

LA PREMIADA FRANKE A300

## GRAN IMPACTO EN EL MÍNIMO ESPACIO.

LA CLAVE ESTÁ EN EL MOMENTO



¿Poco espacio y grandes ambiciones? Entonces A300 de Franke puede ayudarte llevando grandes experiencias cafeteras a lugares donde el espacio es limitado. Con su intuitiva pantalla táctil, el sistema automático EasyClean y el FoamMaster™ integrado, su café de primera calidad está a solo unos segundos.

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

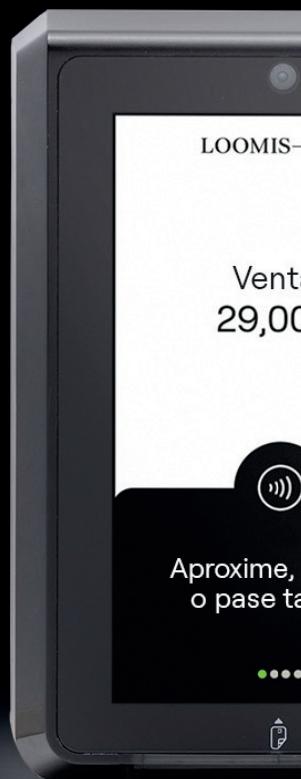
**FRANKE**

LOOMIS—PAY

## Pay—Unattended

Redefiniendo la experiencia de pago sin asistencia para:

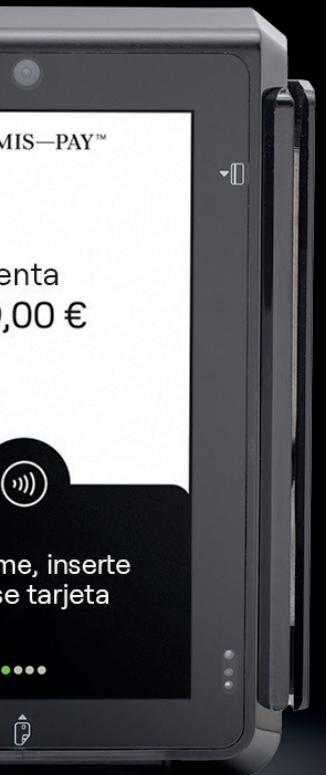
- Autoservicio
- Máquinas expendedoras
- Entradas
- Aparcamientos
- Estaciones de servicio
- Lavaderos de coches
- Quioscos
- Y más



Transforma tu sistema de autoservicio, ya sea nuevo o existente, en un punto de venta interactivo y genera nuevas fuentes de ingresos.



LOOMIS—PAY  
[loomispay.es](http://loomispay.es)



Interfaz premium e interactiva compatible con todos los quioscos y máquinas expendedoras.

Pasarela de pagos, Hardware y Software propios.

Mayor seguridad, conectividad estable y fidelización para tus clientes.

Robustez y resistencia a daños ambientales.

## Olvida los problemas de integración.

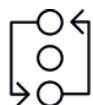
Se incorpora fácilmente en todos los quioscos de autoservicio y cumple con los estándares de la EVA.



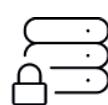
ANDROID



REST API & MDB



APLICACIÓN PERSONALIZADA



IP55 IK08



## Opciones de pagos admitidos:



LOOMIS—PAY  
[loomispay.es](http://loomispay.es)



## ESPECIAL ESTACIONES DE SERVICIO

**40/** UN OASIS DONDE TODO EL MUNDO QUIERE Y DEBE ESTAR



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



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

## ENTREVISTAS

**6/** Clare López Wright, directora General de BRI-  
TA para España y Portugal

## CAFÉ

**8/** Dime qué generación eres y te diré el café que tomas: del espresso a la fábrica de frapuccinos

**10/** Descubriendo los secretos del café soluble y las máquinas expendedoras

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

## EMPRESAS

**19/** Un 2023 de crecimiento: Azkoyen alcanza un beneficio neto de 8,9 millones de euros

**22/** Alai Secure reafirma su plan de expansión internacional y llega a Ecuador

**26/** La importancia de un departamento de rutas eficiente para un break siempre a tiempo

**29/** Grandes cambios en la cúpula directiva de Evoca Group

## PRODUCTOS

**30/** La “mítica” generación de superautomáticas ya ha llegado

**33/** Laqtia transforma la experiencia del smoothie con sabores gourmet al instante

**34/** Los sistemas de refrigeración PREMIER: Alta calidad para los más perfeccionistas de la cocina

## ARTÍCULOS

**24/** El chocolate vuelve a tomar el relevo y se convierte en el gran protagonista

**38/** Automatización de Lujo: Elevando la experiencia premium en los hoteles

**53/** Gestión de residuos automatizados: Impulsando la eficiencia en la distribución automática

Hostel Vending • nº 138 septiembre-octubre

# SUMARIO 139



@hostelvending

f /hostelvending

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



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

**69/** Coworking rural y el papel de la distribución

automática: Impulsando la repoblación

**84/** Transformando juntos la imagen del vending

## ASOCIACIONES

**36/** La CONFIDA lanza un programa de otoño cargado de highlights para la distribución automática

## NOTICIAS

**57/** El retail planea automatizar hasta el 70% de las tiendas

**59/** Sin efectivo; sin problemas: La transformación digital de las máquinas expendedoras

**65/** Complicaciones en la gestión gubernamental: Prórroga presupuestaria en el horizonte

**69/** La importancia de la calidad del agua en las máquinas expendedoras

## FERIAS

**77/** Hostelco y Restaurama: Una fusión que sacudirá el mundo horeca en Europa

**83/** HostMilano 2023: En primer plano la innovación sostenible en un momento de crecimiento

**88/** El Fórum Coffee Festival en imágenes: Una fiesta del café para el consumidor



CLARE LÓPEZ WRIGHT, DIRECTORA GENERAL DE BRITA PARA ESPAÑA Y PORTUGAL

# “Nos gusta tratar a **cada máquina** como **un único cliente** con su propia toma de agua de red y su **propio consumo**”



EN UNA ENTREVISTA EXCLUSIVA CON CLARE LÓPEZ, DIRECTORA GENERAL DE BRITA PARA ESPAÑA Y PORTUGAL, DESCUBRIMOS LA SÓLIDA TRAYECTORIA DE BRITA EN LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA Y SU COMPROMISO CON LA CALIDAD DEL AGUA Y LA SOSTENIBILIDAD. DESDE LA DÉCADA DE LOS 80, BRITA HA ESTADO PRESENTE EN EL MERCADO DE LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA, BRINDANDO SOLUCIONES DE FILTRACIÓN TANTO PARA EL HOGAR COMO PARA EL CANAL CORPORATIVO, HOSPITALARIO Y HORECA. CLARE LÓPEZ CONSIDERA VITAL OFRECER SOLUCIONES PERSONALIZADAS Y MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR. Y SIEMPRE CON UN ENFOQUE EN LA INNOVACIÓN Y LA SOSTENIBILIDAD.

## ¿Desde cuándo está BRITA presente en la distribución automática?

BRITA lanzó el primer filtro de agua para uso profesional durante la década de los 80, cuando se creó la división BRITA Professional en Alemania con el objetivo de proveer de soluciones de filtración al canal HORECA. En España tenemos presencia en este mercado desde 2002, momento de la creación de BRITA Iberia. Así pues, la empresa empezó a operar en el país no solo a través de su división de Consumo (con soluciones de filtración para los hogares) sino también con productos pertenecientes a la división Professional (con soluciones de filtración para el canal corporativo, hospitalario y Horeca).

## ¿Cuál ha sido la evolución de BRITA dentro de este modelo de negocio?

Entramos en el mundo Profesional hace más de 40 años con el objetivo de cambiar la forma de consumir agua para que su consumo fuera más sostenible. Desde entonces, hemos trabajado mucho para inspirar a nuestros clientes, ¿cómo? apostando por un acompañamiento a través de la formación, el asesoramiento continuado y la resolución de problemas para mejorar su día a día.

Este sector cada vez tiene más claro que conocer la composición del agua de red es fundamental para decidir el tipo de filtración y asegurar la calidad del producto que ofrecen (bien sea café, té o agua para beber). A esto se

añade la preocupación para reducir sobrecostes relacionados con el mantenimiento y paradas de las máquinas por posibles averías causadas por la acumulación de cal o yeso, o la aparición de corrosión.

