

hostelVending[®]

Especial Iced Coffee y Especialidades 2023 n° 138

Sansala &
Natural and tasty food

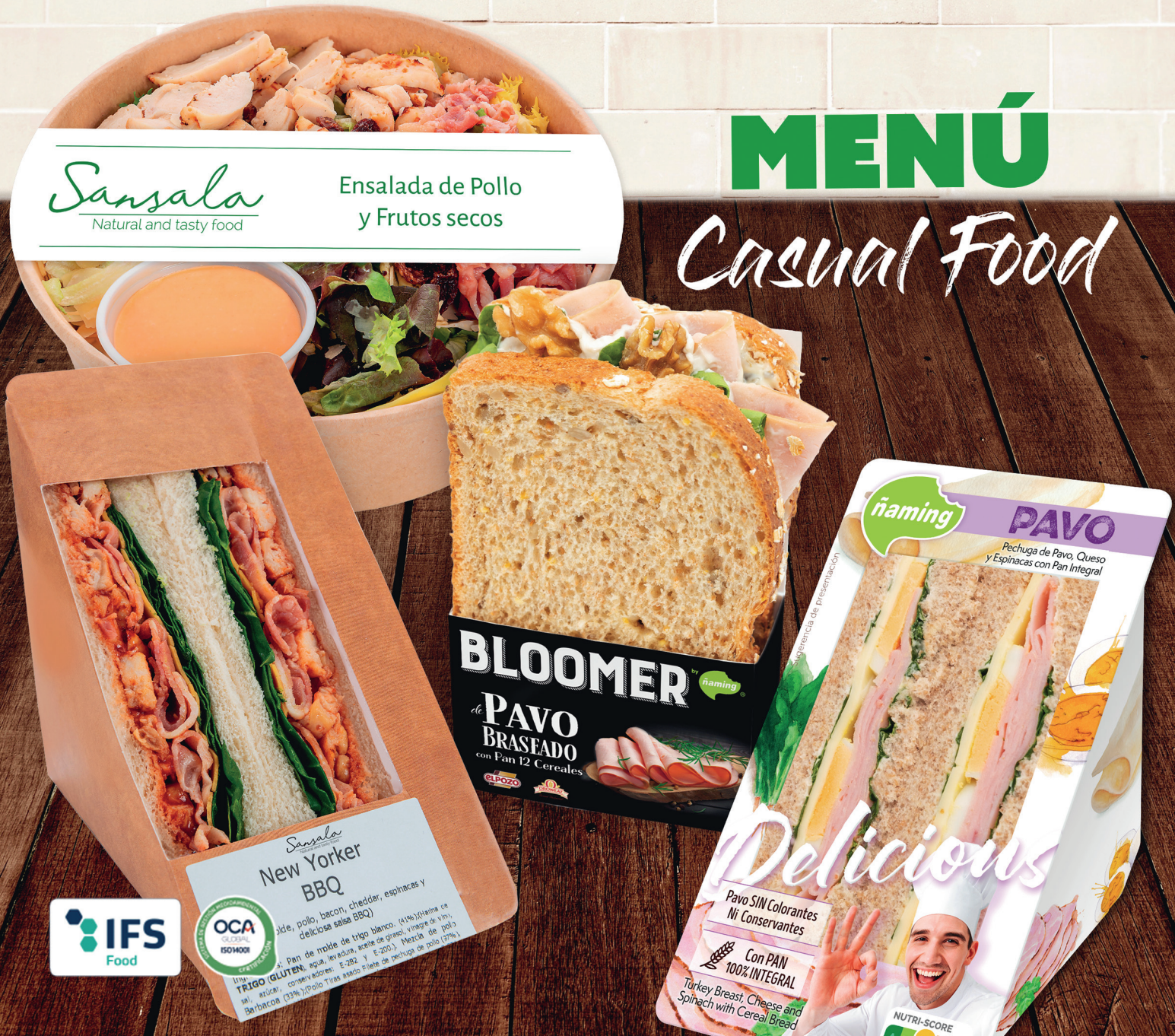


MENÚ

Casual Food

Sansala
Natural and tasty food

Ensalada de Pollo
y Frutos secos



Sansala
**New Yorker
BBQ**
Pollo, pollo, bacon, cheddar, espinacas y
deliciosa salsa BBQ
Pan de molde de trigo blanco (41%); Pollo de
TRIGO (GLUTEN), agua, levadura, aceite de girasol, vinagre de vino,
sal, azúcar, conservadores: E-202 y E-203; Merca de pollo
baldo (33%) (Pollo) Tiras de pollo; Frito de pechuga de pollo (27%)

BLOOMER
de PAVO
BRASEADO
con Pan 12 Cereales

ñaming

PAVO

Pechuga de Pavo, Queso
y Espinacas con Pan Integral

Delicious

Pavo SIN Colorantes
Ni Conservantes

Con PAN
100% INTEGRAL

Turkey Breast, Cheese and
Spinach with Cereal Bread

NUTRI-SCORE

Todas las máquinas de la gama Impulse se fabrican conforme a los estándares internacionales de calidad, ISO 9001, ISO 14001 e ISO 45001.

Calidad, sostenibilidad y cuidado de las personas es la seña de identidad de nuestra actividad.



GAMA IMPULSE

Erogamos un mundo mejor

Hemos conseguido la clase C.
Con nuestros productos
consumes menos y ahorras
más.



Gestión digital del café

Lo mejor de las tecnologías digitales al servicio de operadores y consumidores.

Una oferta completa, poderosa y hoy también muy beneficiosa.




newis

EVOLCA
GROUP

Descubre todas nuestras soluciones digitales

En HIP del 6 al 8 de Marzo
Pabellón 5, Stand 5F637

newis.evocagroup.com

ESPECIAL ICED COFFEE

40/ COFFEE CORNER: LA ESPECIALIDAD DEL CACAO Y LA EVOLUCIÓN DEL FRAPÉ A LOS HELADOS



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



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

ENTREVISTAS

6/ Román Suárez, CEO de METRO24st

CAFÉ

8/ Fórum Coffee Festival convertirá a Barcelona en el epicentro del café

10/ Las múltiples formas y fórmulas del café en escena

11/ El futuro del café: tendencias, expectativas y retos logísticos

EMPRESAS

18/ Tu zona de descanso es mucho más que una máquina de vending

19/ El servicio técnico en la distribución automática: clave para el éxito empresarial

21/ Quality Espresso obtiene la certificación ISO 14001 del Sistema de Gestión Ambiental

24/ Rhea Apliven amplía su presencia en España

con la inauguración de su nueva sede en Madrid

PRODUCTOS

28/ La superautomática de Saeco: ahora más mágica que nunca

30/ Ñaming lidera con un 55% de cuota el mercado de sándwiches en España

34/ La remodelada serie de refrigeración Compact de Hoshizaki: la solución para espacios limitados

ARTÍCULOS

24/ Productos proteicos: el must de las máquinas expendedoras

38/ Étnico, rápido, automatizado y gourmet: el 'takeaway' se renueva

52/ El cuestionable modelo de reciclaje de plástico en España: ¿Un sistema corrupto?

Hostel Vending • nº 138 julio-agosto

SUMARIO 138



@hostelvending



/hostelvending

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



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

68/ El mundo cafetero en su máximo esplendor: Cafés con imágenes impresas y recetarios a modo Netflix

ASOCIACIONES

36/ Los temas candentes para la distribución automática del verano 2023

NOTICIAS

56/ Oportunidades laborales y recorte de costes gracias a la IA

58/ El poder de la restauración automática: Los platos preparados en expendedoras revitalizan la industria

66/ Agua: el compañero ideal para disfrutar del café al máximo nivel

71/ Los beneficios de los snacks entre horas: café y cookie artesanas, el caballo ganador

FERIAS

74/ Hostelco 2024: Una edición con el foco en la sostenibilidad, la competitividad y nuevos negocios

76/ La ciudad de la luz brilla con las tendencias de la restauración



“Las **tiendas automatizadas** son una **alternativa atractiva** porque son **rentables** y **llegan** a donde **otros negocios no**”



LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA ACTUAL IMPLICA NUEVOS CONCEPTOS Y MODELOS DE NEGOCIO QUE NADA TIENEN QUE VER YA CON EL VENDING TRADICIONAL. EN ESA EVOLUCIÓN, METRO24ST, COMPAÑÍA ESPECIALIZADA EN TIENDAS AUTOMÁTICAS Y MICROMARKETS, HA SABIDO VER HACIA DÓNDE SE ENCAMINA LA NUEVA ERA DE LA INDUSTRIA; UNA VISIÓN QUE HOY COMPARTE CON HOSTELVENDING. HABLAMOS CON SU CEO SOBRE TIENDAS AUTOMÁTICAS 24 HORAS, LA TECNOLOGÍA PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL USUARIO Y LOS FACTORES CLAVE PARA SU DESARROLLO.

El concepto de vending se entiende en la actualidad como algo anticuado y limitante. La distribución automática, en especial lo que respecta a la restauración, implica nuevos conceptos, soluciones y diversos entornos donde antes el vending no llegaba. ¿Qué aporta METRO24st a esta evolución del sector?

En METRO24st no limitamos nuestros productos exclusivamente a los de restauración. Hacemos una oferta mucho más amplia basada en las necesidades que pueda haber en una ubicación concreta, en un barrio o en un pueblo, y aplicamos la tecnología para facilitar la experiencia de compra de los usuarios y para tomar mejores decisiones por parte de los gestores de los equipos.

Nuestra filosofía a la hora de configurar nuestras tiendas automatizadas ha sido la búsqueda de maquinaria específica, donde el producto es el que manda sobre las opciones de mercado.

La nueva era de la distribución automática pasa por los equipos de última generación que están llegando en los últimos años, totalmente renovados a nivel de diseño y prestaciones, para adaptarse a las nuevas tendencias en cuanto a tecnología y nuevos modos de consumo. ¿Crees que los usuarios finales demandan cada vez más innovación en los equipos?

Sí, los usuarios demandan cada vez más tecnología ya que cada vez están más acostumbrados a usarla todo el tiempo. Las soluciones digitales permiten al usuario sumergirse en un entorno conocido que nos permite mejorar su experiencia de compra. En nuestras tiendas, el usuario puede interactuar con los equipos a través de una pantalla Android, en una interfaz con la que ya están familiarizados y pueden obtener información más detallada sobre los productos antes de realizar la compra, además de poder elegir entre diferentes métodos de

pago. Eso es un plus muy valorado por los usuarios.

“La tecnología de la maquinaria poco tiene que ver con la de antaño. Gracias a ella hemos podido desarrollar equipos especializados para diferentes opciones de producto, como la oferta de comidas calientes o de productos congelados que ofrecemos en nuestras tiendas y que amplía significativamente la oferta y la hace mucho más atractiva”.

¿Cómo crees que ha logrado evolucionar el sector para conectar mejor con los usuarios finales?

El sector se encuentra en un escenario ideal para poder estar a la altura de las necesidades de los usuarios, siempre y cuando se tenga un conocimiento de qué quieren, a qué precio están dispuestos a comprarlo y brinde

soluciones de conectividad con su entorno digital.

El crecimiento de las tiendas automatizadas 24 horas ha aumentado significativamente en los últimos años en muchos países. ¿Cuál consideras que han sido los factores clave que han impulsado el éxito de las tiendas automáticas 24 horas en España?

Los comercios tradicionales son cada vez menos sostenibles, ya sea por la presión impositiva, la carga laboral o la oferta tan completa que proponen las grandes superficies. Esto hace que los negocios tradicionales sean menos rentables.

Así podemos observar cada vez más desertización en los barrios de las ciudades y en los pueblos, aunque siga existiendo la necesidad de comprar desde un refresco a unas tiritas. Lo que sucede, es que no hay un modelo de negocio con el concepto tradicional que cubra esa oferta de productos y mucho menos en el horario de las 24 horas.

“Las tiendas automatizadas son una alternativa atractiva porque son rentables y llegan a donde otros negocios no llegan, siempre y cuando se gestionen debidamente y ofrezcan una política de precios que el cliente considere atractiva”.

¿Ha habido una mayor aceptación por parte de los consumidores españoles?

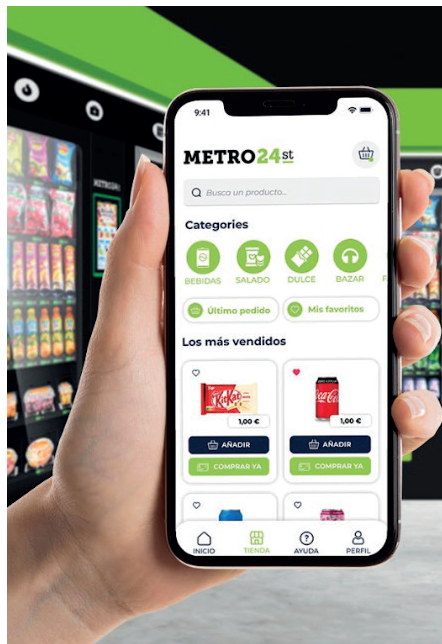
El “yo digital” junto al COVID-19 han hecho que queramos relacionarnos con terceros de una manera más aséptica. Las tiendas automatizadas son el canal ideal para comprar productos que ya conozco sin necesidad de estar limitado con un horario o por un personal más o menos simpático.

“Nuestras tiendas METRO24st son un ecosistema en el que todo está comunicado. Los equipos se han convertido en periféricos de nuestra aplicación, que nos permite crear una experiencia mucho más inmersiva para nuestros usuarios”.

¿Cuáles son las necesidades de los consumidores que se están satisfaciendo en este tipo de comercios automatizados?

A parte de la compra por impulso, en las tiendas automatizadas se acerca al usuario otro tipo de productos que por su variedad, calidad y cercanía los irá incorporando en su rutina como puede ser comprar un refresco, la comida de quinta gama lista para comer o

cuando necesito unos auriculares nuevos por que los míos se han roto.



Uno de los puntos claves para el éxito de las tiendas automatizadas es su ubicación. ¿Hasta qué punto puede marcar la diferencia en términos de atractivo para los clientes una ubicación de otra?

Si limitamos el concepto de una tienda automatizada a la ubicación, nos estamos equivocando. Son más los ingredientes para que una tienda tenga éxito.

Está la ubicación, pero eso no es más importante que la experiencia de compra, la seguridad o la gestión de la misma. La oferta de productos y su política de precios también es muy importante. Si alguno de estos elementos flojea, es cuando vamos a tener un problema de rentabilidad.

En el caso de las tiendas METRO24st, ¿cómo os aseguráis de mantener una oferta de productos diversos, atractivos y de calidad?

En METRO24st hacemos un trabajo de fondo con personal especializado, que se encarga de dar servicio a nuestras tiendas asociadas. Gracias a los datos que tenemos recogidos por nuestra telemetría, somos capaces de entender cuáles son los productos que más público tienen y los hábitos de consumo en cada una de las ubicaciones.

Además, contamos con una comunicación directa con nuestros usuarios a través de las redes sociales, donde nos hacen llegar sugerencias y nos informamos de las últimas tendencias.

“Próximamente, con la incorporación en las tiendas METRO24st de nuestra exclusiva app, podremos conocer con más detalle los hábitos de consumo de nuestros clientes, las ventas cruzadas que se realizan y saber cuáles son las necesidades de cada zona geográfica para poder hacer una oferta cada vez más personalizada a los clientes”.

La tecnología juega un papel fundamental en las tiendas METRO24st. ¿Podrías compartir con nosotros la tecnología que en ellas se utiliza y cómo mejoran la experiencia de usuario?

La tecnología tiene que estar al servicio de las necesidades del cliente. Insistimos que es el cliente el que manda, el que decide dónde deja su dinero para cubrir diferentes necesidades.

Como hemos mencionado antes, durante meses hemos estado trabajando para tener una aplicación que permita a los usuarios conectarse con nuestras tiendas y añadir mejores servicios, como tener más información acerca del producto que va a comprar, premiar su fidelidad con un sistema de puntos que le haga más económica su compra o un canal de comunicación para que cualquier incidencia o sugerencia pueda hacerla de una manera directa.

Además de las tiendas 24 horas tradicionales, ¿existen otros modelos de negocios o enfoques innovadores vinculados a las tiendas automáticas?

Cualquier comercio hoy en día es susceptible de adaptarse a una automatización. El vending no es solo vender café o chocolatinas. Hay muchos métodos para automatizar comercios y hacerlos más rentables e incluso más cercanos a las necesidades actuales de los usuarios.

Finalmente, ¿cómo vislumbra el futuro de las tiendas automáticas 24 horas? ¿Se prevé algún cambio significativo en el modelo de negocio en los próximos años?

En el momento que solucionemos el miedo a la seguridad, el objetivo será que el cliente pueda entrar en un comercio, recoger su producto y salir de él habiendo pagado de manera automática a través de su wallet virtual.

“Eliminar cualquier barrera física entre el producto y el consumidor, tanto física como de horario. Ese es el objetivo final.”

Fórum Coffee Festival convertirá a Barcelona en el epicentro del café



El Fórum Coffee Festival, el mayor evento dedicado a esta apasionante bebida en el país, abrirá sus puertas del 29 al 1 de octubre de este año, y espera recibir a más de 10.000 visitantes, entre profesionales del sector y amantes del café.



La Farga de l'Hospitalet, en Barcelona, se prepara para ser el epicentro del café en España durante el último fin de semana de septiembre y el primer día de octubre. El Fórum Coffee Festival, el mayor evento dedicado a esta apasionante bebida en el país, abrirá sus puertas del 29 al 1 de octubre de este año, y espera recibir a más de 10.000 visitantes, entre profesionales del sector y amantes del café.

Un nuevo evento que llega para emocionarnos con las posibilidades del café. Fórum Coffee Festival será la gran oportunidad para reunir a expertos de todas las áreas relacionadas con el café, desde productores, fabricantes de máquinas y distribuidores hasta baristas y aficionados.

La diversidad de actividades y la puesta a punto de novedades e innovaciones en el mundo cafetero que se plasmarán durante los tres días promete ofrecer una experiencia enriquecedora y apasionante para todos los asistentes.

Uno de los aspectos más destacados del Fórum son los concursos que se llevarán a cabo.

En lo que respecta a los concursos, los participantes competirán en diferentes categorías, como el mejor espresso home, -apostando por las nuevas demandas- el mejor cappuccino con bebida vegetal, la mejor receta de Café Bombón y la mejor fotografía relacionada con el café, entre otros.

Además, el Campeonato Nacional Barista Pro Fórum Café, en el que 16 finalistas competirán en siete disciplinas diferentes, será uno de los eventos más esperados del festival.

EL GRAN ESCAPARATE DE LAS TENDENCIAS EN CAFÉ

El evento también servirá como escaparate para las últimas tendencias y novedades en el sector del café. Más de 80 stands exhibirán una amplia gama de productos y servicios, desde máquinas de café y molinillos hasta vajilla y

productos de cafeterías especializadas. Los asistentes podrán explorar las últimas innovaciones y descubrir las opciones más actualizadas disponibles en el mercado.

Además, el Fórum Coffee Festival ofrecerá una variedad de talleres, masterclass y exhibiciones para aquellos que deseen aprender más sobre el café.

Desde demostraciones de cocina con café hasta técnicas avanzadas de Latte Art y la importancia del agua en los cafés especiales, los expertos compartirán su conocimiento y habilidades con los asistentes.

El apartado más profesional del festival, el Coffee Symposium, contará con destacados expertos internacionales que ofrecerán ponencias, mesas redondas y charlas sobre diversos temas relacionados con el café.

Desde casos de éxito en el sector hasta la relevancia de la formación y la sostenibilidad,



estos debates proporcionarán una visión completa del panorama actual del café.

UN ENCUENTRO PARA ENSALZAR AL CAFÉ EN SU MEJOR MOMENTO

El Fórum Coffee Festival nace de la mano del Fórum Cultural Café, una organización sin ánimo de lucro fundada en 1997 con el objetivo de promover y divulgar el consumo de café de calidad en España.

El festival coincide con la celebración de los 25 años de trayectoria de esta entidad, consolidándose como un encuentro que busca dar voz a todos los actores de la cadena de valor del café y acercar al público a la revolución que está experimentando este sector.

El café es una de las bebidas más populares en España, con un alto consumo diario por parte de los españoles. Sin embargo, en los últimos años se ha producido un aumento en la demanda de mayor calidad y variedad, lo que ha llevado a la sofisticación del mercado del café.

El Fórum Coffee Festival llega en el momento adecuado para ensalzar y destacar la importancia de esta apreciada bebida en la sociedad actual.

En cifras, el 83% de los españoles toman, al menos, 1 taza de café al día; pero no solo se consume mucho café, sino que en su mayoría, ese consumo se trata de un acto social, puesto que el 78% de los consumidores asegura tomar café con amigos, en familia o con compañeros de trabajo -o teletrabajo, a través de reuniones telemáticas-.

Frente a ello, Yolanda Bolaños, directora del Fórum Coffee Festival y del Fórum del Café, destaca la importancia de celebrar este evento este 2023. "Fórum Coffee Festival es un festival pensado para dar voz a todos los actores de la cadena de valor del café. Queremos acercar al consumidor a la vanguardia de la revolución del sector del café en la bebida y en la gastronomía, que conozcan su historia, variedades, calidades, procesos y servicio. Por ello, queremos que el Festival sea la imagen más

completa posible de la actualidad del sector", subraya.

Así, Fórum Coffee Festival promete ser un evento imprescindible para todos aquellos que aman y se dedican al mundo del café. Con su amplio programa de actividades, concursos, exposiciones y debates, este festival se presenta como una oportunidad única para descubrir las últimas tendencias, aprender de expertos y disfrutar de la pasión por el café en un entorno dinámico y emocionante.

📍 **Dónde:** La Farga de l'Hospitalet. C/ Barcelona, 2 (L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona)

📅 **Cuándo:** Viernes 29 de septiembre, sábado 30 de septiembre-domingo 1 de octubre

🎟 **Qué:** Exposición, catas, symposium, máquinas, campeonatos, workshops, talleres, concursos...

🌐 **Web:** <https://www.forumcoffeefestival.com/>



Las **múltiples formas** y fórmulas del **café** en escena

¿UN CAFÉ “LATTE” PARA EL PRIMER PREMIO? ESTE AÑO VUELVE LA HISTÓRICA SIC - SEMANA INTERNACIONAL DEL CAFÉ, EN LA QUE LOS PRINCIPALES ACTORES DE TODA LA CADENA DE SUMINISTRO PRESENTAN SUS INNOVACIONES Y REGRESAN LOS CONCURSOS NACIONALES E INTERNACIONALES

El café es una pasión no solo porque es la bebida caliente más popular del mundo, sino porque es, casi con total seguridad, la que ha experimentado las evoluciones más interesantes en los últimos años, como demuestran los numerosos eventos que se organizarán durante este año, con especial mención al World of Coffee Athens o el Milano Latte Art Challenge, el concurso profesional que llega a su quinta edición creado por Trismoka.

Este último, se trata, de hecho, del desafío definitivo para los artistas del Latte Art, en el que competirán doce de los mejores baristas del mundo.

Nueve disciplinas, empezando por formas sencillas y tradicionales y subiendo gradualmente a figuras y técnicas cada vez más complejas, desde la clásica “hoja” hasta el grabado y el diseño libre. ¿El campeón a batir? El coreano Um Paul, actual poseedor del título.

También destacan en el programa las

citas en colaboración con ALTOGA - Asociación Nacional de Tostadores e Importadores de Café y Mayoristas de Alimentación.

Tres citas ineludibles en colaboración con AICAF - Academia Italiana de Maestros del Café. Tras el éxito de 2021, vuelve Coffee Addition, el original formato “itinerante” comisariado por Gianni Cocco, maestro cafetero con dos Guinness World Records en su haber.

El Desafío Moka 2023 tiene por objeto recompensar a quienes puedan extraer el mejor café utilizando el método “Moka”. ALTOGA también trabaja en colaboración con Latte Art Grading System para THE LAGS BATTLE y THE WLAGS BATTLE (Campeonato Mundial del Sistema): uno de los más importantes circuitos del mundo en el sector de las competiciones de latte art, que cuenta con miles de baristas certificados en más de 50 países del mundo.



