto a otros eventos referentes como Seafood Expo (productos del mar), Expoquimia, Eurosufas, Equiplast y Industry, IoT Solutions World Congress, Salón Náutico, Caravaning, Smart City Expo World Congress y Barcelona Building Construmat /Piscina Wellness Barcelona, entre otros.



# Las cuatro exposiciones virtuales del vending, todo un éxito

**Propuesto por el Departamento de Comercio de la provincia de Guangdong, la organización ha preparado una saga de cuatro exposiciones virtuales, que comenzó en enero con la Asean Vending & Retail Expo.**

Así, un total de cuatro exposiciones virtuales sobre vending y venta al por menor se llevarán a cabo de este enero a junio. Como organizador de estos eventos virtuales, Grandeur Exhibition Group ofrece un viaje virtual por las distintas novedades que están produciéndose en el mundo de la distribución automática.

En enero tuvo comienzo la primera feria, que desde China, caracterizada por una serie de actualizaciones que harán de ella una cita estratégica para la industria: visualización de productos en 3D, visitas virtuales a las fábricas de algunos participantes, retransmisión en directo, así como la posibilidad de contactar a los expositores y proveedores de máquinas

expendedoras de vending, café y otros segmentos.

Siguiendo esta línea, la 2021 Italy Vending Expo (Virtual) se celebraba del 7 al 12 de abril,

A través de la plataforma de eventos Cloud Exhibition, 1.065 productos y soluciones formaron parte de la presentación online: desde máquinas expendedoras y kioscos de autoservicio, soluciones de pago contactless, herramientas para el comercio inteligente; pasando por accesorios y piezas para las máquinas hasta llegar a la logística de la cadena de frío, entre otras herramientas.

La siguiente cita marcada en el calendario cambiará completamente de escenario: la Russia Smart Retailing & Commercial Expo 2021 (Virtual), que se celebrará del 18 al 22 de abril de este año. Y para finalizar, cerrará el ciclo la Philipine Vending & Commercial Expo 2021 (Virtual), que tendrá lugar este verano, del 7 al 13 de junio.



# La feria Rusa revela las tendencias de 2021



**La 14<sup>a</sup> Exposición Internacional de Tecnologías de Vending y Sistemas de Autoservicio cierra sus puertas con una gran acogida. Más de 100 marcas mostraron sus innovaciones durante los tres días de duración; hubo un amplio programa de foros y se resumieron los resultados del premio VASA en el ámbito del vending.**



**Respecto a la exposición rusa, que tuvo lugar del 23 al 25 de marzo de este año, fue visitada por más de 6.000 invitados. Los foros llenaron salas llenas y el programa empresarial inspiró debates en relación a la industria de la distribución automática y su futuro más próximo.**

Como ya mencionamos en exclusiva, Unicum, Siba vending, Rheavendors East, Evoca Group, Istochnik Zdorovya, PTA, Formacia, Gumballs, Style ABC, FAS, Assorti, Kit Vending, PFORT, ALMAFOOD, Cheboko y muchos otros participaron en la Expo.

## LAVAZZA, SATISFECHA CON SU PRIMERA PARTICIPACIÓN EN LA VENDEXPO

Cabe destacar que la empresa Lavazza, uno de los principales fabricantes de café y referente en la distribución automática, se encontraba por primera vez entre los participantes de la feria rusa.

"Esta es una exposición histórica para nosotros, y era la primera vez que veníamos a VendExpo. Había mucha gente en la exposición. Parece que se están sentando las bases para una futura cooperación, y se han celebrado muchas reuniones. Podemos ver que, realmente, el negocio está despegando", expresó Nikita Babayan, Vending

Sales Manager de Lavazza en Rusia.

## EL VENDING EN RUSIA: TENDENCIAS POSTCOVID Y REALIDADES DEL FUTURO

Durante el foro "El vending en Rusia: tendencias postcovid y realidades del futuro próximo", se debatieron las perspectivas de la telemetría y otras innovaciones en los sistemas de pago, junto con la introducción de sistemas de autoservicio aplicados en diferentes modelos de negocio.