*En BRITA sabemos cómo optimizar el agua que se usan en la distribución automática gracias a la gran inversión en innovación que la compañía lleva a cabo año tras año. Queremos continuar contribuyendo en esta misma línea ya que el sector del vending está evolucionando a pasos agigantados y queremos estar a su lado acompañándolo en esta evolución.*

## ¿Qué papel juegan las soluciones de BRITA en este sector? ¿Qué formatos ofrecéis actualmente?

En BRITA, ofrecemos a las empresas del vending filtros de agua que protegen las máquinas de averías, garantizando además un mejor sabor y "look&feel" de las bebidas calientes y frías. En este sentido, una de nuestras últimas innovaciones es la gama de productos de filtrado Purity C, diseñados específicamente para su uso en la hostelería, las máquinas de vending y los equipamientos para panaderías. Estos modelos de filtros de agua incorporan la tecnología IntelliBypass, que puede ajustarse para asegurar una calidad del agua continua durante todo el tiempo útil del filtro al optimizar el nivel de mineralización.

## ¿Qué puede aportar BRITA al sector como especialista del agua?

Queremos ayudar al sector del vending a prestigiar el producto que se sirve, apostando por la calidad y el nivel de servicio, ya que el futuro del negocio necesita que las máquinas expendedoras sean fiables y que sus productos ofrezcan un gran sabor.

*Nuestros filtros ofrecen la posibilidad de ajustar la composición del agua para obtener la calidad óptima para la preparación de cada tipo de bebida tanto fría como caliente.*

## ¿Qué beneficios tiene para las máquinas automáticas el uso de filtros de agua? ¿Qué tipo de problemas pueden evitar?

Principalmente, ofrecemos tres beneficios: alargar, ahorrar y saborear. Los filtros BRITA están diseñados de manera que permiten alargar la garantía de las máquinas al protegerlas de los principales problemas que les puede originar el agua, como las incrustaciones de cal o yeso y la corrosión de los materiales y componentes internos. También permiten ahorrar costes de mantenimiento y reparación y asegurar que no haya interrupciones en el suministro de bebidas que afecten a los ingresos.

Y en este sentido también hay que destacar la menor generación de chatarra y el uso de productos químicos agresivos para la reparación de maquinaria, ambos muy nocivos para el medio ambiente.

## Sabemos que actualmente existen multitud de modelos de negocio en los que está presente la distribución automática: ¿Cómo determinar cuál es el mejor filtro para cada modelo?

Lo más importante es tener claro cuáles son

las necesidades que se quieren cubrir en cada caso y las características propias de cada máquina. Nos gusta tratar a cada máquina como un único cliente con su propia toma de agua de red y su propio consumo, es decir, trabajar a medida por máquina...

## ¿Cómo ha cambiado en los últimos años la percepción del profesional del unattended con respecto al uso de filtros de agua? ¿Entiende los beneficios que puede llegar a suponer?

La evolución en este sentido ha sido muy importante. Estamos viendo que el cliente de la distribución automática, cada vez más exigente, busca disfrutar más de un buen café, té o infusión y, además, busca mejorar sus experiencias al saborear estas bebidas calientes. Uno de los ingredientes secretos de esta experiencia es el agua que representa más de un 98% en el caso del café y el 100% en el té.

*Los esfuerzos que realiza el operador de vending para conseguir entregar todos los elementos necesarios para optimizar esta experiencia han despertado su curiosidad por el agua. Nuestro conocimiento del agua está ayudando al sector a descubrir el mundo sensorial de estas bebidas inspirando a varios fabricantes a innovar.*

## ¿Cómo se certifica la calidad del agua de las máquinas?

Los filtros cuentan con certificaciones de calidad y sanitarias cumpliendo toda la legislación existente tanto en España como a nivel europeo. En BRITA invertimos cada año en medios digitales que permitan facilitar la formación de nuestros clientes y, con ello, ayudarles a disponer de las directrices de uso de los filtros para asegurar la calidad que ofrecen los mismos.

## ¿Cómo se adapta BRITA a las nuevas tendencias que surgen dentro del sector?

El sector del vending es un sector en plena evolución. En BRITA, hemos iniciado un proceso de transformación que permite traer al mercado la innovación necesaria para acompañar a la evolución de los diferentes sectores. Estamos presentes en las principales asociaciones del sector para poder estar cerca de las necesidades de sus asociados y acompañarlos en la búsqueda de soluciones.

Nuestro departamento de I+D es el actor principal en la búsqueda de soluciones innovadoras que den respuesta a las tendencias existentes y emergentes.

## Hablemos de desafíos: ¿A qué retos actuales se enfrenta BRITA en la distribución automática?

Nuestro principal reto está en nuestra capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías y también a los cambios de los consumidores en cuanto a preferencias y necesidades se refiere. Debemos ser ágiles para no desaprovechar ninguna oportunidad y ver como podemos inspirar al sector a ser motor de cambio y construir un mundo más sostenible.

## Un elemento indispensable en el ADN de BRITA es el compromiso con la sostenibilidad, un elemento al alza y que parece extenderse en el resto de las empresas que operan en el sector. Desde vuestra posición, ¿qué iniciativas promovéis?, ¿cuál es vuestro elemento diferenciador en este ámbito?

En BRITA estamos totalmente comprometidos con nuestro entorno. Por ello, defendemos la importancia del aprovechamiento de los recursos disponibles (como el agua potable de nuestras redes) a través la instalación de nuestros filtros, el reciclaje (a través de un programa de recogida de filtros usados) y la protección de las máquinas que son claves para proteger y conservar el medio ambiente.

A modo de ejemplo, en cuanto al reciclaje: en 1992 nos convertimos en la primera empresa del sector en crear un programa de reciclaje de filtros usados, que actualmente permite recuperar y reutilizar más del 80% de los materiales incluidos en nuestros filtros. La sostenibilidad riega en toda la organización gracias a un departamento especializado en esta área tanto en nuestra central como a nivel local.

## ¿Creéis en una integración total de los servicios en una única solución? Ejemplos como máquinas que dispensan café y agua recién filtrada, conectados además con otras opciones de restauración automática; modelos de negocio que integran todos sus servicios desde una sola app.

Creemos en todas estas opciones y, probablemente muchas otras que todavía tenemos que descubrir, y para ello estamos desarrollando partnerships con muchos de los actores que también incorporan la innovación en su ADN.

*Diseñar nuevos modelos de negocio es complejo y, por ello, hemos decidido recorrer el camino junto a otros expertos nos permitirá ser más ágiles, pero sobre todo disfrutar de la experiencia juntos!*

# Dime qué **generación** eres y te diré el café que tomas: del **espresso** a la fábrica de **frapuccinos**



Los hábitos de consumo de café están experimentando un cambio significativo, y Starbucks confirma que el Iced Coffee se ha convertido en la bebida favorita de la Generación Z, impulsando el crecimiento de la marca a largo plazo.



**En una reciente presentación de las nuevas bebidas de verano de la compañía, Fernando Albarrán, Brand Manager de Starbucks España, compartió datos que muestran cómo esta generación está redefiniendo la forma de disfrutar el café.**

## EL ICED COFFEE Y SU IMPACTO EN LA GENERACIÓN Z

El Iced Coffee, una versión fría del tradicional café espresso, representa el 35% de la mezcla de bebidas espresso de Starbucks en España.

Este café refrescante ha ganado una popularidad sin precedentes entre los jóvenes, ya que un impresionante 56% de la Generación Z afirma haber consumido café helado en el último mes.

Se trata, pues, de una evolución generacional en el consumo de café. Mientras que los baby boomers y la Generación X todavía muestran una preferencia por el café espresso y el

americano, los millennials muestran una inclinación hacia los cafés clásicos pero servidos con hielo.

No obstante, es con la Generación Z donde se produce un cambio más llamativo, ya que esta generación opta cada vez más por bebidas frías y personalizadas, con combinación de sabores únicos y artesanales.