En el marco de la SIC tendrá lugar el octavo Gran Premio de Cafetería Italiana, que pondrá a prueba a los competidores con un desafío cronometrado, es decir, preparar en 13 minutos dos capuchinos, dos espressos y dos bebidas frías a base de café

CRECIMIENTO BAJO EL SIGNO DE LA CALIDAD

Algunas de las macro tendencias que han caracterizado la última década en la producción y el consumo de café se confirman y continúan este año.

Así se desprende del Informe y Perspectivas del Café Abril 2023 de HostMilano, el informe bienal que ofrece un panorama actualizado con base en una nueva metodología de la producción, el consumo y las perspectivas para las temporadas cafetaleras 2021/2022 y 2022/2023.

En concreto, se observan altos volúmenes de café producidos en Brasil -con un crecimiento del 10% respecto al año pasado-, en Vietnam y Colombia, los tres líderes mundiales, y un crecimiento continuado en Honduras y Uganda, dos países que han aumentado mucho la inversión en producción de café en los últimos años.

Y según los productores de la comunidad de especialidades, cabe destacar la proliferación de procesos experimentales de postcosecha, como las diversas variantes del método "miel", que combina elementos del beneficiado



en seco con los del método húmedo, y el interés por el Robusta fino de países que tradicionalmente cultivan Arábica.

Las cifras relativas a las cantidades de café producidas reflejan un crecimiento de su consumo en todo el mundo, con especial atención

a Asia y Oriente Medio. En Italia se mantiene en general estable, pero aumenta la demanda de cafés especiales y de alta calidad, sobre todo entre los jóvenes de la Generación Z, que quieren encontrar una bebida ética, sostenible y trazable en sus tazas.

El *futuro del café*: tendencias, expectativas y retos logísticos



Según los expertos del café de la SCA, muchas de las tendencias que hemos seguido en el café en los últimos años -diversidad en las preferencias de sabor, interés por la sostenibilidad o los atributos éticos, aumento del consumo doméstico y nuevos enfoques de las ofertas de conveniencia- continúan creciendo. El Simposio Re:co de la SCA ofrece una radiografía del café de alta calidad actual, que cada vez cuenta con mayor aceptación entre los consumidores. Celebrado en Portland el pasado mes de abril, la conferencia esclareció hacia dónde se dirige el café de especialidad, así como los retos y oportunidades que aparece.

Todo ello lo traslada Jenn Rugolo, directora de comisariado de la SCA, la Asociación de Cafés de Especialidad, quien explica a Host Milano el trabajo que está realizando la asociación. Un trabajo e investigaciones que trasladará a la propia Host Milano 2023, la feria dedicada a la industria de la restauración automática y el sector horeca.

Host Milano 2023, celebrada bianualmente, tendrá lugar del 13 al 16 de octubre de este año, en el habitual Rho Fiera Milano (Milán).

"Empezamos a acercarnos a los puntos de vista más amplios -cómo las próximas generaciones podrían relacionarse con el café y las ideas sobre "valor" y "calidad"- hasta una visión más centrada del café. Explor-

ramos algunos de estos cambios en el espacio minorista, donde un público cada vez más diverso, junto con la demanda de los consumidores de productos únicos-para-mí (Miranda Caldwell) y 'atributos de equidad' (Mel Bandler) están empezando a cambiar el paisaje literal y metafórico de la venta minorista de café en todo el mundo. También abordamos la cuestión de una norma de identidad del café verde, ofrecemos una visión de las opciones de café frío que están a la vanguardia de la ampliación de la base de consumidores de café y exploramos la creciente diversidad del uso del café en los bienes de consumo envasados y en las opciones listas para beber", detalla Rugolo para Host Milano.

LAS TENDENCIAS DEL CAFÉ DE ESPECIALIDAD

Muchas de las tendencias que se han seguido en el café en los últimos años -diversidad en las preferencias de sabor, interés por la sostenibilidad o los atributos de "justicia", aumento del consumo doméstico y nuevos enfoques de las ofertas de conveniencia- mantienen su crecimiento.

En concreto, y en la mayoría de modelos de negocio, la tendencia principal se mueve hoy por el valor personal y de identidad que los consumidores reflejan a la hora de elegir un café u otro -el formato, el sabor o el momento-. Expertas del café como Andrea Hernández, de Snaxshot, identifica este fenómeno como "snax-as-signaler".

Otra forma de ver esto -como plantearon otros dos ponentes de Re:co, Bill Durant y Mel Bandler- sería que los consumidores también entienden sus elecciones como una forma de contribuir al futuro que desean ver (es decir, hacer elecciones más "conscientes" como una forma de aportar a realidades como las del cambio climático).

EXPECTATIVAS DE PRODUCCIÓN PARA 2023

El Informe y Perspectivas del Café Abril 2023, realizado por la Organización Internacional de Café, presenta una serie de previsiones y expectativas en torno a la producción del oro negro.

Enmarcado en los ejercicios 2021/2022 y 2022/2023, el informe recoge que, en efecto, se mantendrán algunas de las macro tendencias de la última década en 2023; incluyendo altos volúmenes de producción de Brasil, Vietnam y Colombia (los líderes a nivel mundial) y el crecimiento continuo de Honduras y Uganda, que



son dos países que han aumentado drásticamente su inversión en la producción de café en los últimos años y se han convertido en potencias regionales.

Otras tendencias a destacar en la producción de cafés especiales son la proliferación de procesos experimentales de poscosecha y el interés por los Robusta especiales de países que tradicionalmente han cultivado Arábica.

CAMBIO CLIMÁTICO Y DESAFÍOS LOGÍSTICOS: ¿EN QUÉ PUNTO SE HALLA EL SECTOR?

Ambas realidades son grandes retos -y estructurales-; no obstante, desde la SCA estiman que también son oportunidades para crear nuevos enfoques/modelos o encontrar solucio-

nes innovadoras.

En cuanto a la logística, hay buenas noticias: parte de la presión que sufrieron las cadenas de suministro de café en 2020 ha disminuido y el café se mueve por el mundo con más fluidez en la actualidad.

Aunque también hay que tener en cuenta que, a pesar de que los retos del transporte hayan disminuido, la presión financiera se ha intensificado, lo que significa que los comerciantes y compradores tienen dificultades para comprometerse con volúmenes y calidades de café que representen algún tipo de riesgo inusual para sus empresas.



Servicio de activos en punto de venta



Servicio integral⁺ en la
gestión de activos en el
punto de venta

www.seractive.com

Los **precios del café** se disparan tras la **disminución de las exportaciones**



Este aumento en los precios del café se puede atribuir a varios factores, incluyendo la disminución de las exportaciones y los cambios en la dinámica del mercado. Profundicemos en los aspectos más destacados y las tendencias observadas en la industria del café durante este período.

El mercado global del café experimentó un notable repunte en abril de 2023, con precios en alza y una reducción en las exportaciones. El Índice Compuesto de Precios de la OIC (I-CIP, por sus siglas en inglés) registró un sólido crecimiento del 5,0% durante el mes, alcanzando un promedio de 178,57 centavos de dólar por libra.

MOVIMIENTO DE PRECIOS E INDICADORES DE MERCADO

En abril de 2023, tal y como recoge la OIC, todos los indicadores del grupo registraron un aumento en los precios promedio. En particular, los Robustas experimentaron un significativo incremento del 8,7%, alcanzando un promedio de 115,70 centavos de dólar por libra.

Además, la diferencia entre los Colombian Milds y Other Milds mostró un crecimiento resistente, aumentando un 84,3% hasta alcanzar los 5,30 centavos de dólar por libra. La volatili-

dad intradiaria del I-CIP se mantuvo relativamente estable, con un ligero incremento de 0,6 puntos porcentuales entre marzo y abril, alcanzando el 8,7%.

DESEMPEÑO DE LAS EXPORTACIONES Y EXISTENCIAS

Las exportaciones globales de café en grano verde en marzo de 2023 experimentaron una disminución del 9,6%, totalizando 10,90 millones de sacos en comparación con el año anterior.

Esta disminución se puede atribuir a una combinación de factores, como el clima, razones sociopolíticas y fluctuaciones estacionales que afectan a diferentes regiones y orígenes.

Especialmente, los envíos de Other Milds disminuyeron un 17,1%, mientras que las exportaciones de Brazilian Naturals cayeron un 13,5%.

Por otro lado, Asia y Oceanía experimentaron un ligero aumento del 0,2% en las exportaciones de café, mientras que Sudamérica y África sufrieron caídas del 17,3% y 5,0%, respectivamente.

TENDENCIAS REGIONALES

En marzo de 2023, las exportaciones de todas

las formas de café de México y América Central experimentaron una disminución del 15,4%, mientras que las exportaciones de café soluble disminuyeron un 6,5%.

Sin embargo, las exportaciones de café tostado mostraron un crecimiento positivo del 5,9%, reflejando una preferencia cambiante de los consumidores hacia esta forma de café.

PERSPECTIVAS DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO

La producción mundial de café experimentó una ligera disminución del 1,4% en el año cafetero 2021/22, alcanzando los 168,5 millones de sacos. Sin embargo, se proyecta un repunte en el próximo año cafetero (2022/23) con un aumento del 1,7%, llegando a una producción estimada de 171,3 millones de sacos.

En términos de consumo, el mercado del café mostró un crecimiento, con un aumento del 4,2% a 175,6 millones de sacos en el año cafetero 2021/22.

Se espera que esta tendencia positiva continúe, con un aumento del 1,7% en la producción estimada. Se espera que esta tendencia positiva continúe, con un consumo proyectado de 178,5 millones de sacos en el próximo año cafetero.

Iryo y Air Europa unen fuerzas para ofrecer viajes combinados de tren y avión: ¿oportunidad para servicios unattended?



Un nuevo proyecto multimodal promete cambiar la forma en que los viajeros se desplazan entre Europa y América. Iryo, la compañía de transporte ferroviario de alta velocidad, ha anunciado su colaboración con Air Europa para ofrecer trayectos combinados de tren y avión en un único billete. Este acuerdo, que se espera se materialice antes de que finalice el año, reforzará la conectividad y permitirá una experiencia de transporte más completa y sostenible para los clientes.

El CEO de Iryo, Simone Gorini, junto con Jesús Nuño De la Rosa, representante de Air Europa, firmaron este acuerdo a bordo de uno de los 20 Frecciarossa, los trenes de alta velocidad de Iryo. Con esta alianza, Iryo busca fortalecer su conectividad tanto dentro de Europa como hacia América, brindando a los pasajeros una opción conveniente y eficiente para viajar entre continentes.

El concepto de trayectos combinados de tren y avión en un solo billete permitirá a los viajeros disfrutar de una experiencia fluida y sin complicaciones. Los pasajeros podrán reservar un único billete que cubra el trayecto desde su punto de origen hasta su destino final, con conexiones integrales entre el tren y el avión.

Esta integración multimodal facilitará los desplazamientos y reducirá el estrés de tener que gestionar diferentes reservas y horarios.

Además, Iryo tiene planes ambiciosos para mejorar aún más la experiencia de viaje de sus pasajeros, movimiento al que ya se sumaba la implementación de restauración automática en su nueva generación de trenes de alta velocidad, incluyendo máquinas automáticas en su vagón cafetería. Una nueva concepción que permite a los viajeros disfrutar de una amplia gama de opciones de comida y bebida durante su trayecto, ofreciendo comodidades y conveniencias adicionales.

La colaboración entre Iryo y Air Europa representa un paso impor-

tante hacia la creación de un sistema de transporte más integrado y sostenible.

Al combinar la eficiencia y velocidad de los trenes de alta velocidad con la conectividad global de los vuelos de Air Europa, los viajeros podrán disfrutar de una experiencia de transporte más completa, reduciendo al mismo tiempo su huella de carbono.

Las máquinas automáticas de Iryo en los trenes de alta velocidad ofrecen comodidad y conveniencia, necesitan a los viajeros acceso a alimentos y bebidas de manera rápida y sencilla.

Los pasajeros podrán elegir entre una selección de platos preparados, refrigerios saludables, bebidas refrescantes y otros productos, todo ello al alcance de su mano.

Esta innovadora forma de restauración automática en los trenes de alta velocidad no solo mejora la experiencia de viaje de los pasajeros, sino que también tiene beneficios adicionales.

Al eliminar la necesidad de servicios de catering tradicionales, se reducen los tiempos de espera y se optimiza el espacio disponible en los vagones.

Además, esta solución se alinea con las tendencias actuales de ofrecer opciones de comida rápida y saludable, brindando a los viajeros la posibilidad de disfrutar de platos preparados frescos y nutritivos durante su viaje.

La incorporación de máquinas automáticas de restauración en los trenes de alta velocidad representa un paso adelante en la búsqueda de una experiencia de viaje más completa y satisfactoria. Iryo está a la vanguardia de esta tendencia, reconociendo la importancia de brindar opciones gastronómicas de calidad a los pasajeros y adaptándose a las necesidades y preferencias actuales.

Así, esta nueva colaboración entre Iryo y Air Europa no solo facilitará los trayectos combinados de tren y avión, sino que también elevará la experiencia de viaje al ofrecer restauración automática en los trenes de alta velocidad, aumentando la posibilidad de nuevos modelos de negocio basados en la restauración y distribución automáticas.

Rhea Apliven amplía su presencia en España con la inauguración de su nueva sede en Madrid

La reconocida empresa ha anunciado con entusiasmo la apertura de su nueva sede en Getafe, Madrid, que ya está operativa desde este lunes, 5 de junio. Esta expansión estratégica fortalecerá las capacidades de Rhea Apliven y permitirá brindar un mejor servicio y más cercano a sus clientes en la región.

Rhea Apliven acaba de anunciar la apertura de su nueva sede en Getafe, un centro industrial situado a las afueras de Madrid, con el objetivo de aumentar la cobertura geográfica para mejorar aún más el servicio al cliente y responder a la creciente demanda de innovación en coffee breaks.

La compañía ya está presente en el mercado español, en Barcelona, desde 2021, y con una oficina también en Madrid, Rhea Apliven pretende aumentar su compromiso e inversión en el mercado ibérico en un momento de desarrollo de la distribución automática en los sectores del vending, ho.re.ca y OCS.

“La nueva ubicación se encuentra en una posición estratégica para seguir más de cerca a nuestros clientes y desarrollar aún más nuestra presencia en el norte de España y Portugal. Tras el nacimiento de Rhea Apliven a finales de 2021, fruto de la fusión entre Rhea Vendors Group y Apliven, con esta nueva operación confirmamos nuestro posicionamiento como empresa líder en el sector del vending y nuestra voluntad de seguir invirtiendo en el mercado ibérico”, comenta César Ouro, CEO de Rhea Apliven

La oficina de Rhea Apliven en Getafe alberga algunas de las funciones más importantes de la empresa, incluyendo la división comercial y de atención al cliente. El edificio, de 400 m2, se diseñó con el objetivo de combinar innovación y sostenibilidad en beneficio del impacto sobre el medio ambiente y el bienestar de los empleados.



La nueva sede se encuentra estratégicamente ubicada en la Calle Progreso 2, Local 5, en Getafe, Madrid. Con instalaciones modernas y funcionales, la compañía espera ofrecer un entorno acogedor y profesional para recibir a sus visitantes y clientes.

Para celebrar esta importante apertura, Rhea Apliven invita cordialmente a todos sus clientes, colaboradores y socios a visitar sus nuevas instalaciones en Getafe. Además, han expresado su deseo de compartir un momento ameno con una taza de café y estrechar lazos comerciales.

Los detalles de contacto de la nueva sede en Getafe son los siguientes: Dirección: Calle Progreso 2, Local 5, 28906 – Getafe (Madrid). Teléfono: 91 601 19 60. El horario de atención será de lunes a jueves, de 8:00 a 14:00 y de 15:00 a 17:00, y los viernes de 8:00 a 14:00.

Con esta apertura, Rhea Apliven busca consolidar su posición en el mercado español y reafirmar su compromiso con sus clientes al proporcionar un servicio más accesible y eficiente.

La empresa confía en que la nueva sede en Madrid contribuirá al crecimiento y éxito continuo de su negocio.

“Con Getafe, el número de filiales de Rhea que operan en 9 países de todo el mundo pasa a ser de 11. La apertura de un nuevo local en España demuestra nuestro compromiso continuo de apoyar a los clientes para que disfruten de una experiencia de café innovadora, de calidad, de diseño y sostenible. Para Rhea, garantizar el más alto y preciso nivel de servicio es una prioridad, y la inversión de la segunda oficina española contribuye a mantener este importante objetivo.” comentó Andrea Pozzolini CEO de Rhea.



**your
best
break
.com**



Sabes que en nuestros
distribuidores puedes encontrar...



Los mejores cafés seleccionados,
ecológicos y de comercio justo



Tu **zona de descanso** es **mucho más** que una **máquina de vending**

En la actualidad, las empresas están reconociendo la importancia de crear espacios de descanso y re-conexión para sus empleados. La break area, o área de descanso, se ha convertido en un elemento fundamental para promover el bienestar y la satisfacción de los trabajadores. Pero ¿qué pasaría si pudieras llevar esta idea al siguiente nivel?

Entra en escena la integración de distribuidores automáticos en las instalaciones corporativas. Esta propuesta innovadora busca transformar los ambientes de trabajo a través de proyectos de diseño que generan espacios originales, modernos y acogedores.

Ya no se trata solo de tener una máquina de vending tradicional, sino de crear un entorno que promueva el descanso, la relajación y la interacción social entre los empleados.

Un ejemplo destacado de esta tendencia lo encontramos en las creaciones de IVS Ibérica, una de las compañías operadoras de mayor

calado en nuestro país, quienes hacen realidad auténticos espacios dedicados por y para el bienestar del trabajador, en los que reina la distribución automática por su eficacia y potencial de servicio; zonas implementadas con micromarkets que hacen hincapié en la cultura del café para ofrecer a la plantilla una auténtica experiencia Premium sin salir de su oficina o coworking.

Sin ir más lejos, en la estación Gare de Lyon del Metro de París, sus compañeros de IVS France han diseñado un break area en el que el diseño y la innovación invaden la escena. Este espacio se ha convertido en un oasis para los viajeros y empleados, ofreciendo muchas más opciones sencillas de comida y bebida.

Con un diseño cuidadosamente pensado, se ha logrado crear un ambiente acogedor y atractivo, que invita a tomar un descanso y disfrutar de un momento de tranquilidad en

medio del ajetreo diario.

En efecto, la clave está en la personalización, en el "hecho a medida". Y es que IVS Ibérica cuenta con un equipo de expertos listo para ayudarte a transformar tus instalaciones en un espacio único y funcional que se adapte a las necesidades de tu organización.

Ya sea que desee un espacio de descanso elegante y destacado o una opción más informal y divertida, pueden diseñar un proyecto a medida que refleje la cultura y los valores de su empresa.

No subestimes el poder de un espacio de descanso bien diseñado. Una break area adecuada no solo mejora la calidad de vida de los empleados, sino que también fomenta la productividad y el sentido de pertenencia. Además, ofrece un espacio propicio para el intercambio de ideas y el fortalecimiento de las relaciones laborales.

Para aquellos que estén dispuestos a llevar el área de descanso al siguiente nivel, IVS Ibérica pone al alcance su formulario de contacto o teléfono para poder convertir ese espacio en un lugar que inspire y eleve la experiencia.

El **servicio técnico** en la **distribución automática**: clave para el **éxito empresarial**



En el mundo de la distribución automática, donde las máquinas expendedoras desempeñan un papel fundamental, el servicio técnico juega una posición crucial. A menudo pasa desapercibido, pero es esencial para garantizar el correcto funcionamiento de las máquinas, la satisfacción de los clientes y el éxito de las empresas que operan en un sector en constante crecimiento.

Las máquinas automáticas se han convertido en una solución conveniente y accesible para satisfacer las necesidades de consumo de una amplia gama de productos, desde bebidas y snacks hasta alimentos frescos y artículos de conveniencia.

Estas máquinas funcionan las 24 horas del día, los 7 días de la semana, lo que implica que cualquier problema técnico puede surgir en cualquier momento.

Es en este punto donde entra en juego el servicio técnico. Así, como os explicamos en nuestra nueva sección sobre servicio técnico, que puedes leer clicando aquí, un buen servicio

técnico no solo se encarga de la reparación de las máquinas cuando se producen averías, sino que también desempeña un papel preventivo importante.

Los técnicos están capacitados para llevar a cabo un mantenimiento regular de las máquinas, lo que ayuda a prevenir problemas futuros y a garantizar su buen funcionamiento a largo plazo.

LA NUEVA SECCIÓN LA PUEDES ENCONTRAR DENTRO DE LA SECCIÓN "DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA", QUE APARECE COMO PRINCIPAL EN NUESTRA HOME.

VENTAJAS DE APOSTAR POR UN BUEN SERVICIO TÉCNICO

Uno de los beneficios más destacados de contar con un buen servicio técnico en la distribución automática es la prevención.

El mantenimiento adecuado y una pronta resolución de las averías permiten maximizar la vida útil de las máquinas, reducir los costes de reparación y minimizar el tiempo de inactividad.

Esto se traduce en una mayor rentabilidad para las empresas, ya que pueden evitar pérdidas de ventas y gastos adicionales imprevistos.

Además de los beneficios económicos, un servicio técnico eficiente también se traduce en la satisfacción del cliente.

Cuando una máquina presenta un problema técnico, los consumidores pueden sentirse frustrados y buscar alternativas, lo que resulta en pérdida de ventas para las empresas.

Un servicio técnico rápido y efectivo permite resolver los problemas de manera oportuna, minimizando la interrupción del servicio y asegurando la satisfacción de los clientes.

Asimismo, la reputación de las empresas del sector se ve reforzada por un servicio técnico confiable y eficiente. Los clientes valoran la disponibilidad de las máquinas y la calidad del servicio, mientras que los proveedores confían en que sus productos serán correctamente exhibidos y entregados al consumidor final.

En un entorno cada vez más competitivo, contar con un servicio técnico eficiente se ha convertido en un factor clave para destacar en el mercado de la distribución automática.

No solo asegura el correcto funcionamiento de las máquinas, sino que también permite a las empresas operar en otros aspectos del negocio, sabiendo que cuentan con un equipo que vela por el buen estado y mantenimiento de sus activos.

Una empresa que se destaca en este ámbito es SERACTIVE, división de CIL GROUP, dedicada exclusivamente a la gestión integral de activos en el punto de venta. Su servicio de asistencia técnica (SAT) a nivel nacional, respaldado por aplicaciones informáticas y un Call Center propio, ofrece una solución completa y personalizada.

La propuesta de valor de SERACTIVE se enfoca en las necesidades de sus clientes, brindando un servicio técnico especializado, gestión y control de los activos a través de una base de datos, sistemas de información adaptados y una filosofía de economía circular para maximizar la vida útil de los activos. Pero, sobre todo, su mayor capital es su equipo humano altamente capacitado.





Quality Espresso obtiene la **certificación ISO 14001** del Sistema de Gestión Ambiental

La compañía Bureau Veritas ha otorgado a Quality Espresso la certificación del Sistema de Gestión ISO 14001 que confirma que se ha establecido sistema efectivo para identificar, controlar y reducir el impacto ambiental de sus actividades, productos y servicios.

Esta certificación es un paso más en el plan de eficiencia energética y sostenibilidad de Quality Espresso que engloba los siguientes pilares:

Procurar que los componentes de las máquinas de café espresso que fabrica sean reciclables y orientados a la economía circular para lograr reducir tanto el consumo de materias primas como la producción de residuos

La eficiencia energética aplicada en el funcionamiento de sus máquinas de café y molinos que fabrica para conseguir una reducción del consumo de energía y mejorar la fiabilidad.