# Venditalia destaca en una nueva oleada de aplazamientos por el coronavirus

El calendario de eventos del sector de la distribución automática se encuentra en continuo cambio. Así, medidas de prevención por el coronavirus también afectarán a ferias de calado internacional como Venditalia, que se aplaza al año que viene: del los días 25 al 28 de mayo. Por su parte, Salón Gourmet se aplaza a otoño de este año.

La organización de la multitud de eventos relacionados con el sector, están tomando todas las precauciones posibles para asegurar el bienestar y seguridad de los visitantes. Ya lo vimos inicialmente con HIP 2021; Alimen-Vendexpo o la VMF.

*Se han producido nuevos aplazamientos que estaban previstos para el mes de marzo en eventos vinculados a la distribución automática y el vending.*

## VENDITALIA, DEL 25 AL 28 DE MAYO DE 2022

Venditalia, uno de los eventos más importantes del mundo del vending y la distribución automática organizado por Venditalia Servizi y promovida por CONFIDA, finalmente ha decidido aplazar la fecha de su celebración. La fecha escogida es del 18 al 21 de noviembre de 2020 en fieramilano Rho.

La decisión de posponer el evento, inicialmente programado para el 20 al 23 de mayo de 2020, sigue la línea de las últimas ordenanzas marcadas en la Región de Lombardía, con el objetivo primordial de proteger la salud de todas las personas que trabajen en el evento.

En ese sentido, la nueva fecha se ha establecido tras un cuidadoso análisis de las necesidades del mercado, y se entabló un debate abierto con los expositores, los compradores y las partes interesadas, y teniendo en cuenta también el calendario internacional: el mes de noviembre resultó ser el mejor para el evento, lejos de la posible superposición con otras ferias comerciales.

*La nueva fecha se ha establecido tras un cuidadoso análisis de las necesidades del mercado y teniendo en*



*cuenta también el calendario internacional: el mes de noviembre resultó ser el mejor para el evento.*

*A los meses de otoño se une de igual forma el Salón Gourmet que ya ha anunciado su celebración en IFEMA.*

## SALÓN GOURMET: DEL 18 AL 21 DE OCTUBRE DE 2021

Tras varios aplazamientos, Salón Gourmet ha visto en otoño de 2021 la fecha más apropiada para celebrar finalmente la feria, una de las más esperadas para los profesionales de la gastronomía. La organización ha decidido posponer su próxima edición por motivos sanitarios, para garantizar la seguridad de sus expositores, visitantes y el personal que participa en la feria.

*Así, acaba de anunciar su nueva fecha, ubicada en otoño de 2021: del 18 al 21 de octubre en los pabellones 4, 6 y 8 de Feria de Madrid-IFEMA para asegurar la óptima celebración del evento.*

## TRAS UN AÑO SIN INTERNOGA, SE CELEBRA ESTE AÑO VIRTUALMENTE

Tras constantes reuniones con la junta asesora, Hamburg Messe und Congress GmbH tomaron la decisión de cancelar Internorga 2020, ya que, ante la presencia latente del coronavirus y del nuevo virus, el SARS-CoV-2, no podían asegurar una planificación completamente segura, ni siquiera en verano del año pasado.

A pesar de las dudas por la situación actual y la latente presencia de la Covid, finalmente Internorga ha decidido, como otras ferias internacionales, dirigirse a la vía digital. Así, bajo el nombre de IDX\_FS, ofreció un encuentro virtual que permite establecer nuevas oportunidades de negocio en la industria de la alimentación, restauración y distribución automática.