## EL ICED COFFEE COMO MOTOR PRINCIPAL DEL CRECIMIENTO

Fernando Albarrán destaca que la familia de Iced Coffee es el principal impulsor del crecimiento de Starbucks a largo plazo. Esta tendencia ha permitido a la compañía atraer nuevos clientes, aumentar la frecuencia de visitas y el valor de compra.

Además, a nivel europeo, el café helado es

la categoría de mayor crecimiento. De hecho, el iced coffee ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, pasando de representar el 9% de las bebidas espresso a un impresionante 35% en tan solo 3 años.

En Estados Unidos, el 70% del peso en las bebidas está representado por el café helado, mientras que en la región de EMEA, esta categoría representa el 37%.

La Generación Z, definida como aquellos nacidos después de 1996, está teniendo un impacto significativo en el mercado. Se estima que esta generación tiene un poder adquisitivo a nivel mundial de aproximadamente 143.000 millones de dólares (133.560 millones de euros).

Su influencia se hace notar cada vez más, y en el ámbito del consumo, han dejado claro que su preferencia son las bebidas frías y per-



sonalizadas.

#### DEL CAMBIO DE PREFERENCIAS A LA FÁBRICA DE FRAPPUCINOS

Starbucks ha sido testigo del cambio de preferencias de consumo y, en 2021, afirmó que se estaba convirtiendo en una "fábrica de frappuccinos".

Las bebidas frías representaron el 74% de las ventas totales de bebidas en el tercer trimestre, en comparación con el 64% de solo 2 años antes y el 37% de todos los pedidos de bebidas en 2013.

Howard Schultz, consejero delegado interino de Starbucks, reconoció la pasión de la Generación Z por las bebidas personalizadas y su tendencia a compartir fotos de sus cafés en redes sociales.

#### EL FUTURO DE LAS BEBIDAS FRÍAS EN EUROPA

Starbucks apareció hace cinco años que las bebidas frías eran el presente en Estados Unidos y que serían el futuro en Europa.

Los datos han confirmado esta predicción, ya que en solo cuatro años, las bebidas frías a base de café se han multiplicado por cuatro en



Europa. Starbucks ha experimentado un gran éxito con bebidas como el Cold Brew, que ha cuadruplicado sus ventas en España desde su relanzamiento hace dos años.

La compañía reconoce que este cambio en los hábitos de consumo ha llevado a cambios operativos en las tiendas para adaptarse a la creciente demanda de bebidas frías.

El café helado y las bebidas frías personalizadas han llegado para quedarse, y la Generación Z está liderando el camino hacia una nueva era en el consumo de café.

Starbucks y otras marcas deberán seguir adaptándose a estas nuevas preferencias si desean mantener su atractivo entre los consumidores más jóvenes.



# Descubriendo los **secretos** del **café soluble** y las **máquinas** **expendedoras**

¿SABÍAS QUE DETRÁS DE ESA CUCHARADITA DE CAFÉ SOLUBLE HAY UN MUNDO DE HISTORIA Y CURIOSIDADES? Y MÁS AÚN, ¿HABÍAS IMAGINADO QUE LAS MÁQUINAS EXPENDEDORAS TIENEN UN IMPACTO PROFUNDO EN NUESTROS HÁBITOS DIARIOS? NOS SUMERGIMOS EN EL FASCINANTE MUNDO DEL CAFÉ SOLUBLE Y LAS MÁQUINAS AUTOMÁTICAS.

El café, esa mágica y aromática bebida que despierta nuestros sentidos y nos impulsa a lo largo del día, ocupa un lugar especial en la cultura global. Entre sus múltiples encarnaciones, el café soluble emerge como una opción práctica y versátil.

## CURIOSIDADES DEL CAFÉ SOLUBLE

Orígenes en el Siglo XIX: Tal y como explican desde Laqta, empresa destacada a la producción de bebidas instantáneas, la técnica de producción del café soluble tiene raíces que se remontan al siglo XIX.

En 1853, en Estados Unidos, se experimentó por primera vez con una versión temprana del café soluble, durante la Guerra Civil.

El Pionero en 1901: Fue en 1901 cuando el químico estadounidense Satori Kato dio vida a lo que se considera el primer café soluble. Esta innovación sentó las bases para la revolución que se avecinaba.

Invención de George Constant Washington: George Constant Washington perfeccionó el proceso y lanzó el primer café soluble comercial. Su creación se convirtió en un pilar fundamental para los amantes del café en todo el mundo.

Café Verde en Acción: El café soluble tiene tal aceptación que cerca del 50% del café verde producido en el mundo se destina a su elaboración.

Este fenómeno subraya su popularidad y demanda constante.

💡 Elixir de Longevidad: Un estudio en Reino Unido reveló que el consumo de café sin azúcar puede reducir la mortalidad entre un 16% y un 29%, mientras que un consumo moderado con azúcar puede llegar a reducirla hasta un 31%.

💡 Biocombustible desde la máquina expendedora: Investigadores de la Universidad de Jaén (UJA) encontraron una sorprendente utilidad para los posos del café soluble de las máquinas expendedoras: se pueden transformar en biodiesel y bioetanol, contribuyendo así al ámbito de la sostenibilidad.

### ¿Y SOBRE LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA?

Quizás no eras consciente del potencial de este sector en nuestro país. Y es que, tal y como recogen desde la EVA, España lidera el uso de máquinas expendedoras en Europa, con una máquina por cada 80 habitantes, muy por debajo de la media europea de una máquina por cada 180 habitantes.

Otro dato a tener en cuenta es el tiempo como factor decisivo a la hora de optar por un servicio unattended. Tanto es así que casi la mitad de los consumidores elige las máquinas



expendedoras debido a la falta de tiempo en sus rutinas diarias.

En el mundo de las bebidas calientes, el café soluble, el cortado y el cappuccino son los favoritos indiscutibles en las máquinas automáticas, destacando por su demanda constante y

atractivo sabor.

Desde los orígenes del café soluble hasta el papel crucial de la distribución automática en nuestras vidas modernas, estas curiosidades nos revelan una dimensión más profunda de la bebida que tanto amamos.

## No tires los **restos de café**: úsalos para limpiar



**La distribución automática de café, una vista común en oficinas y lugares públicos, desempeña un papel fundamental en la economía circular del café, optimizando su consumo. No solo influye en nuestra relación con la cafeína, sino que también puede impulsar hábitos más sostenibles en el hogar.**

En la vorágine de la vida moderna, el café se ha convertido en un aliado infalible para millones de personas alrededor del mundo. Ya sea para iniciar el día con energía o para tomar un breve respiro durante la jornada, esta bebida aromática ha encontrado su lugar en nuestros hábitos diarios.

Pero, ¿qué pasa con los restos de café que quedan en la taza después de disfrutar de esa revitalizante dosis de cafeína? Sorprendentemente, esos granos molidos pueden encontrar un nuevo propósito en el hogar, especialmente en el ámbito de la limpieza doméstica, contribuyendo indirectamente a la economía circular del café.

### LA ENERGÍA SOSTENIBLE DEL CAFÉ Y SU CICLO DE VIDA EXTENDIDO

La cafeína contenida en cada taza de café actúa como un estímulo temporal, brindando un impulso de energía y mejorando el estado de ánimo. Sin embargo, la jornada del café no termina cuando la taza está vacía. Al darle un segundo uso a los restos de café, se

prolonga el ciclo de vida de este producto natural y se apoya la noción de economía circular.

Este concepto se basa en la reducción del desperdicio y la reutilización de recursos para crear un sistema más sostenible.

#### TRUCOS QUE QUIZÁS NO CONOCÍAS PARA UNA LIMPIEZA EFICIENTE

La distribución automática de café, tan presente en oficinas y espacios públicos, juega un papel crucial en la economía circular del café al permitir un consumo más eficiente y controlado.

Así, además de su importancia en la esfera de la cafeína, estos sistemas también tienen el potencial de fomentar prácticas más sostenibles en el hogar.

Por ejemplo, el café es una gran herramienta para la neutralización de olores. El consumo de café, bajo la forma que sea, genera gran cantidad de residuos de café molido.

Estos posos pueden ser recogidos y utilizados para neutralizar malos olores en armarios o espacios cerrados. En el ámbito de la distribución automática, la recogida selectiva de estos residuos podría ser parte de un enfoque más sostenible.