Quality Espresso ha realizado una fuerte inversión en su fábrica ubicada en Barcelona incorporando nuevas líneas de montaje y nuevos embalajes más respetuosos con el medioambiente

Se dispone de un estricto protocolo de gestión de

los residuos industriales para minimizar al máximo el impacto medioambiental de la actividad industrial

En las instalaciones de Quality Espresso se han instalado placas fotovoltaicas que permiten generar energía de origen 100% renovable para consumo propio y que contribuyen a reducir las emisiones de CO2 a la atmósfera

La compañía dispone de un protocolo de gestión medioambiental de obligado cumplimiento por parte de los proveedores

Porque la prevención es la mejor práctica, se ha elaborado un manual de buenas prácticas medioambientales para la reducción del consumo energético, así como el consumo de agua y la gestión de los residuos en las oficinas

Para llevar un control más preciso del impacto medioambiental de la actividad, Quality Espresso está trabajando para realizar el cálculo global como empresa de la Huella de Carbono generada por nuestra actividad (GEH). Un proyecto que está previsto que se inicie en el tercer trimestre de 2023

Desde la compañía manifiestan que la obtención de la certificación ISO 14001 es solo el principio para mantener y mejorar continuamente su sistema de gestión ambiental con el objetivo de dejar un planeta mejor para las próximas generaciones.

Azkoyen, premiada en Reino Unido por su compromiso con la sostenibilidad y la innovación



Grupo Azkoyen, empresa destacada en la distribución automática, ha sido galardonada en el Reino Unido por su compromiso con la sostenibilidad y la innovación. El premio Vendies 2023 reconoció específicamente el equipo más sostenible, que fue otorgado a la máquina Neo Q de la compañía, la destacada máquina de fuente de agua y café 2 en 1.

La máquina Neo Q de Grupo Azkoyen ha sido elogiada por su capacidad para fomentar la sostenibilidad en diversos entornos, como lugares de trabajo, centros de ocio y gimnasios.

Esta máquina promueve el uso de tazas propias o botellas, reduce así el consumo de vasos desechables y fomenta prácticas más respetuosas con el medio ambiente.

Un reconocimiento que se suma al IF Design Award, otro prestigioso premio que la solución de distribución automática había recibido recientemente en el campo del diseño.

Los Vendies 2023 son galardones de la industria del Office Coffee Service & Vending en el Reino Unido, que constatan el éxito, la innovación y la tecnología de las empresas del sector.

En un evento especial, se destacó la entrega de los premios, donde se destacó el trabajo realizado por las empresas de la industria y se brindó a los asistentes la oportunidad de establecer contactos con los principales actores del sector.

Además del premio al 'Equipamiento más Sostenible', Azkoyen también fue reconocido en otras dos categorías en los Vendies 2023.

La innovadora tecnología Easy Milk, que transforma la leche deshidratada y la reconstituye con la misma calidad que la leche fresca, recibió un reconocimiento en la categoría de 'Mejor Innovación en Máquinas'. Este premio destaca el compromiso de Grupo Azkoyen con la investigación y el avance tecnológico en su industria.

Asimismo, la página web de Coffetek, la marca del grupo en el Reino Unido, también recibió reconocimiento. El nuevo sitio web, recientemente actualizado, se enfoca en brindar una sólida experiencia de usuario y refleja los valores de la compañía; proporcionando a los clientes un acceso sencillo a información relacionada con los productos y soporte técnico.

Estos reconocimientos en los Vendies 2023 destacan el compromiso de Grupo Azkoyen con la sostenibilidad, la innovación y la excelencia en su industria.

La empresa sigue demostrando su posición estratégica al desarrollar productos y soluciones que satisfacen las necesidades de sus clientes y contribuyen a un futuro más sostenible.



Ingresa al ecosistema Nebular: múltiples opciones de pago, reembolsos, bonus, actualizaciones de firmware y mucho más desde una sola plataforma.
Obtenga más información en www.nebular.online

Productos proteicos: el *must* de las máquinas expendedoras

Importantes compañías operadoras del sector ya están incluyendo en su oferta diferentes referencias de productos con un alto índice de proteínas.

En la búsqueda de una alimentación más saludable y equilibrada, cada vez más personas están optando por opciones ricas en proteínas. Estos nutrientes esenciales desempeñan un papel fundamental en el crecimiento y mantenimiento de nuestros cuerpos.

En este contexto, la distribución automática ha surgido como una oportunidad prometedora para ofrecer productos con alto valor protegido de manera conveniente y accesible.

A lo largo del artículo, exploraremos la creciente popularidad de estos alimentos y cómo su incorporación en las máquinas expendedoras puede beneficiarse tanto a los consumidores como a los empresarios.

EL AUMENTO DE LOS ALIMENTOS RICOS EN PROTEÍNAS

Durante últimos años, hemos sido testigos de un creciente interés en la salud y el bienestar, lo que ha llevado a una mayor conciencia sobre la importancia de una alimentación equilibrada.

Como resultado, cada vez más personas, incluidas atletas, personas que siguen dietas específicas y aquellos que buscan mantener una vida activa y saludable, están buscando formas convenientes de incorporar proteínas en sus rutinas diarias.

Especial mención a los productos de suplementación, que, más allá de ser una opción para aquellos que entrenan, la moda fitness ha traspasado barreras y se ha convertido en un *must* en los hábitos de consumo de multitud de perfiles.

Además de su función básica de construcción y reparación de tejidos, las proteínas también desempeñan un papel crucial en la regulación de los procesos metabólicos y el sistema inmunológico.

LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA COMO OPORTUNIDAD DE VENTAS

La distribución automática ha evolucionado considerablemente en los últimos años; ya no



se limita a vender solo bebidas y productos poco saludables.

Las máquinas automáticas modernas están equipadas para ofrecer opciones más variadas y nutritivas. La inclusión de alimentos ricos en proteínas en estas máquinas es una respuesta a la creciente demanda de productos saludables por parte de los consumidores.

La distribución automática de alimentos ricos en proteínas presenta una serie de ventajas tanto para los consumidores como para los empresarios. Para los consumidores, la conveniencia es la clave.

Las máquinas expendedoras ofrecen opciones nutritivas las 24 horas del día, los 7 días de

la semana, lo que es especialmente mejorada para aquellos con horarios ocupados o que no tienen acceso a comidas saludables en su entorno.

Asimismo, estas máquinas ya son capaces de brindar información nutricional clara y detallada sobre los productos, lo que ayuda a los consumidores a tomar decisiones informadas.

Para los empresarios, la distribución automática de alimentos ricos en proteínas representa una oportunidad de negocio atractiva. La creciente demanda de productos saludables y convenientes brinda la posibilidad de aumentar las ventas y ampliar el alcance de la distribución.

Así, al ofrecer una variedad de opciones

proteicas, las máquinas pueden adaptarse a diferentes preferencias y necesidades dietéticas de los consumidores, lo que aumenta

IVS IBÉRICA IMPLEMENTA PRODUCTOS PROTEICOS EN SUS DISPENSADORES AUTOMÁTICOS

La irrupción de alimentos ricos en proteínas en la alimentación diaria ha cambiado la forma en que las personas se alimentan. La distribución automática, con su comodidad y disponibilidad constante, se ha convertido en un canal valioso para satisfacer la creciente demanda de opciones proteicas saludables.

Al implementar productos más proteicos en las máquinas expendedoras, se brinda a los consumidores una opción conveniente y accesible, al tiempo que se abre una oportunidad de negocio lucrativa para los empresarios.

Y precisamente, bajo esa premisa, opera IVS Ibérica, compañía destacada en el mundo de la distribución automática.

Teniendo presente que la irrupción en la alimentación de productos con un alto valor en proteínas es todo un hecho, el grupo operador, en ese afán por adaptarse constantemente a las tendencias que marca el mercado, ya dispone en su catálogo de algunas referencias de productos con un alto índice de proteínas, como son los de la marca Weider.



Una distribución automática accesible para todos



Rheavendors, reconocida empresa fabricante de soluciones para la distribución automática, presenta su nueva gama de máquinas, rhFS, que brinda una experiencia accesible y cómoda para todos los usuarios. Con un enfoque en la accesibilidad, Rheavendors Apliven ha diseñado estas máquinas para garantizar la facilidad de uso sin comprometer la estética ni la funcionalidad.

La importancia de contar con máquinas expendedoras accesibles como las de la nueva gama rhFS de Rheavendors Apliven radica en promover la inclusión y facilitar la participación plena de todas las personas, independientemente de sus habilidades físicas.

Estas máquinas están diseñadas pensando en la comodidad y accesibilidad de todos los usuarios, lo que las convierte en una herramienta valiosa en diferentes entornos, como espacios públicos, oficinas o lugares de estudio.

En primer lugar, la accesibilidad en las máquinas permite que personas con discapacidades motoras puedan utilizarlas de manera autónoma y sin dificultades. Al ubicar los con-

troles y paneles a una altura adecuada, Rheavendors ha facilitado que estas personas puedan realizar selecciones y disfrutar de las opciones disponibles sin necesidad de asistencia externa.

Asimismo, una distribución automática accesible fomenta la inclusión social al proporcionar a todas las personas la oportunidad de disfrutar de bebidas y snacks de manera equitativa. Al diseñar los componentes, como el área de tazas, a una altura cómoda y accesible, Rheavendors ha eliminado barreras físicas que podrían haber excluido a ciertos individuos de disfrutar de estas comodidades.

Además, es importante destacar que la accesibilidad no solo beneficia a las personas con discapacidades, sino que también mejora la experiencia general de todos los usuarios.

Un diseño simplificado y una disposición ergonómica de los elementos hacen que las máquinas sean más fáciles y rápidas de usar para todos. Esto agiliza el proceso de selección y evita posibles frustraciones o demoras, lo que resulta beneficioso tanto para los usuarios como para los propietarios de los establecimientos donde se encuentran ubicadas.

En lo que respecta al modelo de la compañía, una de las características destacadas de las máquinas rhFS es el control de panel, estra-

tégicamente ubicado a una altura de 1170 mm para asegurar un fácil acceso a personas con diferentes habilidades motoras. Esta posición facilita la navegación y selección de opciones disponibles, brindando a los usuarios una experiencia fluida y sin dificultades.

Rheavendors ha trabajado en el diseño del área de tazas, ampliándola y colocándola a una altura cómoda de 970 mm.

Esto permite un acceso sencillo para que los usuarios puedan recoger su taza y disfrutar de su bebida favorita sin restricciones. La incorporación de una cubierta estética no solo protege la máquina, sino que también se integra de manera armoniosa con el diseño general, brindando un aspecto atractivo y sofisticado.

En ese sentido, las máquinas expendedoras accesibles, como las de la nueva gama rhFS de Rheavendors, desempeñan un papel importante en la promoción de la inclusión y la igualdad de oportunidades. Su diseño pensado en la accesibilidad y la comodidad de todos los usuarios, sin comprometer la estética o funcionalidad, permite que personas con discapacidades y sin ellas puedan disfrutar de estas comodidades de forma autónoma y sin obstáculos.

S.Pellegrino se sube al tren del **on the go** con sus **nuevos formatos**



La introducción del nuevo formato en lata de 33 cl de S.Pellegrino, perteneciente a la multinacional Nestlé, busca ampliar su oferta “on the go” y satisfacer las necesidades de consumo en diferentes momentos. La lata slim ofrece practicidad y comodidad tanto para almacenar en la nevera como para llevar en el bolso y consumir fuera del hogar, siendo un producto ideal para las máquinas automáticas.

En un mundo cada vez más rápido y en constante movimiento, los consumidores buscan opciones prácticas y convenientes que se adapten a su estilo de vida agitado.

Es en este contexto que los formatos “on the go” han ganado un gran protagonismo,

ofreciendo soluciones que permiten disfrutar de productos y servicios en cualquier momento y lugar. Uno de los ejemplos más recientes de esta tendencia es la innovación de S.Pellegrino con su novedad en lata de 33 cl, que combina practicidad, comodidad y sostenibilidad.

S.Pellegrino es conocida como el agua con gas premium de Italia -perteneciente a Nestlé Waters, la división de agua de Nestlé-, y su característica distintiva son sus finas burbujas que realzan los sabores y aromas para acompañar diversos platos. Esta nueva lata slim de 33 cl mantiene el diseño ‘ultra premium’ de la marca y, además, destaca por su sostenibilidad al estar fabricada con aluminio reciclado y es 100% reciclable, lo que demuestra el compromiso de S.Pellegrino con el medio ambiente.

Con esta nueva presentación, S. Pellegrino busca adaptarse a las necesidades y preferencias de sus consumidores, ofreciendo una opción práctica y sostenible para disfrutar de su agua con gas en cualquier momento y lugar.

LA ALINEACIÓN DE LOS FORMATOS ON THE GO CON LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA

La distribución automática ha sido un canal de ventas en constante crecimiento y su popularidad ha aumentado significativamente en los últimos años. La combinación de tecnología avanzada y el deseo de los consumidores de obtener productos rápidamente ha llevado a

un aumento en la adopción de máquinas expendedoras y puntos de venta automáticos.

Estos dispositivos permiten a los consumidores acceder fácilmente a una variedad de productos sin necesidad de interactuar con un empleado o hacer una larga fila en una tienda.

El formato on the go se alinea perfectamente con la distribución automática, ya que ambos buscan ofrecer comodidad y accesibilidad a los consumidores en movimiento.

Las máquinas expendedoras están estratégicamente ubicadas en lugares de alto tráfico, como estaciones de tren, aeropuertos, centros comerciales y lugares de trabajo, lo que permite a las personas satisfacer sus necesidades de consumo de manera rápida y vanguardista.

Los formatos envasados en porciones individuales, como la lata de 33 cl de S.Pellegrino, son ideales para este tipo de distribución, ya que brindan la cantidad adecuada de producto para consumir en el momento, sin la necesidad de llevar envases adicionales o desperdiciar alimentos o bebidas.



Descubre la experiencia del Coffee Corner de NESCAFÉ, ahora en tu oficina.

La pasión por la innovación y los más de 80 años de experiencia de NESCAFÉ se han unido para demostrar que la conveniencia y la calidad pueden estar más cerca que nunca. Y la mejor prueba de ello es el NESCAFÉ Coffee Corner. Ahora, con NESCAFÉ Coffee Corner, puedes llevar una experiencia cafetera premium a cualquier establecimiento: aroma delicioso, cremosa leche y sabor superior en cada taza de café on the go elaborado a partir de granos premium de origen sostenible.

PIDE INFORMACIÓN

Contáctanos
Para obtener más información acerca de la gama de bebidas en Nestlé Professional
llámanos al: **900 50 52 54**
O entra en:
www.nestleprofessional.es
Nestle.Professional@es.nestle.com

CON RESPETO HASTA LA TAZA
NESCAFÉ

Para los amantes del café.



La **superautomática** de **Saeco**: ahora más mágica que nunca

Bajo el paraguas de Evoca Group, Saeco, reconocida en la fabricación de máquinas superautomáticas, ha lanzado una nueva versión de su popular modelo, Magic, que promete hacer la experiencia del café aún más inmersiva.

Con su innovadora característica de red de agua, Magic elimina la necesidad de preocuparse por verificar y rellenar manualmente el tanque de agua, convirtiéndose en la solución perfecta para lugares con alto consumo.

Magic continúa aportando su "magia" en los entornos que apuestan por su servicio. La que supone uno de los últimos lanzamientos de Evoca Group, destacada compañía fabricante en la industria de la distribución automática, el modelo Magic representa un paso evolutivo en la gama SAECO, con un rendimiento mucho más avanzado y una nueva actualización en lo que respecta a su versión de red de agua.

Esta nueva función está disponible en dos versiones: Magic M2+ para café y bebidas de leche fresca, y Magic B2+ para bebidas de café. En ambas versiones, los usuarios podrán utilizar tanto la red de agua como el tanque,

pudiendo alternar entre configuraciones con unos simples pasos.



Esto significa menos trabajo y más sabor, ya que la superautomática se encargará de mantener el suministro de agua sin que el dueño del negocio tenga que preocuparse por ello.

Magic se presenta como la opción ideal para diversos entornos de trabajo, desde oficinas hasta bed&breakfast; desde centros de congresos hasta boutique hotels. Su diseño moderno se combina con tecnología punta,

ofreciendo la calidad de la firma en cada taza de café preparada.

Además, su eficacia está garantizada después de cada preparación, asegurando la satisfacción de los usuarios.

La máquina cuenta con una pantalla táctil a color de 7 pulgadas, que facilita la navegación por los menús y ofrece una amplia variedad de opciones de bebidas.

Desde un clásico café blanco plano hasta un indulgente doble capuchino, Magic tiene todas las opciones cubiertas. Además, las recetas de bebidas se pueden personalizar por completo para adaptarse al gusto personal de cada usuario.

Otra característica destacada de Magic es la instalación de los dispensadores de café, leche y agua en una sola unidad. Esto simplifica la colocación de los vasos y permite ajustar la altura de manera fácil y rápida, para utilizar diferentes tipos de recipientes según las preferencias de los usuarios.

Magic, sin duda, se presenta como una elección para aquellos que buscan una máquina superautomática que combine diseño elegante, tecnología avanzada y una amplia variedad de opciones de bebidas. Con su nueva función de red de agua, Saeco ha llevado la conveniencia y la calidad a un nuevo nivel.

Ñaming lidera con un **55% de cuota** el **mercado de sándwiches** en España



El mercado de sándwiches y bocadillos refrigerados en España ha experimentado un crecimiento notable en el período comprendido entre abril de 2022 y marzo de 2023. Este sector ha visto aumentar su volumen de ventas en un 26% y su valor en un 35% en comparación con el período anterior.

El segmento de los sándwiches y empareados vive su época de oro. Ahora es un hecho, los consumidores españoles adoran la comodidad, sabor y variedad que ofrece el sándwich, uno que eleva la categoría hasta un menú gourmet con ingredientes que pudiéramos encontrar en el restaurante más selecto.

Y ha sido la creciente demanda de este tipo de productos en el mercado español ha sido un factor determinante en el crecimiento exponencial de su facturación.

Incluso más impresionante, es el crecimiento en volumen, del 48%, respecto al mismo período anterior a la pandemia; un porcentaje demuestra la robustez y dinamismo del mercado.

En este contexto de expansión, Ñaming, una cara muy conocida en la industria de la restauración automática, se ha posicionado como líder indiscutible, alcanzando una cuota del 55% del mercado de sándwiches y bocadillos refrigerados.

Con una estrategia sólida y productos atractivos, la compañía proveedora ha sido la principal impulsora del crecimiento en esta categoría.

Sus ventas consolidadas para el año 2022 ascendieron a 33,5 millones de euros, un 68% más que en el año 2019. Además, las proyecciones para el cierre de 2023 apuntan hacia una cifra cercana a los 40 millones de euros. Unos resultados para aplaudir.

Así, el servicio libre ha experimentado un aumento del 35% en la recaudación en el último año analizado, impulsado en parte por la



inflación: pero también por el aumento del consumo, tal y como recoge el informe publicado por Alimarket. El volumen acumulado en este periodo ha sido un 26% superior al de los 12 meses anteriores, lo que demuestra la preferencia del público por la comodidad y variedad que ofrecen los sándwiches y bocadillos refrigerados.

La diversificación de las opciones también ha sido un motor clave de crecimiento. Además de los tradicionales emparedados, se han popularizado otros productos similares, como las flautas, que han experimentado ampliaciones de gama por parte de marcas destacadas como Aldelís, Galprenova y La Pila.

También ha habido innovaciones en el mercado de hamburguesas 'listas para comer', con lanzamientos de Carpisa, y nuevos formatos como los propuestos por Carlotaña de Asados y Embutidos del Centro.

FOLLOW THE LEADER

En el ámbito del gran consumo, Ñaming sigue liderando con fuerza. La marca ha completado con éxito la ampliación de una de sus fábricas, lo que ha contribuido a mantener su posición dominante en el mercado.

Respecto a los rankings de empresas por

volumen, la compañía, presente en la distribución automática, ocupa el primer lugar, seguido de cerca por otras compañías que también han experimentado un crecimiento significativo.

Los gráficos de evolución del mercado en el servicio libre destacan claramente el crecimiento sostenido y el aumento de la demanda en los últimos años.

El mercado de sándwiches y bocadillos refrigerados en España se encuentra en un momento próspero y lleno de oportunidades para las marcas que buscan innovar y satisfacer las cambios cambiantes de los consumidores. Ñaming ha demostrado ser un líder indiscutible, pero la competencia también se está fortaleciendo, lo que augura un panorama emocionante y competitivo para el futuro cercano.

Y es que, además de Ñaming, otras empresas también han buscado consolidarse y expandirse en este sector. Gufresco ha invertido en sus instalaciones para ingresar en el mercado de los sándwiches refrigerados, mientras que Sandwich LM ha puesto en marcha un proyecto de introducción de maquinaria automática para mejorar su producción y presencia

en el mercado.

AMPLIACIÓN DE FÁBRICA PARA RESPONDER LA FUERTE DEMANDA

Frente a estos datos Ñaming concluía recientemente la ampliación de su planta productiva en Mallén, Zaragoza, con el objetivo de satisfacer la creciente demanda del mercado español de sándwiches.

Esta inversión estratégica permitirá a Ñaming aumentar su capacidad de producción en un 30% y consolidar su posición como líder en el sector.

El crecimiento experimentado en el sector del sándwich ha impulsado a Ñaming a expandir sus instalaciones y mejorar sus capacidades productivas.

La empresa se encuentra comprometida en ofrecer el mejor servicio a sus clientes y esta expansión garantizará que puedan cumplir con éxito los desafíos de producción y abastecimiento en cualquier momento del año.

La ampliación de la planta productiva de Ñaming abarca 1.350 metros cuadrados, tanto en el área de almacenamiento como en la zona de producción, lo que eleva la superficie total a 5.850 metros cuadrados



METRO24st

TU TIENDA VENDING 24 HORAS

HASTA » 8 NEGOCIOS EN 1



LIBRE DE HORARIOS

Emprende tu negocio libre de horarios. Nuestras tiendas 24 horas tan solo necesitan 1 hora de gestión diaria. Podrás elegir tu mejor momento.



VENDE LAS 24 HORAS

Haz posible generar nuevos ingresos mientras descansas. Nuestros equipos automatizados venden tus productos las 24 horas los 365 días del año.



RENTABILIDAD ASEGURADA

El éxito de tu tienda está garantizado gracias al estudio de viabilidad personalizado gratuito que hacemos de tu caso.

DESCUBRE TODOS NUESTROS MODELOS DE TIENDA



WWW.METRO24ST.COM

EL FUTURO DE LAS TIENDAS 24 HORAS



605 30 36 84



@metro24st

» SOLICITA TU VIABILIDAD GRATUITA «

El poder de la IA para rentabilizar las tiendas automáticas 24 horas



La inteligencia artificial incorporada en el software permite aprovechar al máximo en la aplicación móvil que METRO24st ha desarrollado para rentabilizar y optimizar el modelo de negocio de las tiendas inteligentes 24 horas.

La inteligencia artificial (IA) ofrece numerosas ventajas y beneficios en el ámbito de las máquinas automáticas, y ello tiene su eco en uno de los modelos de mayor ploriferación en la industria unattended: las tiendas inteligentes. La IA, como ya sabemos, permite mejorar la eficiencia operativa de las máquinas automáticas.

También está el tema de la personalización y la adaptabilidad. Y es que las máquinas equipadas con inteligencia artificial pueden personalizar la experiencia del usuario de manera mucho más efectiva, ya que es capaz de recopilar datos sobre las preferencias y comportamientos de los usuarios y utilizar esta información para ofrecer recomendaciones y promociones personalizadas.

No se puede hablar de ventajas de esta realidad aplicada a la distribución automática sin mencionar el poder de los análisis en tiempo real sobre el rendimiento de la tienda automática. Esto incluye datos sobre el inventario, las ventas, los patrones de uso, las tendencias del mercado y más. Al tener acceso a información actualizada de manera instantánea, los operadores de las máquinas automáticas pueden tomar decisiones informadas y oportunas para optimizar sus operaciones y maximizar la rentabilidad.

Teniendo todo esto presente, en METRO24st, empresa experta en el modelo de negocio de tiendas automatizadas, se encuentran entusiasmados por presentar su última innovación: una nueva aplicación móvil que promete revolucionar la forma en que operan y generan rentabilidad las tiendas asociadas. Basándose en la inteligencia artificial, esta aplicación incorpora características vanguardistas que optimizarán la gestión y mejorarán la experiencia de compra de los clientes.

PROMOCIONES PERSONALIZADAS: LLEGANDO AL CORAZÓN DE CADA USUARIO

Con la inteligencia artificial integrada en el software de METRO24st, los comerciantes podrán aprovechar al máximo esta herramienta para gestionar promociones personalizadas y obtener análisis en tiempo real de sus tiendas automatizadas; de hecho, una de las características más destacadas de la nueva aplicación es la capacidad de gestionar promociones personalizadas.