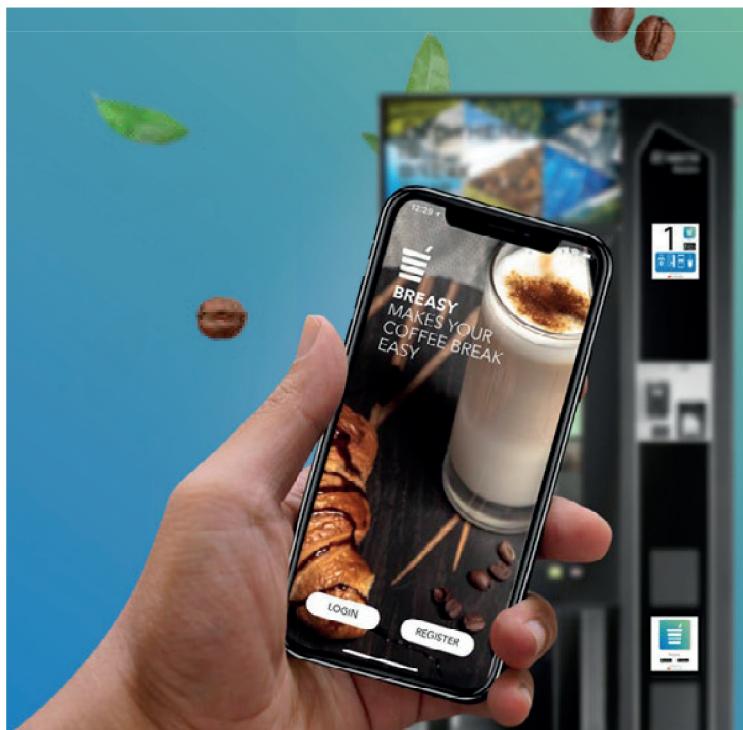
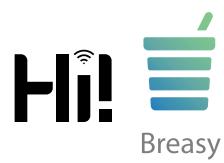
## FERIA DEL MUNDO DEL CAFÉ, FINALMENTE SE CANCELA LA EDICIÓN DE ESTE AÑO

Prevista para celebrarse el próximo mes de junio, la World of Coffee (WOC), finalmente la organización ha decidido cancelar la feria presencial, que este año tendría lugar en Atenas.

La pandemia vuelve a cerrar las puertas de eventos relacionados con la industria de la distribución automática. Ahora le ha llegado el turno a uno de los encuentros más importantes a nivel internacional vinculados al mundo del café que, tras semanas de análisis ante la situación actual, acaban de anunciar la cancelación del mismo.

*“En las últimas semanas, hemos mantenido conversaciones con funcionarios del gobierno y de la sanidad de Atenas, expositores, patrocinadores, competidores, jueces y muchos miembros de la comunidad sobre la viabilidad de celebrar el evento”, expresan.*





## ¿Qué es Breasy?

Breasy es una aplicación gratuita que facilita la **selección de productos sin contacto** y el pago seguro en las máquinas expendedoras equipadas con el **sistema de pago sin efectivo Hi!**

## ¿Cómo funciona?

1

DESCARGA LA APP BREASY Y CREA UNA CUENTA



2

ACTIVA EL BLUETOOTH Y LA UBICACIÓN EN TU TELÉFONO

3

REGISTRA TU TARJETA DE PAGO Y/O CREA TU MONEDERO ELECTRÓNICO

4

SELECCIONA EL NÚMERO DE LA MÁQUINA VENDING A LA QUE DESEES CONECTARTE  
Y ELIGE EL PRODUCTO

5

PROCEDE AL PAGO DIRECTAMENTE CON LA TARJETA O CON EL MONEDERO

Máxima protección en cada compra con Masterpass™: podrán guardar su tarjeta de crédito en la app con la total seguridad de Mastercard®.



# ¿Qué ventajas ofrece Breasy?



Pago directo en tu cuenta bancaria de forma rápida y segura



**Mejores condiciones** de servicios **interbancarios** negociados por el Grupo Evoca



Personaliza Breasy como deseas



Disponible incluso con **máquina offline** pagos a través de la conexión del teléfono



Analiza las compras para crear **promociones a medida**



Configura con Breasy tu **programa de fidelización**

## Hi! & Breasy



SISTEMA DE PAGO CASHLESS

Hi!



CONFIGURACIÓN

Hi! Manager



INTERFAZ DE COMUNICACIÓN

Bluetooth



**PAGOS CASHLESS**

APP BREASY



Breasy

TAG



LLAVE



TARJETA