De igual forma, los granos molidos pueden actuar como un agente de limpieza natural, ayudando a raspar y eliminar la grasa pegada en utensilios de cocina. Calentar agua en los sartenes u ollas, agregar los posos de café y frotar suavemente con un estropajo puede resultar en una limpieza eficiente y ecológica.

Al igual que en la cocina, los posos de café pueden actuar como agentes limpiadores naturales en otras superficies. Desde muebles hasta utensilios, frotar suavemente con restos de café puede ayudar a eliminar la suciedad incrustada.

A ello se suma su poder para el mantenimiento de las tuberías. Y es que, la acumulación de residuos en las tuberías puede causar problemas de drenaje.

Los restos de café, por su textura y composición, pueden ser utilizados para limpiar y desatascar las tuberías, evitando así problemas mayores y promoviendo un mantenimiento preventivo.



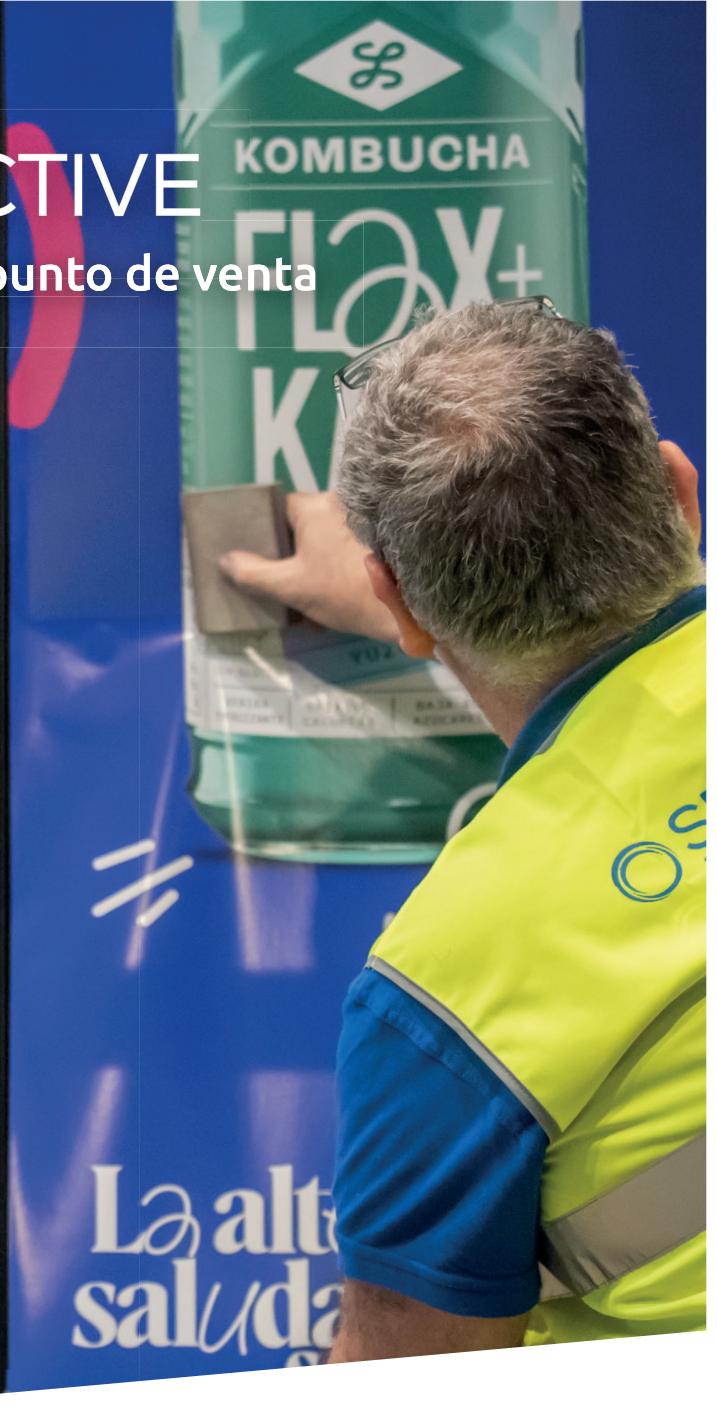
Por otro lado, los posos pueden incluso ser utilizados de manera creativa para disimular manchas en muebles o superficies de madera.

Esplicar posos de café sobre las manchas y luego limpiar suavemente puede dar una apariencia uniforme a la superficie.



# SERACTIVE

Servicio de activos en punto de venta



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

[www.seractive.com](http://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.

# Rhea Apliven, nuevo socio del Fórum Cultural del Café



**La compañía reafirma su compromiso con el sector cafetero al convertirse en miembro y socio del Fórum, una de las asociaciones más importantes a nivel nacional.**

El café es una de las bebidas más populares y apreciadas en todo el mundo. Más que una simple bebida, el café representa una experiencia cultural y social que ha trascendido fronteras y ha dejado una profunda huella en la historia de la humanidad.

Detrás de cada taza de café, hay una compleja cadena de producción y conocimiento que involucra a agricultores, tostadores, fabricantes, baristas y amantes del café.

**En el corazón de este universo café se encuentra el “Fórum Cultural del Café”, una institución que ha jugado un papel crucial en la promoción y difusión de la cultura y el conocimiento del café.**

Fundado con la visión de ser un punto de encuentro para todos los actores de la industria, el Fórum se ha convertido en un referente en el mundo cafetero, facilitando el intercambio de ideas, la formación y la investigación.

Y ahora, esta asociación contará con el apoyo de una de las empresas fabricantes de soluciones de café más destacadas: Rheavendors. Así nos traslada la noticia el propio equipo con gran entusiasmo.

**Con la meta de brindar calidad y experiencias en cada taza de café, Rheavendors Apliven se une como socio al Fórum Cultural del Café; una unión que les permitirá expandir horizontes y conectarse a una red global de conocimientos, innovación y tendencias en el universo del café.**

Como sabemos, la asociación trabaja bajo el objetivo de promover el



consumo de café de especialidad y alta calidad en nuestro país, contribuir a la difusión de la cultura del café y aumentar la calidad del oro negro que se sirve en España.

“Este paso demuestra nuestro compromiso de estar a la vanguardia de la innovación, calidad y sostenibilidad en el sector del café.”, afirma el equipo de Rhea Apliven con ilusión en la nueva andadura.

## PROMOViendo LA CULTURA CAFETERA: FORMACIÓN Y EVENTOS

Ejemplo de ello es Fórum Coffee Festival, que se prepara para ser el epicentro del café en España durante el último fin de semana de septiembre y el primer día de octubre.

Asimismo, 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.

Por su parte, BRITA, la reconocida marca especializada en soluciones de filtración de agua, anunció recientemente la asociación como socio oficial de agua en el esperado Forum Coffee Festival.

Esta colaboración fortalece aún más la relación de BRITA con el Fórum del Café, donde ha sido su partner de filtración de agua durante mucho tiempo y ha respaldado los campeonatos de baristas. Ahora, se suma a esta emocionante nueva iniciativa para seguir promoviendo la importancia del agua en el mundo del café.

# Nestlé lidera como la marca alimentaria más valiosa, ¿y la marca de bebidas?

**Nestlé ostenta un valor de marca de 22.400 millones de dólares, Coca-Cola lidera con 33.500 millones, mientras Nespresso asombra con un aumento del 208%, alcanzando los 2.900 millones.**

En un mercado alimentario en constante evolución, Nestlé ha reafirmado su posición como la marca de alimentación más valiosa del mundo, superando a sus competidores y consolidando su influencia en la industria.

El informe anual de valoración de marcas de 'Brand Finance', una consultora independiente líder en este ámbito, ha colocado a Nestlé en el primer lugar de su prestigioso ranking. Esta distinción no solo resalta el valor intrínseco de la marca, sino también su sólido desempeño en el mercado global.

**El valor de marca de Nestlé ha experimentado un notable aumento del 8%, alcanzando la cifra de 22.400 millones de dólares, equivalente a unos 20.576,8 millones de euros.**

Esta significativa expansión se atribuye al robusto crecimiento de las ventas en toda la diversificada cartera de marcas del grupo, con fuerte presencia en la distribución automática.

La estrategia de la compañía, que abarca una amplia gama de productos, ha demostrado ser un factor clave en su éxito continuo.