Operadores o dueños del parque de máquinas podrán ofrecer, por ejemplo, ofertas exclusivas en los productos más demandados por sus usuarios finales, así como descubrir nuevas opciones que se ajusten a sus gustos. Esto permitirá brindar una experiencia de compra diferenciada y mejorar la fidelización de los clientes, aumentando así las ventas de los negocios asociados a METRO24st.

Además, la inteligencia artificial de esta app proporcionará, como ya indicábamos, un análisis en tiempo real de las tiendas automatizadas. El dueño del negocio tendrá acceso a datos precisos y actualizados sobre el rendimiento de sus equipos, las ventas por producto, los horarios más activos y otros indicadores clave, como el stock disponible. Esta información valiosa permitirá optimizar el inventario, ajustar las estrategias de ventas y maximizar la rentabilidad de los negocios asociados.

METRO24st se enorgullece de brindar un respaldo sólido a sus franquiciados en cada etapa de su viaje empresarial. Con un equipo experimentado y comprometido, la empresa garantiza el apoyo necesario para el éxito de cada emprendimiento. Próximamente, todos los franquiciados podrán hacer uso de esta nueva aplicación, lo que mejorará aún más la experiencia de usuario y la telemetría de las tiendas automatizadas con la ayuda de la inteligencia artificial.

Si estás interesado en unirse a la familia METRO24st y tener tu propia tienda automatizada, la empresa ofrece información detallada y un estudio de viabilidad personalizado gratuito.

La remodelada serie de refrigeración Compact de Hoshizaki: la solución para espacios limitados



Hoshizaki, líder en soluciones de refrigeración para la industria de la hostelería presenta en sociedad su serie de refrigeración Compact. Diseñada para ofrecer rendimiento, fiabilidad y eficiencia en espacios limitados, esta gama de equipos de refrigeración compactos responde a las necesidades de establecimientos hosteleros de maximizar el espacio.

En un entorno de hostelería, donde la demanda de alimentos y bebidas es constante, contar con equipos de refrigeración confiables se vuelve aún más crucial.

Los establecimientos, como bares y restaurantes, necesitan mantener sus ingredientes frescos, almacenar productos preparados de forma segura y garantizar la conservación de bebidas frías.

La Serie de Refrigeración Compact de Hoshizaki ha sido desarrollada a detalle para responder a las demandas de aquellos negocios de hostelería que, por motivos de tamaño, precisan de equipos compactos, pero sin renunciar a la funcionalidad y la eficiencia.

Así, las máquinas de la compañía fabricante se dirigen a bares, restaurantes y otros nego-

cios que quieran potenciar al máximo su espacio de almacenamiento.

CARACTERÍSTICAS MEJORADAS: CONTROL DE TEMPERATURA PRECISO Y DISPOSICIÓN INTELIGENTE

En concreto, los modelos Compact de Hoshizaki ofrecen una capacidad de almacenamiento óptima en un diseño compacto.

Estos equipos cuentan con características mejoradas, como iluminación LED interior para una mayor visibilidad y eficiencia energética, control de temperatura preciso y una disposición inteligente de los estantes para una organización eficiente.

Otros de los rasgos que trae consigo la remodelación es un reforzamiento de la fiabilidad y durabilidad que enmarcan las soluciones de Hoshizaki; dos rasgos que se consiguen empleando materiales de alta calidad que garantizan, además, un rendimiento consistente y una mayor vida útil.

La necesidad de contar con soluciones fiables de refrigeración en la industria foodservice es fundamental para garantizar la calidad, seguridad y frescura de los alimentos y bebi-

das servidos en los establecimientos hosteleros. La refrigeración adecuada es esencial para preservar los productos perecederos, evitar la proliferación de bacterias y mantener los estándares de higiene y seguridad alimentaria.

Los equipos de la compañía fabricante cumplen con altos estándares de higiene y seguridad alimentaria.

Por su parte, Hoshizaki aporta una solución eficiente que optimiza el espacio disponible y mejora la eficiencia operativa.





Nuevas soluciones para nuevos hábitos
rheavendors group



Ganador del Vending
Star Awards de 2015

Los temas candentes para la **distribución automática** del verano 2023



El sector de la distribución automática está experimentando importantes novedades y desafíos en este verano de 2023.



Varios temas candentes están en el centro de atención, desde cuestiones legislativas hasta estándares técnicos que prometen mejorar la eficiencia y la integración en el mercado, tal y como recoge la nueva entrega de los 'Hot issues' de la EVA, una publicación periódica que la Asociación realiza las últimas novedades de la industria unattended.

PPWR: LOS MIEMBROS DE ENVI PRESENTAN ENMIENDAS

El proceso legislativo en torno al Reglamento sobre Envases y Residuos de Envases (PPWR, por sus siglas en inglés) sigue avanzando. Los

miembros de la Comisión de Medio Ambiente (ENVI) del Parlamento Europeo han presentado sus enmiendas al expediente, lo que marca un hito importante en el camino hacia su aprobación.

La votación de todas las enmiendas presentadas está programada para octubre. En este contexto, la Asociación Europea de la Distribución Automática (EVA) tiene como objetivo obtener suficiente apoyo para los cambios propuestos, buscando una mejor aplicación del reglamento en el sector.

Esto incluye medidas para facilitar la gestión de envases y residuos de envases en las máquinas expendedoras.

PFAS: SE CREA UN GRUPO DE TRABAJO EN LA EVA

El tema de las sustancias perfluoroalquiladas y polifluoroalquiladas (PFAS, por sus siglas en inglés) ha sido objeto de debate en el Comité Técnico de la EVA.

Estas sustancias se encuentran en diversas aplicaciones y componentes, y se utilizan mucho en la industria. Sin embargo, es necesario investigar más a fondo su presencia en las máquinas automáticas y evaluar posibles res-

tricciones.

Para abordar esta cuestión, el comité técnico ha acordado crear un grupo de trabajo específico sobre PFAS.

El objetivo de este grupo será determinar la respuesta de la EVA a la consulta realizada por la Agencia Europea de Sustancias y Preparados Químicos (ECHA) sobre una posible restricción de estas sustancias.

Además, se llevará a cabo una investigación para identificar qué componentes de las máquinas se sustituirán y si existen alternativas actualmente disponibles.

La ECHA emitirá su dictamen tras la consulta, y la Comisión Europea decidirá si regula la cuestión de las PFAS, lo que podría tener implicaciones significativas para el sector del vending.

PUBLICADO EL TEXTO SOBRE EL DERECHO A REPARAR: EVA RESPONDE A LA ÚLTIMA CONSULTA

La Comisión Europea ha publicado su propuesta legislativa sobre el "Derecho a reparación", que busca fomentar la reparación de bienes en lugar de su reemplazo, promoviendo así un uso más sostenible de los recursos.

Esta propuesta incluye a las máquinas expendedoras refrigera-

das dentro de su ámbito de aplicación.

Ante esta iniciativa, la EVA ha respondido a la consulta de la Comisión Europea expresando su opinión de que es necesario aportar claridad al texto propuesto.

La asociación considera urgente establecer pautas claras para garantizar que los fabricantes sean responsables de la reparación de los productos y brinden a los consumidores más derechos en este sentido.

NAMA PUBLICA UNA NUEVA NORMA SOBRE LA INTEGRACIÓN DEL VENDING EN EL MICROMARKET

El Comité de expertos de la Asociación Nacional de Máquinas Expendedoras (NAMA) ha publicado un nuevo estándar denominado 'VDI VMS-MMS - Vending to Micro Market Integration Standard' Versión 2.0. Esta nueva versión reemplaza a la anterior, que fue publicada en 2016.

El estándar actualizado busca mejorar la integración de los datos del sistema de gestión de vending con los datos del sistema de micromarkets lo que permitirá generar informes agregados, facilitar la comunicación, gestionar de manera más eficiente y garantizar la seguridad.

Entre los cambios clave introducidos en esta nueva versión se encuentran la adopción

del protocolo REST/JSON en lugar de SOAP/XML, la mejora en el intercambio DEX remoto, un sistema ampliado de notificación de errores y mensajería, una comunicación bidireccional más sólida entre los sistemas de gestión de vending y micromarket, mejoras en las aplicaciones de gestión financiera e inventario, y la incorporación de funciones de seguridad adicionales.

Estos técnicos prometen impulsar la eficiencia y avances la interoperabilidad en el vending, abriendo nuevas oportunidades para el sector y mejorando la experiencia tanto para los operadores como para los consumidores.

Así, el verano de 2023 está siendo un período de cambios y desafíos para el sector.

Desde las enmiendas al Reglamento sobre Envases y Residuos de Envases hasta el estudio de las sustancias PFAS, pasando por la propuesta sobre el derecho a reparación y los nuevos estándares técnicos de integración en el micromarket, la distribución automática se encuentra en un proceso de adaptación y evolución constante.

Estas novedades tendrán un impacto significativo en la forma en que se gestionarán las máquinas expendedoras y en la relación entre los consumidores y este sector clave de la economía.



Étnico, rápido, automatizado y gourmet: el **'takeaway'** se renueva



Las Dark Kitchens y la restauración automática están revolucionando el panorama de la comida para llevar y la entrega a domicilio, ofreciendo formas alternativas de disfrutar de alimentos de calidad sin necesidad de salir de casa. Este fenómeno está resucitando los formatos tradicionales de comida rápida y comida callejera desde una perspectiva gourmet, brindando la oportunidad de descubrir tradiciones culinarias lejanas y exóticas.



La popularidad de la comida para llevar se ha disparado en los últimos años, atrayendo a diferentes generaciones. Los Millennials y la Generación Z son grandes consumidores de este tipo de servicios, pero sorprendentemente, los baby boomers y otras generaciones también han encontrado en el take away una opción conveniente y sabrosa, especialmente durante los períodos de cierres y restricciones.

Italia, un mercado conocido por su rica tradición culinaria, es un excelente ejemplo de cómo la innovación y la tradición se fusionan en el ámbito de la comida para llevar.

Según una investigación reciente realizada

por Just Eat en colaboración con WGSN y BVA Doxa, la demanda de bocadillos para la entrega durante el día ha experimentado un notable aumento.

Desde tostadas y productos de panadería hasta pasteles y croissants, los consumidores italianos buscan nuevas opciones gastronómicas que requieren envases sostenibles y contenedores especiales para garantizar la frescura y la calidad durante el transporte.

EL 90% DE LOS USUARIOS BASAN SU ELECCIÓN EN LAS FOTOS QUE VEN DEL PRODUCTO

En un mundo cada vez más digital, las tecnologías juegan un papel fundamental en la elec-

ción de los platos y restaurantes. El 90% de los usuarios basan su elección en las fotos que ven en sus redes sociales y feeds, especialmente los más jóvenes.

Una realidad de la que la distribución automática se puede nutrir con la incorporación de pantallas, en las que se muestra el producto desde diferentes perspectivas, incluso ya emplatado si se trata de la quinta gama.

Sin embargo, las generaciones mayores tienen una conexión más fuerte con los alimentos tradicionales, ya que los asocian con recuerdos y emociones positivas.

Esto destaca la importancia de los métodos de cocción tradicionales en la preparación de platos para llevar.

A nivel internacional, se observa una tendencia en cuanto al lugar donde se consume la comida para llevar.

Cada vez más personas optan por disfrutar de sus comidas en espacios abiertos, especialmente en parques.

Esta tendencia ha llevado a los restaurantes a diseñar recetas específicas, y formatos para la entrega, para aquellos que desean socializar al aire libre con amigos y familiares.

Como resultado, se ha generado una demanda de accesorios y servicios diseñados para hacer que estas experiencias sean aún más placenteras.

Además, el crecimiento de las necesidades nutricionales especiales ha impulsado una mayor demanda de opciones de comida para llevar adaptadas a estas necesidades.

Los formatos convencionales, como panini y wraps, han experimentado un aumento en la demanda, al igual que las ensaladas, sopas y pokes. Los consumidores buscan soluciones sostenibles y escalables que puedan gestionar una amplia variedad de formatos y recetas.

La calidad se ha convertido en un aspecto fundamental en la entrega de comida a domicilio. Las dark kitchens, respaldadas por máquinas y accesorios cada vez más inteligentes, han llevado la experiencia de entrega de alimentos a un nivel superior.

Ahora, la comida para llevar no solo se percibe como “buena y rápida”, sino también como “gourmet, práctica y segura”.

Los consumidores tienen la oportunidad de disfrutar en casa de platos especiales que difícilmente podrían preparar por sí mismos o de experimentar con diferentes tipos de cocina étnica de restaurantes que no se encuentran cerca.



Según una encuesta realizada por el analista del sector Lumina, los productos de primera calidad son los principales impulsores del desarrollo de nuevos productos de comida para llevar. A

unque los alimentos veganos, bajos en calorías y sin gluten están ganando popularidad, la

oferta de comida para llevar sigue siendo dominada por artículos “indulgentes” como patatas fritas, hamburguesas y pasteles.

Esto indica que todavía existe un amplio margen para desarrollar nuevas oportunidades de negocio en este sector en crecimiento constante.

n-aming®
Casual food

NUEVO
ARTESANO'S

Con Aceite de Oliva

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

Ensalading

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

NUEVAS RECETAS
NUEVA IMAGEN
15 DÍAS VIDA ÚTIL

BLOOMER

Jamón Cocido Extra · Pollo Asado
Pavo Braseado

BLOOMER
PAVO BRASEADO

www.n-aming.es



Coffee corner: la especialidad del cacao y la evolución del frapé a los helados

ENTRAMOS EN LA ÉPOCA DE VERANO, UNO MARCADO POR LAS ALTAS TEMPERATURAS Y, EN LO QUE RESPECTA A LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA, A UN MOMENTO LLENO DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO. LAS BEBIDAS SE CONVIERTEN EN UN AUTÉNTICO PLATO GOURMET QUE COMBINA SABORES, TEXTURAS Y TEMPERATURAS.

Este verano, y en los meses venideros, será la época de máximo apogeo del café frío y todo su mundo de posibilidades; pero más allá del café, destacará el potencial de cacao y su reconexión con nosotros mismos, por esa búsqueda de la nostalgia y la amplitud de un recetario que incluye a todos los sabores y paladares a manos de las grandes máquinas automáticas.

Y es que, el café helado o café en frío ha experimentado un aumento significativo en los últimos años, convirtiéndose en una bebida de moda durante y preferida por muchos consumidores, especialmente los meses de calor. Ofrecer una GRAN EXPERIENCIA con el café helado en el canal de la restauración automática requiere una combinación de factores que se centran en la calidad del producto, la innovación

en recetas y la comodidad para el cliente.

Así es, la restauración automática ha evolucionado para convertirse en una experiencia en mayúsculas, especialmente en el ámbito del café, donde se presentan innumerables combinaciones en frío.

Por otro lado, será el momento para plantearnos la siguiente pregunta: ¿Por qué se deja de tomar cacao? Ahora, se trata de saber reconectar con la nostalgia y romper la temporalidad con una evolución de las bebidas frías a versiones heladas.

En ese sentido, el maridaje con los productos solubles es una de las claves. Las compañías dedicadas a la producción de solubles pueden mejorar el sabor de lo que prueba el consumidor. No hay que ignorar el potencial de los solubles, que diariamente mejoran su composición para ofrecer un producto de CALIDAD.



Y para garantizar la venta cruzada, abordamos las nuevas variedades de modelos con la inclusión de Sándwiches, chocolatinas y snacks más saludables en las smart fridge, con los últimos sistemas de pago incorporados y con fuentes y máquinas de agua para complementar el servicio.

Además, preguntamos directamente al productor cuáles son sus fórmulas para apostar de lleno por el sector unattended. Responderemos todas estas cuestiones y más en nuestro próximo reportaje.

“Aunque el café ha ganado terreno en nuestra vida diaria debido a su versatilidad y beneficios, no debemos olvidar la conexión emocional que tenemos con el cacao. Podemos reavivar esos recuerdos nostálgicos ofreciendo opciones de bebidas frías a base de chocolate más saludables y bajas en azúcar, lo que permitirá a los usuarios disfrutar de ambas experiencias: el café como aliado energético y el cacao como un reconfortante y delicioso placer.”, AEV

CLAVES PARA UNA GRAN EXPERIENCIA

del iced coffee



VARIEDAD DE OPCIONES DE CAFÉ HELADO

Esto implica no solo ofrecer el café clásico con hielo, sino también crear recetas innovadoras y personalizables. Los clientes deben poder elegir diferentes tipos de café (espresso, americano, latte, etc.) y combinarlos con una variedad de siropes, leches o alternativas vegetales, y adiciones como crema batida, chocolate o especias.

CALIDAD DEL CAFÉ

Es fundamental para cualquier experiencia positiva. Debemos utilizar granos de café de alta calidad y ofrecer opciones tanto para aquellos que prefieren un café más suave y delicado como para los que buscan una bebida más intensa y robusta. La frescura y el sabor del café son aspectos clave para satisfacer las expectativas del cliente.



SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN AUTOMATIZADOS

La distribución automática juega un papel crucial en brindar esa EXPERIENCIA. Asegúrate de contar con máquinas de alta calidad y tecnología avanzada que puedan preparar y dispensar bebidas frías de manera rápida y eficiente. La automatización garantiza la consistencia en la calidad de las bebidas y permite una rápida atención al cliente, lo que es esencial en entornos de alta demanda.



PERSONALIZACIÓN Y AUTENTICIDAD:

A medida que los consumidores buscan experiencias más personalizadas, es importante destacar la autenticidad y la historia detrás del café que se ofrece. Si utilizas café de origen o cuentas con proveedores con prácticas sostenibles, destácalo en la oferta. Esto ayudará a crear una conexión emocional con los clientes y percibir la percepción del valor de la experiencia.

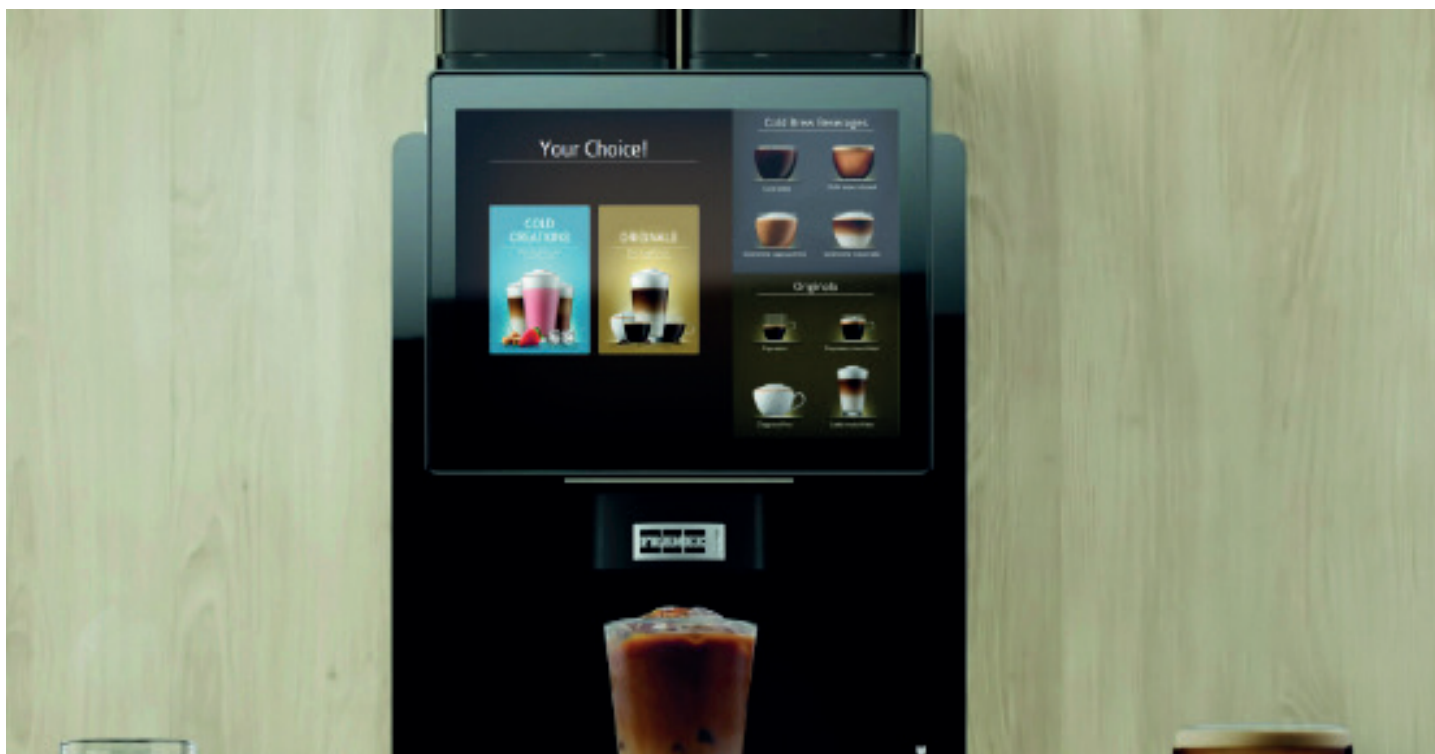


PRESENTACIÓN Y ENVASE

Tan importante es el continente como el contenido: Contar con vasos o envases atractivos y cómodos que mantengan la temperatura del café durante más tiempo. Los detalles como pajitas reutilizables, tapas seguras y etiquetas creativas pueden marcar la diferencia y agregar valor a la experiencia general.



La **personalización** del **servicio automático** con un **amplio recetario**



Hablamos de la restauración automática como la GRAN experiencia, donde el café, con sus mil y una combinaciones en frío, propone recetas pensadas por y para ese canal, lo que admite todo un abanico de modelos de negocio. Nosotros ya hemos expuesto las que consideramos claves en la estrategia de un gran servicio pero, ¿qué visión o rumbo tienen marcados las compañías operantes del sector del unattended?

A juicio de Nestlé Professional, el consumo de café frío es una tendencia claramente en crecimiento. Hay muchas formas de poder ofrecer café frío.

Así, ellos distinguen en dos tipologías de bebida, aquella a la que se le añade hielo a la bebida de café que dispensa la máquina (que normalmente es en caliente), y el lanzamiento de bebidas preparadas frías y listas para consumir:

“Cuando hablamos de máquinas automáticas de bebida caliente, consiste en añadir hielo a la bebida de café que dispensa la máquina. Con NESCAFÉ COFFEE CORNER Nestlé ofrece un abanico de recetas en frío y materiales de comunicación para que nuestros clientes partners puedan crear una experiencia de café frío entorno a la máquina.”, explica la compañía.

En paralelo y sin necesidad de disponer de máquina, han lanzado al mercado la nueva bebida NESCAFÉ ICED LATTE, mediante una receta

muy sencilla de elaborar. Para ello, usan café soluble NESCAFÉ CLASSIC que se disuelve en frío, se emulsiona la leche fría aparte con un batidor que también facilitamos y se vierte todo en un vaso con hielo.

En el mercado hay disponibilidad de máquinas que elaboran las bebidas también en frío, usando café, leche y cacao solubles.

ITS ALL ABOUT PERSONALIZATION

La personalización del servicio automático a través de un surtido amplio de recetas en caliente y frío. Esa extrema personalización, ¿cómo conseguirla?

En efecto, la restauración automática ha evolucionado para convertirse en una GRAN experiencia, especialmente en el ámbito del café, donde se presentan innumerables combinaciones en frío.

En el caso de AEV, han comprendido la importancia de adaptarse a las cambiantes preferencias de los clientes y, por ello, han desarrollado máquinas de café súper automáticas que ofrecen una diversidad de opciones tanto en bebidas calientes como en frías, incluyendo el delicioso iced coffee.

“Nuestra máquina permite la preparación de cremas de leche fría combinadas con chocolate y otros productos solubles, lo que agrega un

toque de sabor único y refrescante a cada taza”, explica Mariano Mónaco, Marketing Director. Así, han enfocado sus esfuerzos en ofrecer una experiencia altamente personalizada.