La firma china de productos lácteos Yili se mantiene en la segunda posición con un valor de marca estimado en 12.400 millones de dólares, que se traducen en alrededor de 11.390 millones de euros.

El crecimiento constante de las ventas en el mercado nacional y su creciente presencia internacional, con participación en más de 60 países, han contribuido a la sólida posición de Yili en el ranking.

## SNACKS: LAS PRINCIPALES MARCAS Y SU CRECIMIENTO PROMEDIO

La industria de los aperitivos también ha experimentado un notable aumento en el valor de marca, incluso en medio de la pandemia. Las cinco principales marcas del sector, Lay's, Doritos, Want Want, Cheetos y Tostitos, han experimentado un impresionante incremento promedio del 40% en su valor de marca.



Entre ellas, Lay's destaca con un aumento del 29%, posicionándose en el tercer lugar del ranking mundial.

## Y DESDE EL SECTOR DE LAS BEBIDAS REFRESCANTES, COCA-COLA COPA EL RANKING

Coca-Cola, por su parte, se afianza como la marca de bebidas no alcohólicas más valiosa del mundo, con una valoración de 33.500 millones de dólares, lo que equivale a unos 30.766 millones de euros.

Esta icónica multinacional se destaca no solo por su reconocimiento global, sino también por su compromiso con la sostenibilidad, lo que ha contribuido al aumento de su valor percibido en este aspecto.

Siguiendo la estela de Coca-Cola, Pepsi se sitúa como su principal competidor, con una valoración de 18.300 millones de dólares, aproximadamente 16.836 millones de euros. Red Bull, por su parte, cierra el podio con una valoración de marca de 7.000 millones de dólares, registrando un incremento del 1% en su valor.

**Nespresso, la marca de bebidas no alcohólicas que más ha crecido, ha experimentado un asombroso aumento del 208% en su valor de marca**

## EL CAFÉ REINA LA CUOTA DE CRECIMIENTO DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

Mientras tanto, Nespresso, la marca de bebidas no alcohólicas que más ha crecido, ha experimentado un asombroso aumento del 208% en su valor de marca, llegando a los 2.900 millones de dólares.

Esta transformación se atribuye a la apuesta por la innovación en cafeteras y cápsulas, así como a las iniciativas de sostenibilidad que han impulsado su presencia en el mercado.

La valoración de marcas en la industria alimentaria y de bebidas es un reflejo de la innovación, la calidad y el impacto que estas marcas tienen en la vida de los consumidores.

Nestlé y Coca-Cola, junto con otras marcas destacadas, continúan liderando este sector en constante cambio, demostrando su capacidad para adaptarse a las necesidades cambiantes de los consumidores y mantener su posición en la cima del mercado mundial.

# Green evolution



la paletina natural

en madera de abedul y haya

DESDE  
1978



[www.nisisl.com](http://www.nisisl.com) - Tel. +39 031 480591

The mark of  
responsible forestry



# Lavazza se convierte en el Café Oficial del Festival de San Sebastián 2023

**El inconfundible aroma del café premium de Lavazza impregnará el ambiente del muy esperado Festival de San Sebastián este año, ya que la marca italiana asume el papel de café oficial del evento por primera vez. Del 22 al 30 de septiembre de 2023, Lavazza hará su presencia sentir en las majestuosas instalaciones del Palacio de Congresos KURSAAL.**

El Festival de San Sebastián, piedra angular reverenciada de la industria cinematográfica en España, goza de un prestigio internacional que lo ubica entre los eventos culturales más destacados del mundo.

Su reputación lo ha elevado a la cuarta posición en cuanto a instituciones culturales en España, según los hallazgos de la Fundación Contemporánea. Se enorgullece de ser el único festival en España en llevar la clasificación más alta de la FIAPF, y comparte este honor con sus contrapartes europeas como Cannes, Berlín y Venecia.

El paralelo entre la prominencia global del festival y el liderazgo internacional de Lavazza

en el sector del café es notable.

Operando en más de 140 mercados y sirviendo más de 30 mil millones de tazas de café anualmente, Lavazza se ha consolidado como un verdadero ícono del mundo cafetero, una distinción que se asemeja a la eminencia cinematográfica del festival.

Subrayando la importancia de esta colaboración, Víctor Santos, gerente Regional de Ventas de Iberia en Lavazza, comenta: "Estamos emocionados de embarcarnos en esta colaboración con el Festival de San Sebastián, un evento que comparte nuestro ethos de brindar experiencias excepcionales tanto al público como a los consumidores. Nuestros lazos con la ciudad de Donostia son profundos, ya que previamente hemos participado en San Sebastián Gastronomika, donde servimos auténtico espresso italiano a todos los participantes. Es un privilegio para nosotros seguir ofreciendo el

mejor café en cada rincón del mundo."

## SOSTENIBILIDAD, SELLO DISTINTIVO DE LAVAZZA

En el corazón de esta colaboración se encuentra la colección La Reserva de iTierral, una muestra del compromiso de Lavazza con la calidad y la sostenibilidad. Una serie de mezclas diseñadas para baristas profesionales, La Reserva de iTierral personifica la calidad y la conciencia ecológica.

Las mezclas provienen de fincas certificadas por Rainforest Alliance u orgánicas, seleccionadas minuciosamente y tostadas para ofrecer un auténtico sabor de los orígenes del café. Cada mezcla en la línea La Reserva de iTierral está compuesta por granos de regiones y comunidades involucradas en proyectos de responsabilidad social, gestionados bajo la tutela de la Fundación Lavazza.

La creación de la Fundación Lavazza en 2004 marcó la entrada dedicada de la compañía en la sostenibilidad social, ambiental y económica.

# Un 2023 de crecimiento: Azkoyen alcanza un beneficio neto de 8,9 millones de euros



**La cifra de negocios del grupo crece un 27,9%, ubicándose en los 99,6 millones de euros. El crecimiento orgánico ha sido del 17,1% al que se suma el porcentaje proveniente de las adquisiciones de Vendon y Ascaso, un 10,8%.**

Azkoyen acaba de anunciar sus resultados del primer semestre de 2022, un periodo en el que ha anotado una cifra neta de negocio de 99,6 millones de euros, lo que se traduce en un aumento del 27,9% en comparación con el ejercicio anterior.

Este crecimiento se ha visto impulsado por el buen rendimiento de las líneas de negocio de Coffee & Vending Systems y Payment Technologies.

**El EBITDA ha ascendido un 40,8% hasta los 17,1 millones de euros y el resultado consolidado después de impuestos del primer semestre del ejercicio 2023 alcanza 8,9 millones de euros; es decir, un incremento del 34,6%.**

Por su parte, el porcentaje de EBITDA sobre ventas del Grupo se ha ubicado en un 17,2%.

Continuando la tendencia del ejercicio anterior, el crecimiento orgánico ha sido de un 17,1%.

A ello se suma el efecto de las adquisiciones de la empresa letona SIA Vendon y de la empresa española Ascaso, realizadas en 2022, que han añadido un incremento adicional del 10,8% sobre la cifra de negocios.

La aplicación iniciativas en mejora en las áreas de operaciones, compras, técnicas e I+D, así como en el ámbito comercial a través de subidas selectivas de precios, han compensado en su mayor parte los incrementos de costes, fijándose el margen bruto en porcentaje sobre ventas en un 43% y creciendo un 27,2% hasta 42,8 millones de euros.

Tanto de lo mismo para los gastos fijos, que también han crecido 21,2 puntos porcentuales, lógicamente, debido a estas inversiones y a las adquisiciones realizadas en 2022 que mencionábamos antes.

Respecto a la cifra de negocio consolidada por regiones, España supone un 15% del volumen total; Alemania representa un 26,3; un 12,6% al Reino Unido; Italia un 11,4%; seguido de Bélgica con un 5,6%; un 14,3% corresponde al resto de la Unión Europea, y un 14,8% a otros

países.

*“La fortaleza de los resultados y la situación financiera del grupo han permitido el pago de dividendos por valor de 4,5 millones de euros, un 30% del beneficio neto consolidado del ejercicio anterior”, recoge la compañía.*

## VENTAS POR DIVISIONES

Las ventas de la división de Coffee & Vending Systems han vivido un crecimiento del 35,5% en 2023 en comparación con el mismo periodo del año anterior (16,2% crecimiento orgánico y un 19,3% por la adquisición de Ascaso Factory, S.L.U.).