“Cada cliente puede adaptar su bebida de iced coffee a sus preferencias individuales, lo que crea una experiencia única para cada consumidor. La capacidad de combinar diferentes ingredientes y toppings en el proceso de preparación garantiza que cada operador de negocios pueda ofrecer un servicio a medida, adaptado a las demandas específicas de su audiencia”, AEV.

ROMPIENDO LA ESTACIONALIDAD

Se trata de romper la temporalidad con opciones frías atractivas para todo el año. En este aspecto, el café frío ha sabido conquistar a los usuarios cada día.

Aquí jugará un papel protagonista la personalización de la que hablábamos, ya que, permitir que los clientes personalicen sus bebidas frías agregando sabores, jarabes o leches de su elección harán que se sientan más involucrados y satisfechos con su elección. Parte del proceso.

En otras palabras, es muy importante aportar por la variedad de la oferta que se presenta: creaciones a base de café, como café helado,

frappés, cafés con hielo, café con leche fría, cold brew, entre otros. Cuanto más diversa sea la selección, más atractivas serán para los clientes. Es decir, se trata de ofrecer una experiencia más allá de la bebida; podríamos decir que prácticamente brindamos al usuario final un postre a base de café, un postre que se puede tomar en cualquier época.

Otras fórmulas para romper la temporalidad de las bebidas frías son la aplicación de degustaciones y promociones: Organizar eventos de degustación y ofrecer promociones especiales para bebidas frías durante todo el año. Un movimiento que podría aplicarse perfectamente también en el ámbito de los coffee corners y la distribución automática.

Innovación: Introducir bebidas de café frías exclusivas que no se encuentren en otras cafeterías. Los coffee corners se convertirían en la referencia cafetera, Ser creativo con los ingredientes y presentaciones para destacar entre la competencia.

De igual forma, las máquinas automáticas también pueden incluir menús temáticos: menús temáticos estacionales con bebidas frías relacionadas con las festividades o cambios climáticos. Por ejemplo, bebidas refrescantes y ligeras para el verano, y más opciones ricas y reconfortantes para el invierno.

Por su puesto, también habrá que valorar la creación de un programa de fidelización: Implementa un programa de fidelización que recompensa a los clientes frecuentes con descuentos o bebidas gratuitas, lo que los animará a seguir visitando tu cafetería durante todo el año.

EL POSTRE EN UN VASO

Coffee corners con especialidades de cacao y máquinas que ofrecen bebidas, no solo frías, sino heladas, para que el usuario encuentre una experiencia y un postre en un vaso, su vaso. ¿Lo podemos ver ya?

Las máquinas de café y bebidas automatizadas también están evolucionando para ofrecer una mayor variedad de opciones heladas.

Ejemplos encontramos varios ya en la distribución automática, como las cremas frías de Bresküi, distribuidas por Espresso Coffee & Water, que se han convertido en toda una tendencia.

Una gran opción para disfrutar de un día de piscina en el hotel, con el sol brillando y la crema helada de café Bresküi en las manos. El placer de un buen café no conoce de temporadas y es ideal para estos sitios, como el bar de la piscina del hotel o para refrescar el camino.



Helados, las tendencias de un producto global que marida con mixología, café y pastelería

Esa temporalidad también se rompe con una evolución de las bebidas frías a versiones heladas. Helados, las tendencias de un producto global que marida con mixología, café y pastelería.

El mundo del helado está experimentando una auténtica revolución que va más allá de las estaciones del año. Abandonando su tradicional vinculación con el verano, el helado se ha convertido en una delicia que puede disfrutarse durante todo el año, gracias a su hibridación con otros sectores como la repostería, la cafetería y la mixología. Esta última conexión ha dado lugar a una tendencia en auge: los cócteles congelados, que están tomando fuerza y prometen convertirse en imprescindibles para el próximo verano de 2023.

En el ámbito de la mixología, la verdadera novedad radica en la incorporación de cócteles congelados en la máquina de granizados. Esta tecnología ofrece una textura espumosa y un sabor completo desde el primer sorbo hasta el último, brindando una experiencia multisensorial única para aquellos que buscan algo diferente y refrescante.

Pero la innovación no se detiene ahí. Los Millennials y la Generación Z, conocidos por su búsqueda de experiencias únicas y personalizadas, también están transformando la indus-

tria del helado. Las heladerías ahora ofrecen la opción de crear helados a medida, donde los clientes pueden seleccionar sus ingredientes favoritos para obtener un sabor único y personalizado al momento. Esta tendencia ha sido muy bien recibida por estos jóvenes consumidores, que buscan disfrutar de algo hecho especialmente para ellos. La misma idea: personalización elevada a la enésima potencia.

Además, el mundo del helado se está aventurando en el metaverso, utilizando tecnología NFT para crear y vender helados digitales. Los sabores de helado ahora son representados por tokens digitales únicos que pueden ser comprados y coleccionados por los clientes. Esta nueva forma de interacción abre un mundo de posibilidades en términos de promociones y recompensas, lo que atrae aún más a los entusiastas del helado y la generación tecnológica.

DEL ESPRESSO AL ICED COFFEE Y DEL HELADO AL FRAPÉ

La conexión entre el helado y el café helado también ha encontrado su camino en el mundo de la distribución automática.

¿Entonces, lo podemos ver ya?

Definitivamente sí. Las máquinas automáticas ofrecen ya helados y bebidas de café helado.

[V] ICED COFFEE Y ESPECIALIDADES

das, brindando a los consumidores una amplia variedad de opciones refrescantes y deliciosas en cualquier momento del día.

En la creación de helados, los sabores más solicitados o tradicionales, como el chocolate y el café, se diversifican y juegan con los aromas más específicos utilizando especialidades de café o pasta de cacao.

Por su parte, empresas como AEV han desarrollado una máquina de productos solubles que abarca un amplio espectro de clientes que buscan opciones distintas al café durante el día. De esta forma, apuestan por ofrecer

especialidades de cacao y bebidas heladas para brindar una experiencia única y deliciosa. “Queremos que cada usuario encuentre su vaso, su bebida, y que esta se convierta en un verdadero postre en una sola taza”.

El chocolate, además de ser un gran snack en cualquier época del año, también es conocido por ser un estimulante para el cerebro, lo que aporta un valor adicional a las especialidades de cacao. Y en el verano, una crema de leche fría y algunos toppings pueden acompañar perfectamente estas bebidas, creando una experiencia refrescante y satisfactoria.



¿Qué podemos encontrar en este ámbito en las *superautomáticas*?



En el ámbito de las superautomáticas y las máquinas table top, es posible encontrar un amplio recetario de bebidas y postres tanto en frío como en caliente. Estas máquinas están diseñadas para ofrecer una gran variedad de opciones de bebidas y postres, lo que brinda a los usuarios una experiencia completa y personalizada.

UN VERANO FRÍO -BEBIDAS FRÍAS- :

- Café helado:** Preparado con café espresso enfriado y mezclado con hielo, leche o crema, y opciones para agregar jarabes de sabores.
- Frappé:** Una mezcla de café espresso o cacao, hielo, leche y jarabes de sabores, batido hasta obtener una consistencia cremosa.
- Batidos:** Bebidas a base de frutas, yogur y hielo triturado, disponibles en diferentes combinaciones de sabores.
- Iced Tea:** Té frío, generalmente endulzado y aromatizado con frutas o hierbas.
- Chocolate frío:** Cacao en polvo mezclado con leche fría y hielo, a menudo con opción de agregar crema batida y jarabes de sabor.

UN INVIERNO ARDIENTE -BEBIDAS CALIENTES-

- Espresso:** El clásico café espresso, preparado con una máquina de alta presión para obtener una concentración intensa de café.
- Cappuccino:** Espresso con leche espumada y un toque de cacao en polvo.
- Latte:** Café espresso con leche caliente y una capa de espuma.
- Mocha:** Similar al latte, pero con chocolate caliente o jarabe de cacao agregado.
- Té caliente:** Diferentes variedades de té servidos en tazas individuales.

Ya sea calientes o frías, los Coffee Corners son el ejemplo más claro del café –o bebidas– de experiencias. Producto de calidad, diseño cuida-



do y tecnología se unen en un solo concepto para dar paso a una experiencia premium que hablará directamente con el alma del consumidor.

Tal y como indican desde IVS Ibérica, en su oferta de Coffee Corner, la clave es la personalización, brindando un coffee break llevado a otro nivel. Al hacer tu selección de tu café en sus espacios de café, puedes añadir el topping que más te guste: vainilla o caramelo.

Pero más allá de jugar con los toppings, complementos o sabores dulces, el coffee corner, y en este caso las opciones de IVS Ibérica, ofrecen ese sabor puro, del amante del café. Un recetario clásico para resaltar los sabores y aromas naturales del café, una experiencia con máquinas de café que permiten disfrutar de leche fría o caliente.

“Además de escoger los mejores cafés de origen, en IVS Ibérica apostamos por la leche bio para la elaboración de nuestras recetas. De esta forma, tienes la posibilidad de saborear una gran variedad de combinaciones de una gran calidad en tus breaks: café latte, capuchino, café con leche con un toque de vainilla o caramelo, etc”, IVS Ibérica.

RECETARIO: CREACIONES GOURMET...

Las grandes marcas desarrollan todo un recetario de bebidas, postres y auténticas delicatessen, donde el precio ya no es el elemento imperante, sino la experiencia.

Desde Nestlé Professional, por ejemplo, ofrecen, bajo marcas ampliamente conocidas y de la mano de sus expertos chefs y coffee experts, un amplio abanico de recetas “especiales” para deleitar a todo tipo de consumidores.

Para el canal horeca, tostadores como illy ofrecen la máquina illy Cold Brew Sistema BLADE, que permite preparar hasta 33 servicios por bolsa y requiere un mantenimiento mínimo, sin aire comprimido ni nitrógeno y está siempre lista para usar.

Es compacta, práctica y conserva el producto abierto durante 14 días. Además de las dos bebidas que es capaz de preparar al momento - illy Cold Brew e illy Cold Brew Aria - también está disponible en lata ready to drink.

Por otro lado, la compañía tostadora apuesta por diferentes recetas que combinan el café y el frescor de la coctelería, dando como resultado: Ambar Cold Brew con illy cold brew, elaborada con ron Ambar, licor de durazno, zumo de limón, granadina y hielo; y sin alcohol, con illy cold brew, jarabe de flor de saúco, leche desnatada y jarabe de pomelo rosa.

...GOURMET Y, ¿DE TEMPORADA?

Detrás de una gran variedad, está una gran innovación, por ello, para crear esos momentos, Franke, una de las principales compañías fabricantes, ha desarrollado la tecnología iQFlow™ para sus superautomáticas, que extrae aún más sabor frente a sistemas de extracción de café espresso tradicionales.

Con la tecnología iQFlow™, los propietarios de los coffee corners tienen la libertad de deleitar a sus clientes con un menú de bebidas de temporada cambiante y adaptar su oferta a sus propias recetas internas, destacando entre la multitud con perfiles de sabor personalizados y ofreciendo una experiencia de marca única y consistente en cada ubicación; y por supuesto, ofreciendo formatos en frío.

FORMATOS FRAPÉ

De la mano de Laqtia, por ejemplo, podemos encontrar frappes con base de café de gran calidad y sabores de Cacao, Moka, Yogurt, Mix e Indian Chai.

Una bebida refrescante, cada vez más demandada por los clientes, que actualmente ofrecen en sobres monodosis de 18 unidades o lata metálica de 1Kg.

El poder de los solubles



Las recetas personalizadas serán siempre más asequibles. El lujo de disponer de un servicio automatizado con un sin fin de combinaciones y productos. Los diferentes modelos de negocio, a través de máquinas de última generación, se ofrece como algo más que una alternativa, la óptima opción para satisfacer el momento más íntimo de la jornada, ya no solo con café, sino con chocolate, té, bebidas frías de diversos sabores...

En este contexto, los solubles están jugando un papel clave en la innovación y la satisfacción de la creciente demanda por parte de operadores, distribuidores y fabricantes.

En el mercado de los solubles para bebidas frías, Laqtia destaca como especialista en la fabricación de una amplia gama de bebidas instantáneas para la distribución automática que incluye lácteos, cacao, té, cafés solubles, capuchinos o batidos. Además, su marca Laqtia Roots se ha posicionado como líder en el segmento de bebidas BIO, cuya demanda está experimentando un notable aumento tanto por parte de los consumidores como de los distribuidores y operadores.

En cuanto a los solubles para bebidas frías, los lácteos y los cacao son los productos más solicitados por los clientes de Laqtia, valorando tanto su calidad como su gránulo y volumen estable, que garantizan su buen funcio-

namiento en las máquinas.

NUEVOS SABORES Y NUEVAS RECETAS

La compañía no se queda atrás en cuanto a innovación y ha lanzado recientemente al mercado nuevos sabores y recetas para satisfacer las preferencias de los consumidores.

El cacao soluble “Chocolate a la taza” ha sido introducido para aquellos que buscan el sabor más tradicional y reconfortante, mientras que el “Laqtia Capuccino Carmen-Caramel” ha ganado popularidad por su dulzura y cremosidad, gracias a la combinación de café espresso 100% arábica, leche semidesnatada y el delicioso sabor a caramelo elaborado por Carmen.

La acogida de estos nuevos sabores ha sido excepcional, tanto en España como en otros mercados internacionales, lo que refleja la creciente demanda de experiencias de sabor innovadoras por parte de los consumidores.

CALIDAD DEL PRODUCTO

Estamos en un mundo de sabores, y frente a ello, las compañías dedicadas a la producción de solubles pueden mejorar el sabor de lo que prueba el consumidor. No hay que ignorar el potencial de los solubles, que diariamente mejoran su composición para ofrecer un pro-

ducto de CALIDAD.

¿Qué mejoras se han aplicado en el sector para respaldar tal afirmación?

La calidad y la salud son factores cruciales en la elección de solubles y bebidas, tal y como nos trasladan las compañías implicadas.

Por su parte, Laqtia ha realizado importantes mejoras en su proceso de fabricación y en la selección de materias primas para ofrecer productos de la más alta calidad.

Se enfocan en productos naturales sin aditivos artificiales y han introducido opciones más saludables, como bebidas sin gluten, sin lactosa, sin azúcar y opciones BIO elaboradas con ingredientes procedentes de la agricultura ecológica y ganadería sostenible.

OPCIONES MÁS SALUDABLES: "SIN"

Hablar de calidad implica hablar también de nuevas opciones más saludables: solubles sanos, sin gluten, sin lactosa, sin azúcar...

Los consumidores son cada vez más conscientes de la importancia de la alimentación y demandan productos más saludables y naturales.

"En el sector del unattended está tendencia está aumentando y nuestros clientes nos demandan cada vez más productos en esta línea", Laqtia.

Desde sus inicios en 2003, el objetivo de Laqtia es, precisamente, ofrecer productos naturales de alta calidad para el sector del, algo que han mantenido apostando por materias primas de la mayor calidad y eliminando o reduciendo al máximo en algunos productos el uso de aditivos.

Por ello ofrecen lácteos 100% naturales sin aditivos artificiales o Cacaos con certificado FairTrade de comercio justo, elaborados con materias primas certificadas y de máxima calidad que son sometidas a un avanzado proceso productivo con el que consigue un cacao soluble con las máximas garantías técnicas y de excelente sabor.

"Somos uno de los pocos fabricantes en España de bebidas instantáneas que cuenta con una gama de bebidas BIO elaborada con ingredientes procedentes de la agricultura ecológica libre de químicos y la ganadería ecológica que respeta al 100% las condiciones de los animales", Laqtia.

Por último, también cuentan con una amplia variedad de bebidas sin azúcar, sin lactosa, desnatados o semidesnatados.



"Nuestras bebidas se pueden combinar en las máquinas de vending para ofrecer productos únicos y diferenciales y eso es algo que trasladamos a nuestros clientes a los que formamos para que puedan crear combinaciones acordes a las demandas de sus consumidores locales, que les aporten diferenciación y una ventaja competitiva frente a su competencia.", Laqtia.

Acompañando al café con snacks premium

Uno de los aspectos fundamentales cuando hablamos de una nuevo salto cualitativo de la oferta de bebidas, sean frías o calientes, es saber acompañarlas con el snack adecuado; creando así un combo perfecto -y en cuestiones económicas, una venta cruzada potente-.

En ese sentido, las grandes marcas han sabido desarrollar todo un repertorio de snacks, postres y auténticas delicatessen, donde el precio ya no es el distintivo, sino la experiencia en sí misma.

Por ejemplo, la predilección por las cookies saludables ha conquistado el corazón de los consumidores y se ha convertido en una pareja perfecta para el café on the go.

Actualmente, los usuarios optan por snacks que sean sabrosos, nutritivos y fáciles de transportar, y las cookies saludables cum-

plan con todos estos requisitos.

"Las nuevas Cookies Natwins 40 son el compañero ideal para un café. Una buena cookie y un buen café son la fusión perfecta.", Natwins.

La popularidad de las cookies saludables se debe, entre otras cosas, a la conciencia al alza sobre la importancia de una alimentación balanceada. Los consumidores se informan cada vez más y desean salvaguardar su salud sin renunciar al placer de disfrutar de un dulce.

COFFEE CORNERS CON OPCIONES DE CAFÉ, CACAO Y SNACKS PREMIUM

Espacios de café que incorporan snacks más premium para conseguir una venta cruzada. ¿Pero cómo motivar esta venta cruzada de

snack+bebida?

Apelando, en primer lugar, a la versatilidad de las cookies. Estas pueden encontrarse en una amplia variedad de sabores, desde clásicos como avena y pasas hasta opciones más innovadoras como matcha y almendras.

Es decir, el usuario puede encontrar, no solo su café frío o bebida perfecta, sino su cookie ideal en base a sus gustos y preferencias.

Tal y como nos explican desde la compañía especializada en la producción de este tipo de productos, una galleta te permite poderla sumergir en el café. “Entonces buscamos que la combinación de los sabores entre ambos sea equilibrada y te motive a seguir hacerlo”, detallan.

Así, las colecciones Natwins evolucionan atendiendo las necesidades nutricionales y las tendencias de consumo. Dentro la gran oferta de producto snack, encontramos su punto diferenciador al resto por ser el saludable, pero a un precio asequible y para todos los públicos.

“Para a la elaboración de nuestras galletas y barritas utilizamos chocolates de alta calidad mayoritariamente utilizados en la bombonería. Que nos ofrecen un buqué excepcional y un salto cualitativo.”, Natwins.

RECETAS EQUILIBRADAS: ACOGIDA POR PARTE DEL CONSUMIDOR

Hablar de calidad implica hablar también de nuevas opciones más saludables. Está claro que la tendencia del sector camina hacia los productos más saludables.

Por este motivo, desde Natwins incorporan en sus colecciones recetas sin azúcar añadido, para veganos, con alto contenido en magnesio, alto contenido en calcio, alto contenido en fibra, hidratos de carbono de consumo lento, entre otros.

“Somos conocedores que fabricamos productos equilibrados / saludables pero sin olvidarnos que el sabor sea realmente rico. Para ello siempre nos abastecemos de la materia prima de los mejores proveedores en cuanto a la calidad y las certificaciones respecta”, Nawtins.

En ese sentido, tildan la acogida de las colecciones Natwins 40 y Natwins 50 de “espectacular”, al conseguir que los sabores percibidos por nuestros sentidos sea a través de los sabores de los ingredientes. En esencia, ingredientes en forma de galleta.

Apelando a la **nostalgia**: ¿por qué dejamos atrás el **cacao**?



El café es el gran aliado, pero no el único. Y es que aquí hay un contrapunto respecto al chocolate, al cacao. En la infancia, nuestro acompañante diario, y conforme vamos creciendo, este pasa a un segundo plano por la inclusión del café en nuestro quehacer (sobre todo en la adolescencia/jóvenes adultos, donde el café se toma de referencia como la “madurez”). Sin embargo, el cacao es un arma potente en esa conexión emocional

“Es una lástima que con el tiempo, el cacao pase a un segundo plano, y es importante entender por qué esto ocurre y cómo reconectar con esos recuerdos nostálgicos a través de bebidas frías a base de chocolate”, AEV.

LA TRANSICIÓN DEL CACAO AL CAFÉ

El cacao ha sido una bebida tradicional que ha acompañado a muchas culturas a lo largo de la historia, siendo una fuente de confort y alegría en la infancia.

Sin embargo, a medida que alcanzamos la adolescencia y la juventud adulta, nuestras preferencias parecen cambiar hacia el café, considerado por muchos como el símbolo de la madurez y la energía.

Esta transición del cacao al café puede estar influenciada por diversos factores, como la presión social, la incorporación a la vida laboral y el deseo de adquirir gustos más “adultos”. El cacao tiende a ser asociado con la inocencia y la niñez, mientras que el café se ve como una bebida más sofisticada y adecuada para el mundo adulto.

DESLIGARSE DEL CONCEPTO CALÓRICO E INDULGENTE: MUCHO MÁS ALLÁ DE UN CAPRICHIO

Uno de los principales desafíos del chocolate es que históricamente ha sido asociado con un alimento indulgente y calórico.

A medida que los usuarios se preocupan más por cuidar su salud y bienestar, especialmente cerca del verano, buscan soluciones bajas en azúcar y calorías. Esto ha llevado a que el consumo de chocolate se reduzca, ya que su imagen está ligada a la indulgencia y no a una opción saludable.

Sin embargo, las bebidas a base de chocolate y cacao ofrecen una oportunidad para romper con esta imagen y presentar una opción deliciosa y saludable para los consumidores.

A medida que los usuarios se preocupan cada vez más por cuidar su salud, buscan alternativas más saludables y bajas en calorías en sus opciones de consumo. Durante el

verano, esta tendencia se acentúa, ya que la gente tiende a buscar opciones refrescantes y menos pesadas.

Es importante destacar que el cacao en sí mismo tiene beneficios nutricionales, ya que es una fuente rica en antioxidantes y compuestos beneficiosos para la salud.

BEBIDAS A BASE DE CHOCOLATE Y CACAO: UNA OPCIÓN SALUDABLE

1. Bebidas con cacao natural: Utilizar cacao natural y sin aditivos añadidos permite que las bebidas sean una opción más saludable. El cacao puro es una fuente de antioxidantes y puede ofrecer un sabor intenso y auténtico a las bebidas.

2. Opciones bajas en azúcar: Las bebidas a base de chocolate pueden ser endulzadas con alternativas más saludables al azúcar refinado, como stevia o eritritol, para reducir la cantidad de azúcar sin comprometer el sabor.

3. Incorporar Ingredientes saludables: Agregar ingredientes saludables, como leche o bebidas vegetales bajas en grasas, puede mejorar el valor nutricional de las bebidas a base de chocolate y cacao, haciéndolas más atractivas para aquellos que buscan opciones más saludables.

4. Opciones personalizadas: Las máquinas automáticas permiten a los consumidores personalizar sus bebidas, lo que significa que pueden ajustar el nivel de dulzura o los ingredientes según sus preferencias y necesidades dietéticas.

EL PODER DEL CACAO EN LA CONEXIÓN EMOCIONAL

A pesar de esta transición, el cacao sigue siendo un arma potente en el mundo de las bebidas, especialmente cuando se trata de reconectar con la nostalgia y los recuerdos emotivos.



El aroma y sabor del cacao tienen la capacidad de evocar momentos especiales de la infancia: tardes lluviosas compartiendo una taza de chocolate caliente con nuestros seres queridos, celebraciones de cumpleaños con pasteles de chocolate o simplemente el reconfortante sabor de la merienda.

Podemos reavivar esos recuerdos nostálgicos ofreciendo opciones de bebidas frías a base de chocolate más saludables y bajas en azúcar, lo que permitirá a los usuarios disfrutar de ambas experiencias: el café como aliado energético y el cacao como un reconfortante y delicioso placer

Con esto presente, en Nestlé ofrecen distintos tipos de cacao para máquinas automáticas y que evidentemente también se pueden tomar en frío.

De esta forma, disponen de CACAO MIX, con un perfil más adulto; NESQUIK LACTÉ, para un público más joven; y su novedad más reciente, el Cacao a la taza bajo la marca PERUGINA, directamente de Italia, que ofrece un perfil de cacao en taza delicioso e ideal para mezclar con churros u otros snacks.

MERCADO DEL CACAO EN CIFRAS

El Cacao y Chocolate:

Impulso a través de las Exportaciones en un Mercado Cambiante

Dentro del sector del dulce, la categoría de cacao y chocolate continúa siendo la principal contribuyente por valor de producción en el sector del dulce, representando el 25,3% del total.

Destacan así las exportaciones de cacao y chocolate, que han mostrado un crecimiento del 17,3% en valor y del 9,9% en volumen. Estos resultados han contribuido a reducir el impacto negativo experimentado en términos globales por la categoría, logrando así mantener un crecimiento positivo en valor.

En cuanto al consumo en nuestro país, se ha producido un aumento del 3,7% en términos de valor.

A pesar de los desafíos, el cacao y el chocolate siguen siendo un componente crucial en el consumo de dulces en nuestro país, representando el 30,1% del valor total de ventas del sector.



El otro gran aliado del verano, y del **café**, el **agua**



El agua, como recurso esencial para nuestra vida y como ingrediente principal en la preparación del café, ha tomado un papel relevante en la conciencia de los consumidores y en el negocio del agua en general.

La creciente preocupación por el medio ambiente y la búsqueda de una alimentación más saludable han llevado a una clara preferencia por alternativas sostenibles y respetuosas con el entorno.

En este contexto, AEV (Agua en Estado Vivo) se ha posicionado como un actor crucial en el mercado, centrándose en los coffee corner y la fabricación de columnas de agua y sistemas de filtración. Estas soluciones ofrecen una alternativa respetuosa con el medio ambiente para el consumo de agua, eliminando la dependencia de las botellas de plástico desechables.

Las columnas de agua estratégicamente ubicadas en espacios públicos y privados, así como los sistemas de filtración para el hogar, brindan a las personas acceso a agua potable de calidad sin generar residuos necesarios.

Las columnas de agua son especialmente útiles en oficinas, centros comerciales, universidades y otros lugares concurridos, ya que permiten a los usuarios llenar sus botellas reutilizables de forma cómoda y segura.

Esto no solo promueve hábitos de consumo sostenible, sino que también contribuye a reducir la huella de plástico y la contaminación ambiental.

Por su parte, la reconocida marca BRITA se ha destacado en la distribución automática y

filtrada de agua. Su apuesta es clara: filtrar el agua proveniente de la red de distribución para ofrecer agua de máxima calidad y sabor excelente.

De esta manera, no solo se promueve un consumo más sostenible, sino que también se contribuye a la reducción de plásticos ya la sostenibilidad medioambiental.

BEBIDA EN SÍ MISMA Y LA GRAN COMPañERA DE UN BUEN CAFÉ

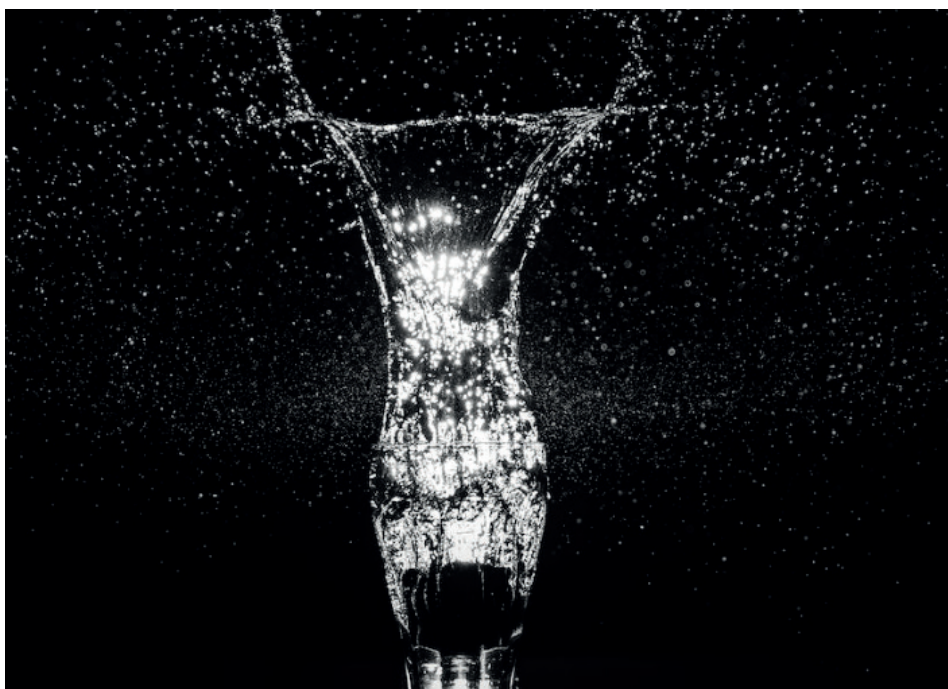
En cuanto a la relación entre el agua filtrada y la preparación del café, la importancia de utilizar agua de calidad se hace evidente. El agua es un elemento fundamental en la infusión del café, y su calidad influye directamente en el resultado final de la bebida.

El agua filtrada destaca por su capacidad para eliminar impurezas y sabores no deseados, permitiendo que los sabores y aromas naturales del café se destaquen sin interferencias.

Además, el filtrado del agua también puede contribuir a reducir la presencia de productos químicos y metales pesados, mejorando tanto el sabor como la salud de la bebida.

Al proporcionar un lienzo neutro y puro, el agua filtrada realza los sabores complejos y delicados del café, permitiendo que los amantes del café disfruten plenamente de esta exquisita infusión.

Además, el papel fundamental del agua filtrada en la preparación del café destaca su relevancia en el mundo de las bebidas y la importancia de garantizar una calidad óptima para una experiencia de café excepcional.



Y vinculado al **iced coffee**, el **RTD**



El mercado del café “Ready to Drink” (RTD) ha experimentado un crecimiento notable y seguirá siendo una tendencia destacada en 2023.

En 2022, un flujo de productores dedicados a la categoría de bebidas listas para beber ingresó al mercado, generando un aumento significativo en la oferta de café RTD en España. Aunque todavía no alcanza los niveles de consumo del café tradicional, el formato cold brew ha destacado por su tasa de crecimiento excepcional, liderando todas las categorías de café.

La diversificación de opciones y la integración de nuevas tendencias han sido claves para mantener la demanda en constante expansión.

Dos innovaciones destacadas en el RTD son la incorporación de bebidas vegetales alternativas a la leche tradicional y el enfoque en el café funcional, que busca ofrecer opciones más nutritivas y con beneficios para el bienestar.

El uso de bebidas vegetales, más allá de las opciones conocidas de soja y avena, ha abierto un abanico de posibilidades para aquellos consumidores que prefieren alternativas más saludables y sostenibles.

Asimismo, la incorporación de ingredientes funcionales en el café RTD ha brindado opciones enfocadas en mejorar la salud, el rendimiento o el bienestar general de los consumidores.

Otra estrategia para cautivar a un público es diversificar la exploración de sabores exóticos y dulces, como el chocolate, el caramelo o la vainilla. Estos sabores seductores atraen a los consumidores que prefieren sabores más indulgentes y buscan variedad en su experiencia de consumo.



La popularidad del café helado está relacionada con el café RTD, ya que la creciente diversidad en el uso del café en productos envasados y listos para beber ha impulsado la demanda de opciones frías y refrescantes.

Los consumidores pueden encontrar una amplia gama de sabores y combinaciones, des-

de el clásico café helado con leche de almendras o coco, hasta opciones más destacadas y atractivas con sabores como caramelo o vainilla.

En este contexto, las empresas de distribución automática han desempeñado un papel relevante al ofrecer una variedad de opciones en el segmento RTD.

AEV, por ejemplo, ha desarrollado una amplia gama de solubles para bebidas frías y calientes que satisfacen las necesidades y demandas de sus clientes. Leche, chocolate, Irish coffee, cappuccino avellana y cappuccino vainilla son algunos de los solubles más solicitados, que han demostrado ser especialmente populares entre los consumidores.

La empresa también ha lanzado la máquina de café súper automática “Jasmina Pro”, diseñada específicamente para satisfacer las necesidades del mercado RTD, con un sistema para leche fresca fría y caliente, así como dos contenedores de productos solubles, ofreciendo una experiencia completa y personalizada para los amantes del café.

Además, la compañía ha innovado en el concepto de RTD, ofreciendo listas de bebidas para tomar que se adaptan a las tendencias del mercado y las preferencias del cliente. Su gama de RTD incluye café helado y otras bebidas refrescantes a base de café y cacao, necesidad a los consumidores comodidad y rapidez en su experiencia de consumo.



HOSHIZAKI

LEADING NATURALLY

¿Sabías que puedes ahorrar **miles de euros** con el nuevo dispensador de cerveza automático **BEERMATIC?**

DUAL TAP

¡Calculato aquí!



SCAN ME





El cuestionable modelo de reciclaje de plástico en España: ¿Un sistema corrupto?

EL MODELO DE RECICLAJE DE PLÁSTICO EN ESPAÑA HA SIDO OBJETO DE CRÍTICAS Y SEÑALAMIENTOS EN LOS ÚLTIMOS TIEMPOS. DIVERSOS INFORMES Y EXPERTOS EN LA MATERIA HAN PLANTEADO SERIAS DUDAS SOBRE LA EFICACIA Y LA TRANSPARENCIA DE DICHO SISTEMA LA RECUPERACIÓN Y EL RECICLAJE DE ENVASES.



Uno de los principales puntos de controversia se dirige hacia el lobby del reciclaje en España, Ecoembes, una entidad supuestamente dedicada a fomentar la recuperación y el reciclaje de envases. Sin embargo, voces críticas sostienen que parte de los recursos de esta organización "sin ánimo de lucro" no se destinan a mejorar la infraestructura del sistema, generando interrogantes sobre su verdadero interés y transparencia.

Demasiadas trabas para superar los niveles actuales de concienciación, falta generalizada de motivación para la separación de los residuos desde casa, escasez o prácticamente ausencia de una información veraz y responsa-

ble sobre lo que hay detrás de los contenedores.... O simplemente una gestión ineficaz de todo el sistema pueden ser apuntados como principales causas al grave déficit que, por desgracia, continuamos viviendo.

El resultado son un montón de preguntas sobre lo que se podría hacer y muy pocas entidades las que estén dispuestas a dar respuesta... Aunque por suerte cada día hay más.

ECOEMBES A LA PALESTRA: "NO FUNCIONA NI SOLUCIONA NADA"

Ecoembes, reconocida como la organización líder en la gestión de residuos de envases en España, es señalada por su supuesta falta de compromiso real con la mejora del sistema de

reciclaje de plástico en el país. A pesar de ser una entidad que se autodenomina "sin ánimo de lucro", hay evidencias que apuntan a una gestión poco transparente de los recursos y un enfoque centrado en intereses particulares.

Así lo atestiguan desde la propia Greenpeace en sus últimos estudios realizados sobre esta compañía. A juicio de la organización, "Ecoembes es una empresa que trata de hacerse pasar por organización medioambiental, pero que en realidad está formada por las mismas marcas que nos inundan de plástico y que no tiene ningún interés en reducir el plástico de un solo uso".



LA INFLUENCIA DEL LOBBY

La sospecha de que el lobby del reciclaje, representado por Ecoembes, tiene intereses particulares en mantener un sistema de reciclaje que no funcione de manera óptima ha generado un fuerte debate en la sociedad.

Algunos críticos argumentan que un sistema ineficiente e ineficaz permite que ciertas empresas sigan produciendo envases de plástico sin asumir la responsabilidad total de su gestión y fomenta la dependencia de los vertederos y la incineración como métodos de tratamiento de residuos.

Según Greenpeace, Ecoembes obtiene sus ingresos de los envases consumidos y desechados, lo que ha llevado a la organización ecologista a afirmar que “cuantos más envases de usar y tirar se produzcan, más aumenta su negocio”. Esta situación plantea un conflicto de intereses, ya que se crea una dependencia económica de la generación de residuos en lugar de fomentar la reducción y la reutilización de envases.

Otro aspecto preocupante es el hecho de que Ecoembes solo se responsabilice de los envases depositados en los contenedores amarillo y azul, dejando de lado aquellos que terminan en el medio ambiente o en el contenedor gris.

Esto significa que los ciudadanos y los ayuntamientos deben asumir el coste de ges-



tionar los residuos que Ecoembes no se hace cargo, una cifra estimada en 1.700 millones de euros al año. Esta situación plantea interrogantes sobre la equidad y la justicia del sistema de reciclaje actual.

Mientras Ecoembes afirma tener una tasa de reciclaje del 75 por ciento, Greenpeace sostiene que “solo se recicla el 25 por ciento de los envases de plástico y el resto acaba enterrado en vertederos, exportado a otros países con menos recursos, arrojado a nuestros campos y mares o incinerado, generando grandes cantidades de CO₂”.

Estas cifras ponen en duda la efectividad del sistema de reciclaje actual y plantean la necesidad de una mayor transparencia y control sobre las acciones de Ecoembes.

Además de estas acusaciones, se critica el destino de los fondos recaudados por Ecoembes. Se afirma que una parte importante de estos recursos se destina a pagar sueldos millonarios a la directiva y a la plantilla de la organización, a pesar de su supuesta condición de “sin ánimo de lucro”.

También se señala que se invierten ingentes cantidades de dinero en campañas de relaciones públicas y de “greenwashing” para mejorar la imagen de la empresa, incluso agasajando a periodistas y políticos con viajes de

lujo y eventos exclusivos.

LA URGENCIA DE UN CAMBIO

Ante las crecientes preocupaciones sobre la transparencia y la eficacia del modelo de reciclaje de plástico en España, se hace evidente la necesidad de una revisión exhaustiva y un cambio de paradigma.

Es imperativo que se promueva una mayor rendición de cuentas por parte de Ecoembes y se establezcan mecanismos de control independientes que garanticen la correcta utilización de los recursos destinados al reciclaje.

Entre estas alternativas, se encuentran el Sistema por Recompensa (SDDR), apoyándose sobre todo en el reverse vending y las máquinas compactadoras, que podrían ofrecer soluciones innovadoras y más sostenibles para abordar la problemática de los residuos.

El reverse vending es un sistema que permite a los ciudadanos depositar envases vacíos en máquinas especiales a cambio de una recompensa, ya sea en forma de dinero, cupones de descuento o puntos canjeables.

Este enfoque no solo fomenta la participación ciudadana en el reciclaje, sino que también crea un incentivo económico para reducir la generación de residuos y promover la reutilización de envases.

Además, las máquinas compactadoras son otra opción que podría contribuir a mejorar la eficiencia del proceso de reciclaje. Estas máquinas permiten reducir el tamaño de los envases y compactarlos, lo que facilita su almacenamiento y transporte hacia las plantas de reciclaje. Al ocupar menos espacio, se optimizan los recursos y se reducen los costos asociados con la gestión de los residuos.

“En España el mercado es incipiente, principalmente porque existe una lucha de poder de dos sectores enfrentados como son El sistema integrado de gestión actual (Ecoembes) y la promoción por otra parte interesada en el Sistema de Depósito (básicamente empresas que venden esta tecnología)”, ya nos lo exponía en su momento Antonio Díaz Prieto, Directortécnico de Reverse Vending Spain.

Según Díaz, el SDDR obligaría a instaurar un nuevo gestor del sistema (es decir, otro Ecoembes, pero sin Ecoembes), provocando un nuevo sistema que no perjudica a Ecoembes directamente (si partimos de la hipótesis de que verdaderamente es una entidad sin ánimo de lucro). Lo que no se puede negar es que de un modo u otro se estaría rompiendo la estructura de poder que Ecoembes ha creado.



GAGGIA
MILANO

la Solare
Light up your break

Un servicio de alto nivel
en todo momento
y en cualquier lugar

2 TIPOS DE CAFÉ EN GRANO

MAYOR ESTABILIDAD TÉRMICA

DESDE EL PRIMER CAFÉ, GRACIAS AL GRUPO
DE CAFÉ CON CÁMARA METÁLICA

REGULACIÓN ELECTRÓNICA

DE **LA EMULSIÓN DE LA LECHE FRESCA**
EN CADA BEBIDA

LIMPIEZA AUTOMÁTICA



LA SUPERAUTOMÁTICA IDEAL PARA ENTORNOS
OFFICE COFFEE SERVICE, OFICINAS PREMIUM Y COFFEE TO GO

 **LECHE FRESCA**

 **PROTOCOLO MDB PARA SISTEMAS DE PAGO**

 **TELEMETRÍA (OPCIONAL)**

Oportunidades laborales y recorte de costes gracias a la IA



La distribución automática podría experimentar una transformación revolucionaria gracias al potencial de la Inteligencia Artificial (IA), una realidad que, además, está demostrando cómo esta tecnología está revolucionando la forma en que las empresas distribuyen sus productos y servicios.

El estudio presentado por Futurum Group y DES - Digital Enterprise Show revela cómo los directivos perciben y responden a la transformación digital en sus negocios e industrias.

En los últimos tres años, se ha observado un aumento significativo en la competencia digital y la confianza en las nuevas tecnologías. Un 55% de los encuestados se considera líder digital en su industria, mientras que solo un 17% cree que sus organizaciones están adoptando lentamente la tecnología.

Uno de los hallazgos interesantes del estudio es que el 43% de los encuestados afirma que las nuevas tecnologías, incluida la IA, han creado oportunidades laborales.

Esto desafía la creencia anterior de que la automatización y la IA llevarían a una disminución en la creación de empleo.

A medida que la IA se convierte en una parte fundamental de la estrategia tecnológica de las organizaciones, se espera que surjan nuevos tipos de empleo de mayor valor.

Según Daniel Newman, CEO de The Futurum Group, cada revolución tecnológica ha sido un catalizador para la creación de nuevos puestos de trabajo.

Aunque aún no está claro cómo serán estos empleos en la actual revolución, el escenario que se abre es fascinante y lleno de posibilidades.

En la cumbre internacional DES2023, reconocidos gurús tecnológicos como Vala Afshar y Mike Hayes han compartido su perspectiva sobre el papel de las personas en el proceso de digitalización.

Han destacado la importancia de los equipos, la eficiencia en los modelos de negocio y la humanización de la tecnología.

Afshar ha subrayado la necesidad de desaprender para continuar con la transformación digital y ha enfatizado la importancia de la energía y la información para lograr el éxito empresarial.

POSIBILIDADES DE LA IA EN LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA

La IA ha demostrado su valía en una amplia gama de aplicaciones, y la distribución automática no es una excepción. Desde máquinas expendedoras de alimentos y bebidas hasta dispensadores de productos farmacéuticos o incluso de productos electrónicos, la IA está optimizando los procesos y mejorando la interacción con los usuarios.

Uno de los aspectos más destacados del uso de la IA en la distribución automática es su capacidad para recopilar y analizar grandes cantidades de datos en tiempo real.

Los sensores y las cámaras integrados en las máquinas pueden recopilar información sobre la demanda de productos, las preferencias de los clientes y los patrones de consumo. Esta información se utiliza luego para tomar decisiones más inteligentes sobre la gestión del inventario, la personalización de las ofertas y la optimización de los precios.

Por otro lado, también está mejorando la experiencia del cliente en la distribución automática. Los algoritmos de aprendizaje automático permiten adaptar las recomendaciones y las ofertas a las preferencias individuales de cada cliente.

Además, la IA puede proporcionar recomendaciones en tiempo real basadas en factores como la ubicación, el clima y las tendencias actuales.

Esto asegura que los clientes reciban una experiencia personalizada y relevante cada vez que utilizan una máquina expendedora.

La IA también está impulsando la eficiencia operativa en la distribución automática. Los sistemas de IA pueden predecir las necesidades de reabastecimiento de las máquinas y optimizar las rutas de entrega, lo que reduce los costos y mejora la eficiencia logística.

Asimismo, la IA permite la detección temprana de problemas o averías en las máquinas, lo que facilita el mantenimiento preventivo y minimiza los tiempos de inactividad.



Todavía no tienes
tus máquinas vending
CONECTADAS



Nueva SIM M2M **Multi-cobertura** especial para Operadores Vending
Conecta tu base de terminales de forma segura

Alai Secure

España · Colombia · Chile · Perú



El poder de la **restauración automática**: Los **platos preparados** en expendedoras revitalizan la industria



La industria de la distribución automática en Japón continúa en constante evolución y adaptación a las necesidades cambiantes de los consumidores.

Según datos recientes correspondientes a finales de 2022, el país cuenta actualmente con un total de 3,9 millones de máquinas expendedoras. Dentro de este mercado, las máquinas de bebidas, incluyendo refrescos, café y licores, lideran el terreno con 2,24 millones de unidades, seguidas por las de artículos de primera necesidad (aproximadamente 201.500 unidades), tabaco (92.300) y comida (77.700).

REVITALIZANDO LA CULTURA DEL UNAT-TENDED EN JAPÓN: MÁQUINAS EXPENDEDORAS DIVERSIFICAN SU OFERTA CON SUSHI, CARNE DE WAGYU Y HASTA CAVIAR

Resulta interesante destacar que la categoría de comida ha sido la pionera en innovación en este campo, y ha experimentado un ligero repunte en la tendencia bajista que se ha observado en las máquinas expendedoras en Japón en los últimos tiempos.

Esto se debe en gran medida al impacto de la

pandemia, que ha modificado los hábitos de compra de la población y ha impulsado a las máquinas expendedoras como una opción conveniente y sin contacto para adquirir comida y otros productos.

De hecho, las compañías fabricantes japonesas consideran que la venta de comida caliente y preparada a través de las máquinas automáticas puede llegar a revitalizar la industria.

Esta tendencia, de hecho, crece al alza y supera las fronteras de pequeños restaurantes, llamando ya la atención de marcas destacadas en el país, como la reconocida firma de fideos preparados Ringer Hut o Matsuyafoods Holdings.

Así, productos como el caviar, el sushi, el sashimi e incluso la carne de wagyu han encontrado su espacio en las máquinas expendedoras. También se han incorporado platos congelados para cocinar en casa e incluso insectos comestibles.

Además, se han introducido productos más inusuales, como la carne de ballena, comercializada por la compañía Kyodo Senpaku, que planea instalar 100 puntos de venta en el país en los próximos cinco años.

A medida que los productos comercializados

LOS PROFESIONALES DEL SECTOR ESTIMAN QUE LA VENTA DE COMIDA CALIENTE Y PREPARADA A TRAVÉS DE LAS MÁQUINAS EXPENDEDORAS PUEDEN LLEGAR A REVITALIZAR LA INDUSTRIA.

se diversifican, lo hace en sintonía con el desarrollo tecnológico.

En los últimos años, han apostado por la digitalización, incorporando pantallas táctiles que reemplazan a los escaparates tradicionales, así como nuevos métodos de pago. Incluso han experimentado con la biometría y el reconocimiento facial para ofrecer programas de fidelización y experiencias sin contacto físico.

IMPACTO AMBIENTAL, EL OTRO MOTOR DE CRECIMIENTO

Algunas marcas también se están enfocando en el impacto ambiental. Por ejemplo, la firma Asahi realizó pruebas durante el mes de junio con una máquina automática que contiene un material capaz de absorber dióxido de carbono mientras aspira aire para enfriar o calentar las bebidas en su interior.

Este material, elaborado a partir de varios minerales, se solidificó posteriormente con otros finos industriales, como la fabricación de fertilizantes

Estos desarrollos son ejemplos de cómo la industria de la distribución automática apuesta por la innovación al tiempo que mantiene los códigos de una fórmula de consumo que ya forma parte de la identidad nipona.

Tanto los fabricantes de dispositivos como los contenidos que han demostrado su adaptabilidad para evolucionar junto al comportamiento de los ciudadanos y satisfacer sus nuevas necesidades, construyendo así la cultura de la restauración automática que, poco a poco, va calando en todos los rincones del mundo.





7 de cada 10 consumidores prestan mucha atención a la **innovación** en las máquinas expendedoras

En general, las máquinas expendedoras de bebidas calientes se utilizan con mayor frecuencia en la distribución automática española. Por otro lado, la mayoría de los usuarios consideran bastante importante el uso de agua filtrada, no solo para la calidad de la bebida, sino por la seguridad higiénica o la prevención de incidencias en la máquina, entre otras variables.