A lo largo del semestre, el grupo ha registrado un notable crecimiento en el continente americano (en especial en E.E.U.U.) y en Reino Unido; ambos alcanzando cifras históricas para Azkoyen, así como en otros países del continente europeo. La división ha volcado sus esfuerzos por reforzar la innovación y la sostenibilidad de sus productos, incrementando su inversión y su capacidad de producción.

Asimismo, han fortalecido las ventas en sus

principales mercados, potenciando el marketing y la marca sobre todo en el canal Horeca. Y esto tiene su eco en los diferentes reconocimientos que el grupo ha ido coleccionando este año.

Por ejemplo, el galardón que obtuvo como mejor proveedor de máquinas de café automáticas en el Reino Unido por National Independent Vending Operators (NIVO).

También recibió el iF Design Award 2023 por su máquina de café y fuente de agua Neo Q que promueve la sostenibilidad en el lugar de trabajo, recogió el New York Design Awards por su máquina Vitro X1 y consiguió el premio al Mejor Producto Sostenible en los Vendies 2023 de UK por la NEO Q.

Respecto a la división Payment Technologies -que incluye retail, medios de pago industriales y para la distribución automática, así como soluciones globales de IoT y, telemetría-, ha registrado un crecimiento en ventas del 32,8% (20,4% crecimiento orgánico y un 12,4% por la adquisición de SIA Vendon).

Dentro de esta división, como decíamos, se incluye Retail y medios de pago industriales, que representa un 52% de los ingresos de la división.

Además, cabe destacar que se han implementado mejoras en la red comercial y se han incorporado nuevos desarrollos de IA.

Durante el ejercicio y tras importantes esfuerzos en materia de I+D, se ha lanzado una nueva versión de la solución Cashlogy, la solución automatizada de control de efectivo y un nuevo servicio, Cashlogy Cloud, con información

completa en tiempo real, y, a través de su IoT, una aplicación que permite a los propietarios de establecimientos tener el control total del efectivo de los negocios desde el dispositivo móvil.

Respecto a Medios de pago para máquinas automáticas, Coges, que supone cerca de un 39% de los ingresos de la división, se está trabajando en la conectividad de las máquinas y en el desarrollo de soluciones globales de IoT.

**En 2023, Coges ha superado las 57.500 conexiones y suscripciones de servicios de conectividad.**

En cuanto a la división de Time & Security (Tecnología y sistemas de seguridad), ha anotado en el primer semestre un crecimiento en las ventas del 15% en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior.

La entrada de pedidos ha aumentado un 30% en comparación con el mismo periodo del 2022.

A 30 de junio de 2023, la cartera de pedidos, incluyendo proyectos y contratos de mantenimiento, asciende a 49,6 millones de euros, un 21,2% más que en el mismo periodo del año anterior.

“Hemos seguido consolidando las adquisiciones de Vendon y Ascaso, que realizamos hace ahora un año, y que han tenido un impacto muy positivo en nuestros resultados a la vez que nos han ofrecido la posibilidad de crecimiento en nuevos mercados y clientes”.

La división ha trabajado en la creación de

soluciones integradas que ofrezcan una mayor protección y eficiencia en sus procesos de gestión y ha registrado una mejora significativa en los procesos y recursos y en la fabricación de soluciones de hardware y software.

Además, en cuanto a I+D, la división continúa con su ambicioso proyecto de desarrollo tecnológico y producto.

**En este sentido, el Grupo comenzará a comercializar la aplicación Mobile Credentials en los próximos meses y que complementará la solución Prime CertifiedAccess, primer producto comercial para este innovador segmento de soluciones.**

**PERSPECTIVAS Y VISIÓN DEL MERCADO**

Durante el primer trimestre de 2023, la economía mundial ha presentado indicios prometedores de recuperación, impulsados por la tendencia descendente de la inflación, un crecimiento sólido y mejoras en las cadenas de suministro.

No obstante, esta mejora es frágil, ya que la inflación ha demostrado ser más resistente de lo previsto inicialmente, y diversas economías enfrentan una grave escasez de mano de obra, lo que podría dar lugar a un aumento en los salarios reales y, a su vez, reducir los márgenes de ganancia empresarial.

La incertidumbre persiste, y los expertos advierten que se requiere una gestión cuidadosa para mantener y fortalecer esta recuperación económica en curso.





## Quality Espresso lanza su nueva web corporativa completamente renovada

Paralelamente la compañía lanza también nuevas webs para sus marcas Gaggia, Futurmat, Visacrem y la gama de molinos y accesorios Q Series.

Quality Espresso, una de las empresas líderes en el mercado de máquinas de café espresso y molinos en entornos profesionales, sigue evolucionando e implementando cambios significativos para seguir creciendo, tales como actualizar y mejorar los procesos de fabricación, comprometerse con la sostenibilidad, implementar nuevas tecnologías y mejorar la trazabilidad de sus productos.

Dentro de este conjunto de acciones orientadas a potenciar su posicionamiento en el mercado, la compañía ha actualizado un elemento fundamental de la comunicación, la página web.

Una nueva web corporativa con la que ha renovado su imagen gracias a un atractivo diseño gráfico y en la que ha enriquecido el contenido, estudiado cada detalle para ofrecer una experiencia de navegación óptima para acceder a la información de sus servicios y productos, datos técnicos, fotos y vídeos con tan solo unos clics.

La página de Inicio da la bienvenida al visitante con una visión general de la empresa: la fabricación de máquinas de café tradicionales, molinos y otros accesorios para la elaboración del café espresso.

Los usuarios de la web encontrarán información sobre las innovaciones tecnológicas, el servicio de aten-

ción al cliente, los cursos de formación, sin olvidar las últimas noticias y novedades.

Destacan especialmente sus marcas que conforman una oferta única: Gaggia, Futurmat y Visacrem, marcas de referencia en el mercado de las máquinas de café profesionales, así como la nueva gama de molinos y accesorios Q Series.

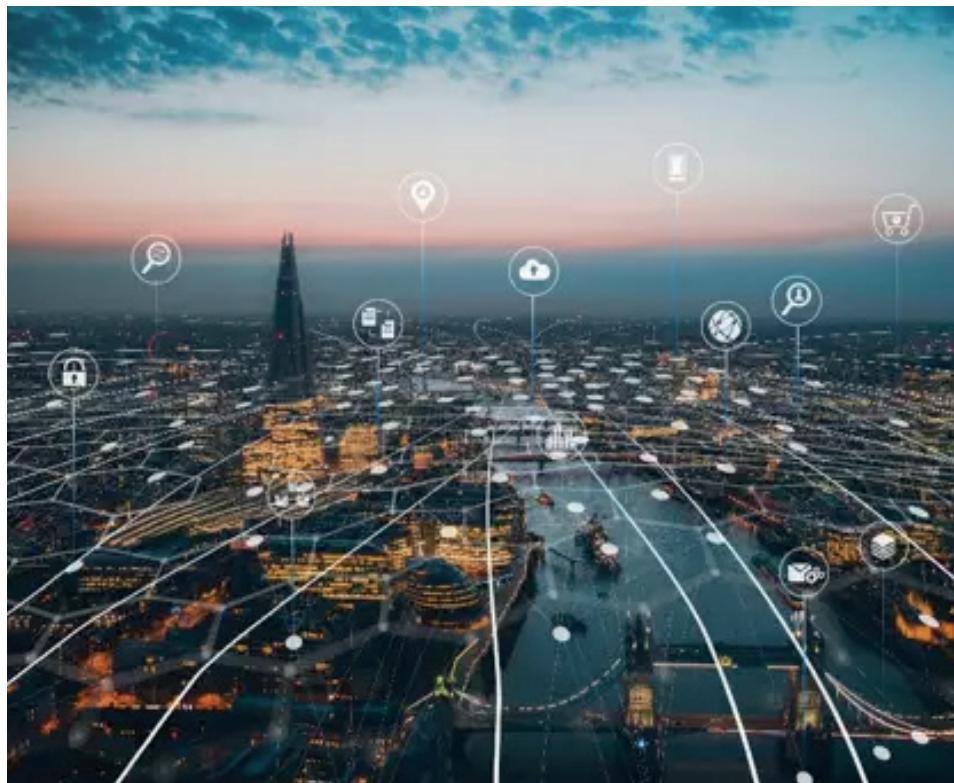
Cada una de ellas cuenta con una nueva página web propia a la que se puede acceder directamente desde la página de inicio de la nueva web de Quality Espresso o desde la sección Nuestras Marcas.