Según un nuevo estudio de la EVA respecto al comportamiento de los consumidores, en España, la frecuencia de uso de las máquinas automáticas de bebidas calientes aglomera, semanalmente, un 44% sobre el total, repartido entre opciones como 2 o 3 veces a semana, con un 13%; siendo un porcentaje más frecuente que por ejemplo una vez a la semana o una vez al mes.

El 22% sobre el total lo aglutinan aquellos que tan solo consumen en la máquina una vez al mes. Estos porcentajes se repiten en el segmento de las máquinas refrigeradas, con un

reparto muy similar de la periodicidad de consumo.

El informe, realizado por GFK por encargo de la EVA se centra en el panorama del café y los alimentos adquiridos por la población activa, y abarca el consumo tanto en el hogar como fuera de este, analizando en profundidad el comportamiento con respecto a las máquinas expendedoras.

INMERSIÓN PROFUNDA EN LAS MÁQUINAS EXPENDEDORAS DE BEBIDAS CALIENTES

Al igual que en los otros países analizados, prácticamente la mayoría (91%) utiliza las máquinas expendedoras de bebidas calientes para consumir café, o bebidas a base de café (recordemos que cada vez hay más posibilidades de personalizar la bebida, algo que atrae mucho al consumidor). El resto optaría por bebidas calientes como té, bebidas a base de ginseng, etc.

FILTROS DE AGUA: CADA VEZ MÁS IMPORTANTES

El estudio refleja una realidad que llevábamos tiempo notando, la creciente concienciación

tanto de clientes como de usuarios finales respecto a los sistemas de filtración de agua.

De hecho, en Hostelvending dedicamos una sección concreta y especializada en el tratamiento del agua y los diferentes sistemas de filtración destinados a la distribución automática. Puedes echarle un vistazo **AQUÍ**.

Volviendo al estudio, la importancia de usar agua filtrada para los consumidores en España se basa en diferentes variables, como la seguridad higiénica, la mejora de la calidad de la bebida, la prevención del gasto energético o la prevención de la rotura de la máquina por la incrustación de cal. En todas ellas, la mitad de los encuestados lo consideran bastante importante (entre el 50% y el 40%) y muy importante (entre el 54 y el 42%).

NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES EN LAS MÁQUINAS DE BEBIDAS CALIENTES

La limpieza, el buen funcionamiento y una buena relación calidad-precio son las características esenciales de las máquinas expendedoras de bebidas calientes para los usuarios de nuestro país.

Esencialmente, la importancia radica en la

seguridad (83%), ya sea higiénica o alimentaria; pero también ligada a la búsqueda de productos y referencias conocidas...

A ello se suman otras necesidades como la gratificación y el bienestar, entendido bajo el prisma de su facilidad de uso, la inclusión de opciones saludables o el compromiso con el medio ambiente.

No obstante, una de las más destacadas realmente es la libertad, con casi el mismo porcentaje que el primero en la lista.

Cuando hablamos de libertad, nos referimos a la libertad de elección: si el operador ofrece una buena relación calidad-precio, si la máquina está situada en un lugar limpio y de fácil acceso, si dispone de una gama más amplia de productos y de distintas dietas (intolerancias, veganismo...), así como en la integración de opciones de pago diversas.

OTRAS CONCLUSIONES: INNOVACIÓN E INTEGRACIÓN DE DIFERENTES SISTEMAS DE PAGO

🌐 En general, los consumidores utilizan más las máquinas expendedoras de bebidas calientes que las refrigeradas.

🌐 Ambos tipos de máquinas expendedoras podrían mejorarse ofreciendo más opciones de pago y ofreciendo alternativas saludables. En el caso de las máquinas expendedoras refrigeradas, podrían mejorarse (la percepción sobre) los aspectos relacionados con la calidad.

🌐 El deseo de más opciones de pago se refleja en las preferencias de pago divididas. Todas las opciones de pago modernas abarcan también a más de la mitad de los consumidores, aunque las monedas también son populares.

🌐 Hay mucho interés en las innovaciones dentro del sector de la distribución automática. Casi todas las innovaciones pueden contar con el interés de al menos 7 de cada 10 personas. El conocimiento sobre estas innovaciones es más limitado. Puede ser una buena idea promover esas innovaciones.





Si los **restaurantes** que **aumentan sus precios** crecen en consumo, ¿por qué no hacerlo en la **distribución automática**?



EL PANORAMA ACTUAL DE LOS PRECIOS EN EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN HA DESPERTADO EL INTERÉS DE ANALISTAS Y CONSUMIDORES POR IGUAL. SEGÚN EL RECIENTE INFORME 2023 DEL OBSERVATORIO DE LA HOSTELERÍA, UN CONSIDERABLE 82% DE LOS RESTAURANTES HA AJUSTADO AL ALZA SUS PRECIOS EN LOS ÚLTIMOS CUATRO MESES.

Esta tendencia ha generado cierta preocupación entre los comensales habituales, quienes han sido testigos de un incremento palpable en sus facturas al visitar sus establecimientos favoritos.

Sin embargo, los datos revelados por el Observatorio Confimprese-Jakala en su último estudio, que abarca el periodo de enero a abril, aportan una perspectiva sorprendente: a pesar de los ajustes en los precios, el consumo en el negocio de la restauración experimentó un crecimiento significativo del 17,9%. Esto pone de manifiesto que el aumento en los costos no ha disuadido a los clientes de disfrutar de la experiencia gastronómica.

De hecho, resulta aún más llamativo constatar que en el mismo sector existen casos donde la subida de precios no solo no ha provocado una disminución en la clientela, sino que ha

llevado a un aumento en el número de comensales.

Este fenómeno demuestra que el temor arraigado de que los clientes se alejen debido a las alzas de precios no se ha materializado en los restaurantes, donde la factura promedio ronda los 30 euros, una cantidad considerablemente mayor en comparación con las máquinas expendedoras.

Por su parte, las máquinas expendedoras, tradicionalmente asociadas con productos de bajo costo y conveniencia, están experimentando un cambio significativo en su enfoque comercial.

En los últimos meses, se ha observado una tendencia creciente en la industria de las máquinas automáticas, donde un 82% de ellas ha decidido subir sus precios en busca de ofrecer productos de mayor calidad y satisfacer las

demandas cambiantes de los consumidores.

Hasta ahora, estas máquinas han sido conocidas por su selección limitada y sus opciones de alimentos y bebidas más económicas.

Sin embargo, los operadores del sector están explorando nuevas estrategias para destacar en el mercado y brindar a los consumidores una experiencia más satisfactoria.

Apostando por la calidad, están aumentando los precios para ofrecer productos de mayor valor, con ingredientes frescos, opciones saludables y sabores exquisitos.

Este cambio en la estrategia se basa en la premisa de que los consumidores están dispuestos a pagar más por productos de calidad y conveniencia, incluso en el contexto de las máquinas expendedoras.

Según estudios recientes, los consumidores están buscando opciones más saludables y alimentos gourmet, incluso cuando están en movimiento o no tienen acceso a un establecimiento de comida tradicional.

Por lo tanto, subir los precios en las máquinas expendedoras no solo busca mejorar la calidad de los productos, sino también satisfacer las expectativas cada vez más altas de los clientes.



Este contraste plantea una pregunta intrigante: si en la venta de alimentos y bebidas en general no se ha experimentado una pérdida de consumo, ¿por qué nos da la sensación de que en los últimos cuatro meses el incremento de precios en estas máquinas es notablemente inferior al 82% mencionado?

Esta discrepancia invita a reflexionar sobre

las dinámicas del mercado y los factores que influyen en la forma en que los consumidores responden a los cambios en los precios. Es posible que existan distintas variables en juego, como la comodidad, la oferta de productos específicos o la experiencia global de consumo, que impacten de manera diferencial en la aceptación de las modificaciones de precios.

Éxito hotelero español: 27 cadenas se posicionan entre las 300 más grandes a nivel mundial

El crecimiento del sector hotelero ha experimentado un impulso significativo en los últimos años gracias a la implementación de innovaciones y servicios automatizados.

Según el prestigioso ranking elaborado por Hotels Magazine, un total de 27 cadenas hoteleras españolas se encuentran entre las 300 más grandes del mundo en términos de número de habitaciones. Esta destacada presencia de empresas españolas en la clasificación es un reflejo de su éxito y posicionamiento en la industria global.

Encabezando la lista mundial se encuentran gigantes internacionales como Marriot International, Jin Jiang International Holdings de China y Oyo Rooms de India.

Sin embargo, es destacable la presencia de las compañías hoteleras españolas en los primeros puestos del ranking. Meliá Hotels International, Barceló Hotel Group y Riu Hotels &

Resorts son las tres primeras empresas de nuestro país que aparecen en la clasificación, demostrando su relevancia y alcance en el mercado global.

Además, es importante destacar que el Grupo Hotusa lidera el ranking mundial de consorcios hoteleros por octavo año consecutivo.

Con un total de 3.035 hoteles asociados y 297.430 habitaciones comercializadas, el Grupo Hotusa ha consolidado su posición como referente en la industria hotelera a nivel internacional. Esta distinción demuestra su capacidad para adaptarse a las demandas del mercado y ofrecer servicios de calidad.

La apuesta por la innovación y la implementación de servicios automatizados ha sido un factor clave en el crecimiento de la facturación de las empresas hoteleras.

La adopción de tecnologías como el check-in y check-out automáticos, sistemas de control de acceso basados en tarjetas inteligentes y

máquinas automáticas ha mejorado la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

Estas innovaciones permiten agilizar los procesos, reducir costos y ofrecer servicios más personalizados, lo que se traduce en un aumento de la satisfacción del cliente y, en última instancia, en un crecimiento de los ingresos.

La presencia de snacks saludables y opciones equilibradas en la restauración automática también es un factor determinante. Los huéspedes buscan opciones sabrosas pero también saludables durante su estancia en los hoteles, y las cadenas hoteleras han respondido a esta demanda ofreciendo una variedad de snacks y alimentos con valor añadido.

Esta atención a las preferencias del consumidor ha contribuido al crecimiento de la facturación de las empresas hoteleras, ya que los huéspedes valoran cada vez más la oferta de opciones saludables y equilibradas.

El reciclaje incentivado de textiles en Finlandia abre nuevas posibilidades para el reverse vending



El proyecto piloto de reciclaje incentivado de textiles en Lahti, Finlandia, demuestra que es posible inspirar un cambio en los comportamientos de los consumidores mediante la implementación de sistemas de recompensas.



Con una tasa alarmante de residuos textiles desechados cada año, España podría beneficiarse de este enfoque para promover una mayor conciencia y participación en el reciclaje textil; y en lo que respecta al sector de la distribución automática, una nueva oportunidad para implementar contenedores automáticos de reciclaje.

El problema de los residuos textiles es alarmante a nivel mundial, con millones de toneladas de prendas desechadas cada año. Sin embargo, Finlandia está dando un paso adelante al implementar un proyecto piloto en la ciudad de Lahti que busca incentivar el reciclaje de textiles a través de un sistema de recompensas.

Inspirado en el exitoso sistema de depósito de envases de bebidas del país, este enfoque innovador tiene como objetivo cambiar los hábitos de los consumidores y fomentar la recogida selectiva de textiles usados.

Así, Finlandia ya ha logrado un impresionante 97% de tasa de reciclaje de latas de aluminio, por lo que se espera que una pequeña recompensa incentive aún más el reciclaje de textiles.

Cada europeo medio tira alrededor de 11 kg de textiles al año, lo que representa una enor-

me cantidad de residuos que terminan en vertederos o se incineran.

Aunque la recogida selectiva de residuos textiles está prevista en toda la Unión Europea para el año 2025, cambiar los hábitos de los consumidores es fundamental para lograr una mejora significativa en este problema.

LA NUEVA LEY DE RESIDUOS DE FINLANDIA

El país nórdico dio un paso significativo hacia la economía circular de los textiles al implementar una nueva ley a principios de año. Esta ley obliga a las ciudades y municipios a proporcionar contenedores de recogida selectiva de residuos textiles, lo que permitirá que la ropa y los textiles domésticos desechados se reciclen como fibra reciclada.

Este enfoque legislativo refuerza la responsabilidad compartida entre los consumidores, los gobiernos locales y las empresas en la promoción de la circularidad en la industria textil.

EL IMPACTO POTENCIAL EN ESPAÑA

La pregunta que surge ahora es si este enfoque de reciclaje incentivado podría funcionar en España.

Si bien cada país tiene sus propias características y desafíos, la experiencia finlandesa

demuestra que la implementación de políticas y sistemas de recompensas puede tener un impacto significativo en los hábitos de reciclaje de los ciudadanos.

En España, donde el consumo de moda es alto y la conciencia sobre el reciclaje textil está en aumento, la adopción de un sistema de incentivos podría ser un paso en la dirección correcta.

Sin embargo, se requeriría un esfuerzo conjunto de los gobiernos locales, las empresas y los ciudadanos para establecer infraestructuras de recogida selectiva efectivas y crear una cultura de reciclaje sostenible.

APLICANDO EL REVERSE VENDING AL RECICLAJE TEXTIL

Siguiendo esta línea, el proyecto piloto en Lahti podría adaptar el concepto del reverse vending al ámbito del reciclaje textil.

Los ciudadanos que clasifiquen y reciclen sus textiles usados recibirán una pequeña recompensa, similar al sistema utilizado para los envases de productos de las máquinas -u otros segmentos-.

Esta estrategia no solo incentiva la participación de los consumidores, sino que también promueve la recogida selectiva y el tratamiento adecuado de los residuos textiles.



Jofemar
VENDING



Disfruta de una nueva
experiencia de compra

JOFEMAR

Ctra. Marcilla km 2
31350 PERALTA. Navarra SPAIN
Tel. +34 948 75 12 12

www.jofemar.com

Agua: el compañero ideal para disfrutar del **café** al máximo nivel



LaEl vínculo entre beber agua antes de disfrutar de una taza de café y la importancia del agua filtrada es evidente cuando consideramos la calidad de los componentes que conforman nuestra bebida. Pero más allá de ser uno de los dos ingredientes fundamentales del café, se convierte en la gran compañero, como bebida, siendo recomendable beber agua mientras disfrutamos de nuestro café favorito.

Servir un vaso de agua junto a un café es una práctica común en varios establecimientos, y detrás de este gesto, existe todo un fundamento que los expertos en café están trasladando actualmente.

Y de hecho, hacen hincapié en las dos razones principales por las que es recomendable beber agua mientras disfrutamos de esta popular bebida.

Aparentemente, beber un buen café va de la mano de un vaso de agua por dos motivos fundamentales.

La primera razón, según nutricionistas y especialistas en café, es limpiar la boca de otros sabores anteriores. Después de comer una comida o haber consumido otras bebidas, nuestro paladar puede quedar influenciado por esos sabores residuales, lo cual puede afectar negativamente la apreciación del café.

Al tomar un sorbo de agua antes de disfrutar de tu café, estás eliminando cualquier sabor que pueda interferir con el auténtico gusto y aroma de esta bebida milenaria. Sin embargo, es importante tener en cuenta que esta razón pierde relevancia si añadimos leche o azúcar al café; estos ingredientes enmascaran su sabor original.

La segunda razón radica en el comportamiento que adoptamos cuando tenemos sed. En general, tendemos a beber más rápidamente al tener sed, lo cual puede afectar negativamente nuestra capacidad de disfrutar plenamente del café.

Para saborear cada sorbo y apreciar todos los matices del café, es recomendable tomar un vaso de agua antes de comenzar. Esto eliminará cualquier posible sensación de sed, permitiendo disfrutar del café lentamente y en toda su plenitud.

Además de las razones mencionadas, también es importante considerar la calidad del agua que acompañará a tu café.

El agua debe ser sin gas y no demasiado fría, ya que el agua con gas puede causar irritación y acidez estomacal cuando se combina con el café.

Por otro lado, el agua fría puede afectar de

forma negativa a las papilas gustativas, lo que puede disminuir la apreciación de los sabores del café. Si deseas experimentar el verdadero sabor de tu café, se recomienda tomar medio vaso de agua a temperatura ambiente antes de empezar a beberlo.

Recuerda, el agua de calidad filtrada es esencial para garantizar una experiencia de café óptima. Al seguir este consejo, el usuario final apreciará completamente la complejidad y los matices del café, sumergiéndose en una experiencia sensorial única.

LA IMPORTANCIA DE UN AGUA FILTRADA CERTIFICADA

El vínculo entre beber agua antes de disfrutar de una taza de café y la importancia del agua filtrada es evidente cuando consideramos la calidad de los componentes que conforman nuestra bebida.

El agua es un elemento fundamental en la preparación del café, ya que constituye la base principal de esta infusión. Por lo tanto, la calidad del agua utilizada juega un papel crucial en el resultado final de nuestro café.

El agua filtrada se destaca por su capacidad para eliminar impurezas, contaminantes y sabores no deseados, lo que resulta en un agua más limpia y de mejor calidad.

Al utilizar agua filtrada en la preparación del café, nos aseguramos de que los sabores y aromas naturales del café se destaquen sin la



interferencia de sustancias no deseables.

Además, como los expertos en el agua como Brita sostienen, el filtrado del agua puede ayudar a reducir la presencia de productos químicos, como cloro o metales pesados, que pueden afectar tanto el sabor como la salud.

Al eliminar estas sustancias, el agua filtrada proporciona un lienzo neutro y puro para realzar los sabores complejos y delicados del café.

Y como decíamos anteriormente, no solo es importante destacar el agua utilizada en la preparación del café debe ser filtrada, sino también el agua que bebemos junto con nuestra taza de café.

El agua filtrada nos brinda la seguridad de estar consumiendo un líquido limpio y saludable,

sin preocupaciones por la presencia de contaminantes o impurezas.

Además de mejorar nuestra experiencia de café, beber agua filtrada también ofrece beneficios para nuestra salud en general. El agua limpia y filtrada ayuda a mantener una hidratación adecuada, apoya el buen funcionamiento de nuestros órganos y sistemas, y contribuye a una mejor calidad de vida.

Así, la conexión entre beber agua antes de tomar café y la importancia del agua filtrada radica en la búsqueda de la mejor calidad en nuestra experiencia cafetera. El agua filtrada garantiza un sabor puro y sin impurezas, permitiéndonos apreciar plenamente los sabores y aromas del café.



El **mundo cafetero** en su máximo esplendor: **Cafés** con **imágenes impresas** y **recetarios** a modo **Netflix**



El mundo del café está experimentando emocionantes avances tecnológicos gracias a empresas líderes en el desarrollo de soluciones para la distribución automática, como AEV, que durante su participación en el Aneda Expocongress, presentó una serie de novedades que están revolucionando la forma en que disfrutamos de esta popular bebida.



Empezamos por el dispensador automático de vasos, que se ha convertido en el compañero ideal para los coffee corners. Esta innovadora solución resuelve la problemática de la dispensación manual de vasos al realizarlo de forma completamente automática, una vez se le da la orden a la máquina.

Gracias a la conectividad wifi directa con la máquina de café, el dispensador de vasos de AEV brinda una experiencia eficiente y práctica. Actualmente, es compatible con formatos de 7, 8 y 9 onzas, lo que brinda flexibilidad para adaptarse a las preferencias de los consumidores.

Otra novedad destacada es la máquina dispensadora de hielo, una opción muy atractiva para ofrecer bebidas frías, desde el popular

café helado hasta refrescantes bebidas. Esta solución no solo es ideal para el verano, ya que las bebidas RTD (Ready-to-Drink) frías se han ganado un lugar permanente en el corazón de los usuarios finales durante todo el año.

EL NETFLIX DEL CAFÉ: PERFILES DE USUARIOS CON TODAS SUS RECETAS FAVORITAS GUARDADAS

AEV también presentó un modelo innovador dirigido tanto al mercado doméstico como a pequeñas oficinas u entornos más cautivos y recurrentes: la máquina Valentina, de Dr. Coffee. Una de las características destacadas de este modelo es su capacidad para crear perfiles personalizados.

Como si de la plataforma Netflix se tratase, si se selecciona el perfil de un usuario específi-

co, la máquina recordará todas sus preferencias de café, como la intensidad, la cantidad de leche y otros ajustes personalizados. Esto permite servir un café más largo o más corto, con menos o más leche, según las preferencias individuales de cada usuario.

Además, la máquina Valentina viene incorporada con un depósito de leche que se puede guardar en la nevera, lo que facilita la limpieza y permite utilizar la leche de elección del usuario.

COFFEE CORNERS A GOGÓ

La apuesta de AEV por los rincones de café y soluciones de calidad demuestra su enfoque en brindar experiencias excepcionales a los



consumidores. La calidad del café y la versatilidad de las máquinas son fundamentales para satisfacer las demandas de un público cada vez más exigente.

Y así, otras de las innovaciones destacadas son los diferentes modelos de superautomáticas dirigidas a los rincones de café, como New Gala, Coffee Express o el modelo Estel Plus. Estas máquinas van evolucionando con el tiempo, incorporando opciones como lanzas de vapor e innovaciones en las fresas de molienda, lo que garantiza una calidad de molido superior.

Además, estos ofrecen la posibilidad de incorporar dos cafés o dos cafés y dos solubles, lo que amplía las posibilidades y los convierte en una excelente opción para diversos entornos, como coffee corners, hoteles, hostelería y estaciones de servicio.

COFFEE MASTER: LA APUESTA PREMIUM

En el Stand de AEV también destacó el modelo Coffee Master, una opción premium que combina a la perfección leche fresca caliente y fría.

Esta máquina se distingue por su enfoque modular y cuenta con una amplia variedad de bebidas y combinación, incluyendo la posibilidad de disfrutar de una deliciosa crema de leche fría.

Además, Coffee Master incorpora un monililo ajustable y permite programar automáticamente el tipo de café deseado.

Una máquina ideal para establecimientos



de café de especialidad con la que ofrecer una experiencia de café de alta calidad.

Otros aspectos destacados del Coffee Master incluyen una bomba de leche y componentes de alta calidad fabricados en Italia, lo que representa un salto cualitativo en el mercado y brinda un producto premium para los amantes del café más exigentes.

EL ACENTO AL PRODUCTO SOLUBLE: UN MUNDO DE POSIBILIDADES

Otra de las innovaciones más destacadas es su exclusiva máquina para producto soluble, que brinda un abanico de posibilidades para crear una amplia variedad de bebidas.

Desde chocolate con leche hasta Irish coffee, esta máquina se programa para dispensar automáticamente las opciones elegidas, ofreciendo una experiencia deliciosa y conveniente.

El énfasis en el producto soluble es una apuesta audaz por parte de AEV, ya que amplía el mundo del café al introducir una amplia gama de opciones.

Con esta máquina, es posible combinar ingredientes como el chocolate con leche, el café irlandés y muchos otros sabores, creando bebidas deliciosas y personalizadas.

Este enfoque permite acompañar las máquinas de café tradicionales con una variedad de

opciones de bebidas, creando un verdadero oasis de sabores y satisfaciendo los gustos de una amplia gama de consumidores.

La posibilidad de agregar estas máquinas de producto soluble a una estación de café completa es una opción atractiva; combinadas con las superautomáticas de café y los dispensadores de hielo, se crea un espacio completo dedicado a las bebidas, ofreciendo una experiencia integral para los amantes del café y otras bebidas para atraer a un perfil diferente de consumidor.

PERSONALIZA TU CAFÉ CON IMÁGENES EN LA ESPUMA DE LECHE

Y para finalizar el recorrido AEV nos sorprende una vez más con una novedad de última hora: una máquina que te permite imprimir imágenes en la espuma de leche del café. Se trata de una innovación que ofrece una experiencia completamente personalizable, permitiéndote plasmar tus fotos, diseños y mensajes favoritos directamente en tu taza de café.

Imagínate comenzar el día con un café que te está, literalmente, hablando, o disfrutar de una taza de café con tu foto favorita en la crema del cappuccino.

La personalización va más allá de los límites de la imaginación, ya que puedes elegir desde tu propia foto o seleccionar imágenes de un banco de imágenes. Esta función se activa a través de un código QR que se comunica con tu dispositivo móvil, brindándote la oportunidad de crear una experiencia única y personalizada en cada taza.

La máquina funciona como una impresora, pero en lugar de papel, imprime sobre la espuma de leche en tu café. Simplemente hay que colocar el vaso debajo de la máquina y observar cómo el diseño elegido se materializa ante nuestros ojos.