En esta nueva página web, Quality Espresso ofrece una visión general sobre su presencia internacional, su historia - que se remonta a los años 50 del siglo pasado - y su especial atención a la sostenibilidad y a la protección del medio ambiente.

Para quienes deseen profundizar más, también están disponibles la página Servicio y Tecnología con información de las últimas innovaciones y servicios diferenciales de la compañía, así como la de Contacto, para contactar directamente con el equipo de Quality Espresso especializado para atender cada consulta.

Finalmente, para los usuarios que quieran mantenerse informados sobre las últimas novedades de Quality Espresso, pueden consultar la sección Noticias o aventurarse en el Blog, donde se recoge información útil, lanzamientos y curiosidades sobre todo lo relacionado con el mundo del café.

# Alai Secure reafirma su plan de expansión internacional y llega a Ecuador



**Si bien la conectividad M2M/IoT es un mercado incipiente en Ecuador, se alza como uno de los países de mayor potencial de crecimiento.**

Latinoamérica es un territorio en ebullición en cuanto a conectividad M2M/IoT se refiere. En cifras, el IoT tiene un potencial de mercado de 4.155 millones de euros para el 2024 y una tasa de crecimiento anual compuesta del 17%, tal y como recoge un estudio de Gartner ICT 2022, y esto, no ha pasado desapercibido para Alai Secure.

La empresa especializada en telecomunicaciones aborda su aterrizaje en Ecuador como parte de su plan de crecimiento internacional.

De hecho, Alai arrancó su expansión internacional en 2019 en Colombia, a las puertas de lo que fue una pandemia con duras consecuencias. Un año más tarde, comenzó a operar en Chile.

En 2022 desembarcó en Perú y durante los primeros seis meses de este año ya ha clavado su bandera en México. Ahora es el turno a Ecuador.

## CRECIMIENTO ECUATORIANO

La economía de Ecuador crecerá un 2,9% en 2023 y será uno de los países de Sudamérica con mayor aumento en su PIB, según el FMI.

En este horizonte, el país es uno de los que mayor potencial de crecimiento respecto a conectividad M2M/IoT, y el hecho de que se trate de un mercado aún incipiente presenta desafíos, pero también emocionantes oportunidades.

Durante este mes, y con motivo de la llegada de la compañía al Ecuador, Alai Secure contrata a Mariela Miranda Vega como nueva Account Manager en el país.

Cuenta con una dilatada experiencia en compañías como Claro o Erictel, donde trabajó durante cinco años como especialista IoT. En Alai Secure será la encargada de liderar la operación en el país y el equipo local.

“Mi llegada a Alai Secure para abrir operación en el país lo considero todo un reto. Cuento con un objetivo muy claro: posicionar la marca a nivel nacional”, declara Miranda.

“Somos el primer operador especializado en comunicaciones M2M/IoT en la región, con una experiencia de más de 18 años de experiencia

en el sector. Algo clave para Ecuador es que iniciamos nuestra operativa con cobertura y conectividad con los dos operadores más grandes del país, Claro y Movistar, gracias al roaming multi-operador con acceso a GSM/2G/3G/4G”, apunta.

A juicio de Miranda, una de las claves del éxito de Alai Secure ha sido “estar atentos a las necesidades y ‘dolores’ de los clientes en el proceso de venta y posventa”.

Para continuar en esa senda, la nueva Account Manager tiene clara la receta: “Lo importante no solo es crecer, sino crecer sostenidamente y que nuestros clientes sean nuestros principales referenciadores”, concluye la ejecutiva.

Miranda observa grandes oportunidades para implementar la tecnología de Alai Secure en diversos sectores.

“Ecuador busca estar a la vanguardia de la tecnología. El control de flotas y GPS es una industria muy conocida y explotada. Sectores como la seguridad electrónica o el POS (Point of Sales, por sus siglas en inglés) también están muy bien desarrollados. Aún por explotar, encontramos sectores como el metering y la telemetría. Hay un largo camino por recorrer”, manifiesta Miranda.

Alai Secure tiene una dilatada experiencia operativa en Latinoamérica en mercados muy diversos, pero cada uno cuenta con sus peculiaridades.

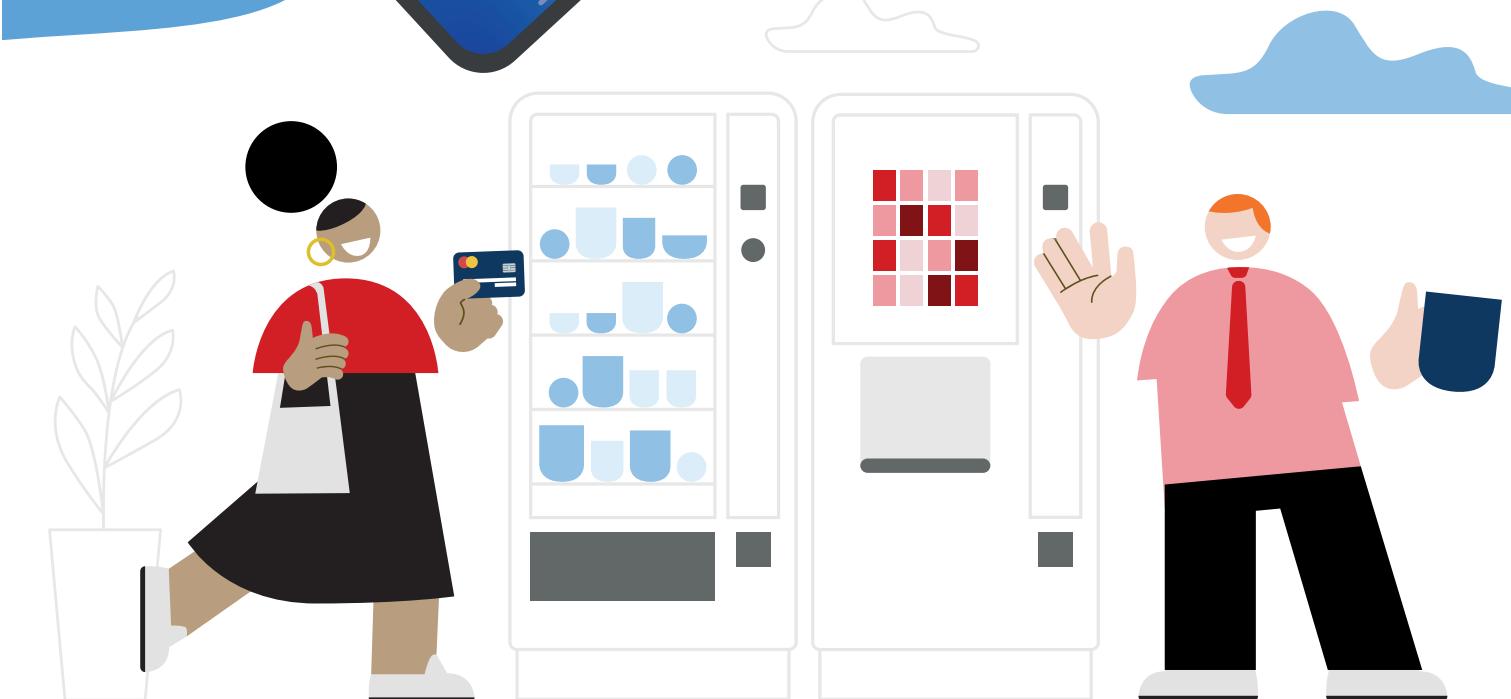
*“Considero que la principal diferencia entre el mercado ecuatoriano y el resto es el tamaño. Somos un país con menos territorio y población. Chile es un país más desarrollado que el resto de la región. Sin embargo, en conocimiento, situaciones políticas y tal vez de cierta manera, en el comportamiento del consumidor, somos similares, sobre todo a Colombia y Perú”, concluye Miranda.*

2023 será sin duda, el año de mayor crecimiento internacional de Alai Secure y a comienzos de 2024 prevé iniciar operaciones en Brasil y Portugal. Con estas aperturas, estará presente en cinco países de Latinoamérica y dos de Europa.



nebular

The illustration features a central blue cloud with the word 'nebular' in a dark font. Surrounding the cloud are various electronic devices and icons: a smartphone showing a 'You gained 10 Star points!' notification with a QR code and three stars; a laptop displaying a line graph; a credit card with a red and yellow logo; a smartphone with a 'SYSTEM UPGRADE' screen showing a progress bar at 55% and the text 'CHECKING...'; a digital scale; and a barcode scanner. The background is a light blue gradient with white clouds.