Ya sea para promocionar tu empresa con logotipos corporativos o para sorprender a alguien especial con una imagen memorable, esta innovadora máquina de AEV es perfecta para añadir un toque creativo y personal a cada taza de café.

Estas emocionantes innovaciones, entre otras, presentadas por AEV en el Aneda Expocongress demuestran el compromiso de la empresa con el desarrollo tecnológico en la distribución automática de café.

Con soluciones que mejoran la eficiencia, la comodidad y la personalización, AEV está aportando valor al camino hacia una experiencia de café más satisfactoria tanto en entornos comerciales como domésticos. Los amantes del café pueden esperar disfrutar de estas novedades que están transformando la forma en que experimentamos esta apreciada bebida.



Los beneficios de los snacks entre horas: café y cookie artesanas, el caballo ganador



Desde un punto de vista más técnico, comer pequeños aperitivos también nos ayuda a prevenir cambios bruscos en los niveles de glucemia a lo largo del día. Frente a ello, encontramos todo un abanico de sabores y opciones más equilibradas en las máquinas expendedoras. La combinación de cookies saludables con el café on the go es ideal, ya que ambas opciones se adaptan perfectamente a un estilo de vida activo y ocupado.

Nos ha pasado a todos: en algún momento nos ha costado concentrarnos a causa de ese hambre entre horas. Parece que, de repente, todos nuestros sentidos se duermen y cualquier tarea se nos hace cuesta arriba.

Y en este punto, algunos usuarios optan por esperar hasta la hora de comer en lugar de comer entre horas para evitar picotear constantemente. Sin embargo, lo que esas personas desconocen es que hacer pausas durante

el día para tomar un pequeño snack tiene muchos más beneficios de los que se conocen.

El primero y más evidente es que evita pasar hambre. Al satisfacer nuestras necesidades nutricionales, mejoramos nuestro estado de ánimo y nos sentimos más contentos. Esta mejora en el estado de ánimo también nos hace más activos y energéticos, lo que nos ayuda a afrontar las tareas diarias con mayor eficiencia.

Estos snacks contienen vitaminas y nutrientes esenciales que nuestro cuerpo necesita para funcionar correctamente.

Al tener un mejor rendimiento físico y mental, podemos afrontar con éxito las demandas del día a día.

Desde un punto de vista más técnico, también nos ayudan a prevenir cambios bruscos en los niveles de glucemia a lo largo del día. Al

proporcionar sustratos saludables, los snacks mantienen nuestros niveles de energía estables.

Además, el consumo regular de pequeñas comidas durante el día facilita el control en la ingesta total de calorías, ya que evita que lleguemos a las comidas principales con un hambre voraz.

SNACKS EQUILIBRADOS: EN LA VARIEDAD ESTÁ EL GUSTO

Al elegir cuidadosamente qué snack comer, podemos obtener un equilibrio perfecto de nutrientes. Y es que, con la cultura del wellness y una alimentación más sostenible, cuando el consumidor del hoy se acerca a la distribución automática, desea encontrar dos cosas: sabor y un valor añadido en el producto.

Sí, quiere que sea más saludable, y al mismo tiempo, una opción on the go divertida. En otras palabras, darse un capricho pero de forma sostenible; sentir que no falla a la nutrición

de su cuerpo, y que realmente le está dando buena materia prima.

Actualmente, existen productos que ofrecen precisamente esa demanda: Tal es el caso de la gama de snacks de Girofibra, empresa fabricante con amplia experiencia en el sector de la distribución automática, que a través de su marca Natwins, brindan un producto premium, equilibrado y saludable.

Y es que, más allá de simplemente ofrecer snacks saludables, los consumidores buscan opciones que brinden un equilibrio nutricional adecuado. Esto implica la inclusión de ingredientes ricos en vitaminas, minerales, fibra y proteínas, que son fundamentales para una alimentación equilibrada.

Así, nos encontramos con opciones más Premium con ingredientes de primera calidad y considerados superalimentos para brindar al usuario una receta equilibrada, sabrosa y original; y al operador la oportunidad de cubrir su línea de productos saludables con la certeza de estar implementando opciones de calidad y valor añadido.

COOKIE PREMIUM + CAFÉ: EL COMBO GANADOR

La predilección por las cookies saludables ha conquistado el paladar de los usuarios y se ha convertido en la combinación perfecta para el café on the go. Cada vez más personas buscan opciones de snacks que sean sabrosas, nutritivas y fáciles de llevar a cabo, y las cookies saludables cumplen con todos estos requisitos.

En un mundo donde la vida se mueve a un ritmo acelerado, el café on the go se ha vuelto imprescindible para muchas personas.

Ya sea en el camino hacia el trabajo, en una pausa entre reuniones o durante un día lleno de actividades, el café toma un papel protagonista en nuestras rutinas diarias. Y para acompañar esa taza de café, las cookies saludables se han ganado un lugar privilegiado en el corazón de los consumidores conscientes de su alimentación.

¿Qué hace que una galleta sea considerada saludable? En primer lugar, se eligen ingredientes de calidad, como harinas integrales, endulzantes naturales o una reducción considerable del azúcar -que en este caso, puede ser moreno-, grasas saludables como el aceite de coco o la mantequilla de almendras, y agregados nutritivos como semillas, frutos secos o trocitos



de chocolate negro. Estas cookies no contienen aditivos artificiales ni exceso de azúcares refinados, lo que las convierte en una opción más equilibrada y nutritiva.

La popularidad de las cookies saludables se debe, como decíamos antes, a la creciente conciencia sobre la importancia de una alimentación balanceada y consciente. Los consumidores están cada vez más informados y desean cuidar su salud sin renunciar al placer de disfrutar de un dulce.

La versatilidad de las cookies saludables también es un factor clave. Pueden encontrarse en una amplia variedad de sabores, desde clásicos como avena y pasas hasta opciones más innovadoras como matcha y almendras. Esto permite a los usuarios encontrar la cookie perfecta para satisfacer sus gustos y preferencias personales.

Por ejemplo, una gran opción de snack equilibrado entre horas son las galletas Premium de la firma, creadas con combinaciones gourmet como fresa, yogur y chocolate; coco, yogur y chocolate, pipas de calabaza o almendras y chocolate, están disponibles en la gama de producto de la compañía productora.

La combinación de cookies más saludables con el café on the go es ideal, ya que ambas opciones se adaptan perfectamente a un estilo de vida activo y ocupado. Las cookies son fáciles de llevar en una bolsa o mochila, lo que las convierte en el compañero perfecto para disfrutar junto a una taza de café mientras te desplazas de un lugar a otro.

Abiertas las inscripciones para la EVEX 2023



El evento europeo de la distribución automática, que tendrá lugar los días 5 y 6 de septiembre de este año, se celebrará en la ciudad de Bucarest, bajo la estrecha colaboración entre la EVA y la PRIV.

Antes de tomarte tus merecidas vacaciones, no olvides inscribirte en una de las reuniones más destacadas del año para el sector del unattended, la EVEX 2023, un evento que combina conferencias, exposiciones y networking a lo largo de dos días. Cada año, el

encuentro de la Asociación Europea de la Distribución Automática se lleva a cabo en un país diferente, y para esta ocasión, será Rumanía quien acogerá al sector europeo.

El hotel de 5 estrellas Radisson Blu de Bucarest será la ubicación para celebrar la EVEX 2023. El hotel está perfectamente situado en el centro de la ciudad, cerca de la Sala de Conciertos del Ateneo Rumano y a 3 kilómetros del emblemático monumento del país, el Palacio del Parlamento.

Así, la EVA y la PRIV (Asociación Rumana de Vending) han planeado un programa completo que combina todos los ingredientes clave y apreciados del concepto de la EVEX. El primer día, como es habitual, se realizará un recorrido a pie por Bucarest para familiarizarnos con la ciudad anfitriona; seguido del cóctel de bienvenida, una gran ocasión para los asistentes para establecer contactos y hacer networking.

El segundo día se dedicará a la exposición,

que durará todo el día, y a la información más reciente sobre el mercado y el comportamiento de los consumidores, una mesa redonda e información sobre las últimas innovaciones de los patrocinadores del evento.

El discurso de Andrei Rosu, uno de los mejores atletas rumanos de resistencia, completará el programa oficial antes de que los asistentes puedan relajarse en la cena de gala en el famoso restaurante Tuya.

Durante la cena de gala, se anunciarán los ganadores de los premios EVEX. En este punto, recordamos que si aún no habéis presentado vuestra candidatura para las categorías de "Sostenibilidad" e "Innovación", debéis poneros en contacto con la EVA lo antes posible.

Por último, tal y como trasladan desde la organización, como ya se ha comunicado anteriormente, el alojamiento en hoteles es limitado, por lo que aconsejan inscribirse en el evento lo antes posible para asegurarse una plaza.

TU BILLETE HACIA UN VENDING SMART

PAGOS DIGITALES

RÁPIDOS, CONVENIENTES, UNIVERSALES



Pasajero : Tu Gestión
Embarque : Seguro, sencillo, intuitivo
Duración : A la Velocidad de la Luz
Equipaje : Sin modem, sin tarjeta SIM
Operado por : Paytec

Bonificación inmediata en el Banco al realizarse la venta.

OPTO



La nueva plataforma de pago y comunicación a través de cualquier móvil.



Payment Technologies S.r.l.
www.optopayment.com
 +39 02 9696 141 | info@paytec.it



Hostelco 2024: Una edición con el foco en la sostenibilidad, la competitividad y nuevos negocios

“Al reunir equipamiento, maquinaria y foodservice en un único escenario dedicado al canal Horeca, tenemos la oportunidad de multiplicar las oportunidades de negocio en un segmento de gran relevancia para la economía española. Los resultados que hemos obtenido hasta ahora hablan por sí solos, por lo que seguiremos reforzando nuestra alianza con Restaurama para ofrecer propuestas de valor y contribuir al crecimiento del sector.”, Mar Santarrufina, directora de Hostelco



Hostelco y Alimentaria, el Salón de Alimentaria dirigido al canal horeca y el Foodservice, volverán del 18 al 21 de marzo de 2024 al recinto ferial Gran Via (Fira de Barcelona),

Hostelco 2024, el evento destacado para las industrias de alimentación, bebidas, distribución automática y hostelería, se prepara con un fuerte enfoque en la sostenibilidad, la competitividad y las oportunidades de negocio. Hostelco y Alimentaria han iniciado los preparativos para volver a convertirse en una de las principales plataformas de estos sectores en marzo de 2024.

En la próxima edición, Hostelco potenciará aún más sus sinergias con Restaurama para reunir toda la oferta para el canal Horeca y generar nuevas oportunidades de negocio y perspectivas de networking.

La feria mostrará las últimas innovaciones para abordar los principales retos a los que se enfrenta el sector, como el ahorro energético, la sostenibilidad y la mejora de la experiencia del

cliente.

Además de mostrar equipos y maquinaria para la hostelería, el evento contará con accesorios, vajillas y servicios de comedor; productos y equipos relacionados con el café, la panadería y la pastelería; artículos de interiorismo, decoración, bienestar, textiles y mobiliario; así como las últimas soluciones tecnológicas para los sectores de la hostelería y la restauración, con el protagonismo de la distribución automática.

Restaurama complementará esta oferta con la exposición de productos y servicios relacionados con la restauración y la comida fuera del hogar, creando una feria integral centrada en el mundo Horeca.

En este sentido, la unión de Hostelco y Restaurama en la edición anterior contó con un total de 556 expositores, de los cuales el 31% eran internacionales, ocupando 22.360 metros cua-

drados y atrayendo a 49.000 visitantes profesionales del canal Horeca.

De estos visitantes, el 73% eran decisores clave que representaban a los sectores de la restauración, la distribución, el comercio minorista, el contract, el alojamiento y las colectividades.

Cabe destacar que el certamen invitó directamente a 620 compradores internacionales a través de su programa estratégico de atracción y fidelización de compradores.

Además, el 80% de los visitantes interesados en la oferta de Hostelco y Restaurama consideraron el evento como "imprescindible", reforzando su estatus como punto de referencia de la industria para los sectores de la restauración y Horeca.

ALIMENTARIA Y HOSTELCO: UNA ALIANZA PARA EL ÉXITO

La plataforma Alimentaria & Hostelco reunió en su última edición a más de 3.000 expositores de 57 países, de los que un 29% eran participantes internacionales.

El certamen atrajo a un total de 100.000 visitantes, de los cuales el 23% fueron internacionales, representando a 150 nacionalidades. Estas cifras reafirman el éxito de una plataforma que impulsa el negocio, la internacionalización, el networking, y solidifica su posición como referente mundial del sector.

A medida que avanzan los preparativos para Hostelco 2024, los profesionales del sector y las partes interesadas pueden esperar un escaparate completo de soluciones de vanguardia, oportunidades de creación de redes y



una plataforma que promueva la sostenibilidad y la competitividad en la vibrante industria Horeca.

REUNIONES CON EL COMITÉ ORGANIZADOR

Con todo presente, hace unos días tuvo lugar la primera reunión del renovado Comité Organizador de HOSTELCO & Restaurama, que cuenta con la participación de grandes empresas y asociaciones de todos los ámbitos de la industria horeca.

El Comité, que será único para ambos salones, estuvo co-presidido por Pere Taberner

Casellas, vicepresidente para Europa Occidental y África del grupo Welbilt Inc. y presidente de Hostelco; y Jordi Gallés presidente ejecutivo de Europastry y presidente de Restaurama.

Hostelco y Restaurama potenciarán su apuesta con un escenario transversal del canal horeca y foodservice, configurándose como una de las plataformas más significativas de la industria en Europa.



La ciudad de la luz brilla con las tendencias de la **restauración automática**



La ciudad de la luz se convirtió en el epicentro del sector de la distribución automática durante la celebración de la feria Vending Show 2023, que cerraba sus puertas el pasado 23 de junio.



Vending Show 2023 que reunió a las principales empresas del sector, destacó por la apuesta del mercado francés por las últimas tendencias en el sector, como los coffee corners y los minimarkets.

Desde el miércoles, 21 de junio, hasta el viernes, 23 de junio, París ha sido el escenario perfecto para la celebración de la esperada Feria Vending Show 2023, donde se dieron cita las principales empresas del sector y se presentaron las novedades y tendencias en el ámbito del unattended. La feria, que tuvo lugar en el centro de convenciones de la capital francesa, reunió a fabricantes, distribuidores y proveedores de toda Europa y contó con una destacada presencia asiática.

LA APUESTA FIRME POR LOS COFFEE CORNERS

Hace unos años, empezaban a implementarse con algo de temor e incredulidad los primeros

coffee corners en nuestro país, pensando que el retorno no sería el suficiente y que estos rincones de café no amortizarían la inversión.

Nada más lejos de la realidad, los coffee corners se han convertido en un modelo de negocio imparable, sobre todo en lo que respecta al modelo “cautivo”.

Y precisamente esa realidad se trasladó a la Vending Show: allí pudimos comprobar la apuesta del mercado francés por los coffee corners, espacios donde los consumidores pueden disfrutar de una amplia variedad de opciones de café y bebidas calientes de calidad.

Estos espacios se han convertido en verdaderos puntos de encuentro social, donde los usuarios pueden relajarse y disfrutar de una experiencia gastronómica completa.

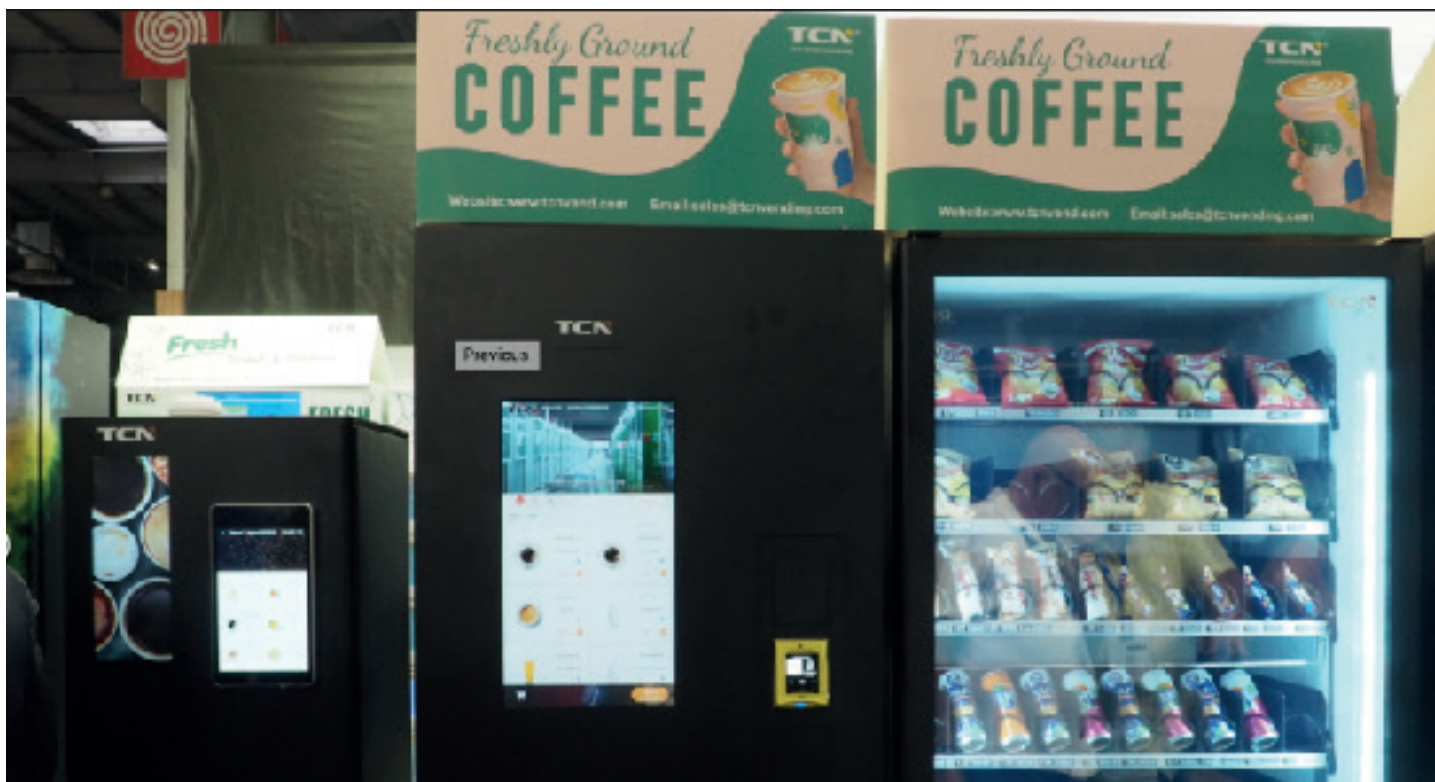
La creciente demanda de cafés especiales y de alta calidad ha impulsado esta tendencia en Francia, que ha sido acogida con entusiasmo tanto por los visitantes como por los expositores.

RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA Y SOLUCIONES INTEGRALES

Otra tendencia que se pudo apreciar en la feria fue el auge de los minimarkets y sus posibilidades en diferentes industrias y modelos de negocio.

Estos espacios ofrecen una amplia gama de productos, desde alimentos frescos y saludables hasta artículos de conveniencia, creando una experiencia de compra completa para los consumidores.

Los minimarkets se presentan como una alternativa versátil y práctica, especialmente en entornos como oficinas, centros educativos



y lugares públicos de gran afluencia.

La presencia de grandes empresas del sector, principalmente desde la perspectiva de los fabricantes, fue uno de los puntos fuertes de la feria.

Atractivos stands que evocaban a las ferias de referencia como Venditalia, apostando por la experiencia, lo emocional y la sorpresa de los visitantes, quienes tuvieron la oportunidad de conocer de cerca las últimas innovaciones en maquinaria y tecnología, así como las soluciones más avanzadas en sistemas de pago, control de stock y gestión de inventario.

Estas empresas líderes aprovecharon la feria como plataforma para presentar sus productos más destacados y establecer relaciones comerciales con distribuidores y potenciar a los clientes.

Así, vimos caras muy conocidas del sector como las empresas fabricantes Evoca Group, Fas, Vendo, Rheavendors, Selfly Store, TCN o Bianchi Vending, entre otras tantas; especializadas en sistemas de pago como Nayax, Coges, Televend, Paytec, etc; tostadores como Lavazza -quienes también mostraron sus espacios de café con superautomáticas-, Covim... pasando por compañías especializadas en el desarrollo de productos saludables y bebidas alternativas al café como Laqtia, entre otras.

Fue también un espacio donde reinó la importancia del negocio del agua, y prueba de ello fue la gran acogida que obtuvo el stand de Brita, experta en el desarrollo de soluciones de agua filtrada, como se ve en la imagen.

El mercado francés ha experimentado un creciente interés en las opciones de bebidas y snacks saludables en el sector.

Los consumidores están buscando alternativas más saludables y nutritivas, y la Vending Show 2023 fue testigo de la respuesta de la industria a esta demanda. Las empresas presentaron una amplia gama de bebidas saludables, como aguas saborizadas, téis orgánicos y zumos naturales, que ofrecen opciones refrescantes y nutritivas para los consumidores conscientes de su salud.

Además, los snacks saludables también tuvieron un papel destacado en la feria. Las máquinas automáticas ahora cuentan con nuevas capacidades y formatos diseñados específicamente para acomodar platos preparados, como ensaladas, sándwiches y frutas frescas.

Las grandes neveras inteligentes y las smart lockers refrigeradas se presentaron como soluciones innovadoras que garantizan la frescura y la calidad de los alimentos, brindando a los consumidores opciones convenientes y saludables en cualquier momento.



Pero la innovación no se detuvo ahí. En el evento también se presentaron máquinas expendedoras basadas en neveras inteligentes que integran hornos, ofreciendo platos preparados como los de un restaurante selecto. Según nos trasladó la empresa francesa desarrolladora, ya están implementando estas máquinas en entornos como hoteles.

Estas máquinas revolucionarias combinan la conveniencia de la distribución automática con la calidad y la experiencia culinaria de un establecimiento de primera categoría.

Los consumidores pueden disfrutar de platos calientes y deliciosos, como pizzas recién horneadas o platos gourmet, de forma rápida y sencilla.

Un elemento que no pasó desapercibido en la edición de este año, de hecho, fueron las neveras inteligentes, que marcaron el ritmo de la feria.

Estas modernas máquinas ofrecen una

experiencia de compra interactiva y personalizada, permitiendo a los usuarios seleccionar y pagar sus productos de manera rápida y sencilla. Las neveras inteligentes se han convertido en una opción cada vez más popular, ya que ofrecen una mayor variedad de productos refrigerados, incluyendo opciones saludables y snacks de última generación.

Además de la destacada presencia europea, la feria contó con una fuerte representación asiática, reflejando el crecimiento y la influencia de este mercado en la industria.

Empresas de países como China presentaron sus últimas innovaciones y compartieron su experiencia en el sector, destacando la importancia de la tecnología y la digitalización para mejorar la experiencia del usuario y optimizar la gestión del negocio.

En resumen, la Vending Show 2023 en París fue un evento vibrante y dinámico que demostró la continua innovación en el mercado fran-

cés de la distribución automática. Desde los coffee corners hasta los minimarkets y las neveras inteligentes, el sector está en constante evolución para satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores.

La feria se consolidó como una plataforma integral donde los fabricantes, distribuidores y proveedores se reunieron para impulsar la industria hacia un futuro prometedor y lleno de posibilidades.



Galería de Vending Show 2023



INSTANT BEVERAGE LAB

LAOHOTEL

Ofrece el mejor
**Sabor y
calidad**



¡Descubre
nuestra web!



+ENWWW.HOSTELVENDING.COM

Green evolution



www.nisisrl.com - Tel. +39 031 480591



The mark of responsible forestry



Reciclar sienta bien

Al planeta, a BRITA y a ti.

El ciclo de vida del filtro profesional

En BRITA sabemos que los recursos de nuestro planeta son finitos y queremos utilizarlos de la manera más cuidadosa posible. Evitar el desperdicio y reciclar es muy importante para nosotros y, estamos seguros, que para ti también.

Únete a nosotros mandando un email a csbrita@brita.net



www.brita.net

#ENWWW.HOSTELVENDING.COM