Ingrese 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](http://www.nebular.online)



# El **chocolate** vuelve a tomar el relevo y se convierte en el gran protagonista

**El chocolate es uno de los alimentos más apreciados del mundo, pero pocas personas conocen realmente este producto, sus características y su potencial. No solo es actualmente el producto con mayor potencial de desarrollo para todo el sector enogastronómico, sino que también puede desempeñar el papel de motor cultural.**

En los últimos años, un producto que ha logrado cautivar el paladar de millones en todo el mundo ha sido el chocolate.

Más que un simple placer de indulgencia, este producto estrella ha experimentado un ascenso constante en el mercado global, consolidándose como uno de los productos más demandados y con un potencial aún por explorar en la distribución automática.

El chocolate, originario de las culturas precolombinas de América Central, ha recorrido un largo camino desde sus humildes orígenes. Hoy en día, es apreciado en todas sus formas, desde las barras clásicas hasta los elaborados bombones gourmet y las bebidas infusionadas con cacao.

**Esta expansión de la variedad ha sido un factor crucial en el crecimiento sostenido de la industria chocolatera.**

El mercado del chocolate ha demostrado ser resistente incluso en tiempos de incertidumbre económica.

La creciente demanda, impulsada por los consumidores que buscan indulgencia y experiencias sensoriales únicas, ha estimulado la innovación en la industria.

Desde el chocolate con sabores exóticos hasta las combinaciones con ingredientes saludables, los fabricantes han adaptado a las cambiantes preferencias del público.

No obstante, uno de los desarrollos más intrigantes es el papel que el chocolate está desempeñando en la distribución automática.

Las máquinas expendedoras, antes limitadas a aperitivos salados y bebidas, están experimentando una transformación gracias a la inclusión de productos de chocolate de alta calidad.

Esto no solo amplía las opciones disponi-



bles para los consumidores, sino que también brinda nuevas oportunidades a los productores de chocolate.

**La distribución automática de chocolate no solo es conveniente, sino que también satisface la creciente demanda de inmediatez en la sociedad actual. Imagina un escenario en el que puedes obtener un delicioso trozo de chocolate gourmet en cualquier momento del día, ya sea en una estación de tren, en un centro comercial o en el lugar de trabajo.**

Esta disponibilidad constante refuerza la relación emocional que los consumidores tienen con el chocolate.

Las máquinas expendedoras y las superau-

tomáticas table top pueden ofrecer una gama diversificada de productos, desde cacao en polvo para bebidas calientes hasta pequeños pasteles y postres de chocolate.

**La personalización también entra en juego, ya que las máquinas pueden ajustar las opciones según las preferencias regionales y estacionales.**

Sin embargo, este avance no está exento de desafíos. Mantener la calidad del chocolate en una máquina expendedora requiere un cuidado a la gestión de la temperatura y la humedad.

Además, la competencia en este nuevo nicho de mercado está creciendo, lo que significa que los productores deben esforzarse por

destacar en un entorno que anteriormente no habían explorado.

Su evolución constante y la incursión en la distribución automática demuestra su adaptabilidad y su capacidad para mantenerse relevante en una era de cambios constantes.

En un mundo donde la comodidad y el placer se valoran más que nunca, el dulce y tentador mundo del chocolate continúa brillando con fuerza.

## EL CHOCOLATE ES INNOVACIÓN

La innovación en el mundo del chocolate es continua y se centra en nuevas variedades, nuevos productos y, sobre todo, nuevas aplicaciones en ámbitos muy diferentes.

Los maestros chocolateros trabajan para desarrollar nuevas experiencias de consumo tan inolvidables por su sabor como cuidadosas por minimizar el desperdicio de alimentos y promover la sostenibilidad en la cocina.

Hoy, existen calidades de chocolate elaboradas al 100% con el fruto del cacao; pero también la tecnología permite hoy líneas de producción de alto rendimiento para el sector.

Es necesario estimular y ayudar a los cocineros a descubrir lo que la ciencia, la tecnología y el diseño ponen a su alcance, presentando la pastelería como un mundo en constante



**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**

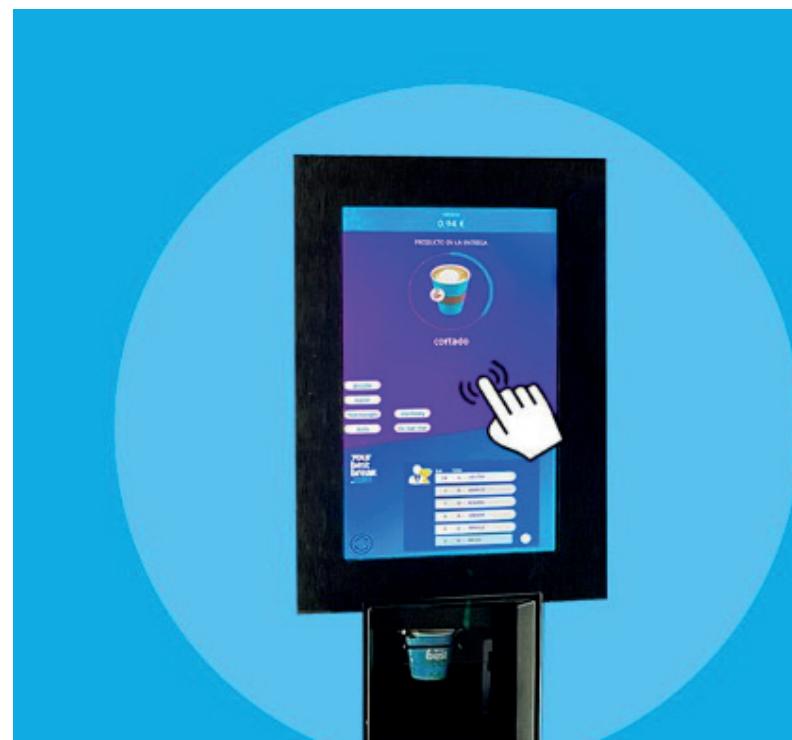
**Contáctanos**  
Para obtener más información acerca de la gama de bebidas en Nestlé Professional llámanos al: 900 50 52 54  
O entra en:  
[www.nestleprofessional.es](http://www.nestleprofessional.es)  
[Nestle.Professional@es.nestle.com](mailto:Nestle.Professional@es.nestle.com)

**CON RESPETO HASTA LA TAZA**

**NESCAFÉ**

**Para los amantes del café.**

# La importancia de un departamento de rutas eficiente para un *break* siempre a tiempo



En una conversación exclusiva con los responsables del departamento de rutas de IVS Ibérica, Antonio Sánchez y Vicente Martín, la compañía operadora se adentra en los entresijos de cómo garantiza que sus productos lleguen puntualmente a las máquinas y estén siempre disponibles para sus clientes.

El proceso que subyace en esta operación es un engranaje meticulosamente sincronizado, donde cada pieza desempeña un papel crucial. Desde la compra y el almacenamiento de productos, se busca evitar cualquier falta de stock.

Para Antonio y Vicente, es fundamental que, cuando los clientes decidan disfrutar de su desayuno con "Your Best Break", las máquinas de restauración automática estén ya operativas y fuera de sus instalaciones, listas para satisfacer sus necesidades.

**La tecnología se convierte en el aliado indiscutible de IVS Ibérica, esta empresa líder en distribución automática, en la optimización de sus rutas de entrega. La compañía emplea un sistema informático que rastrea la ubicación de todos sus clientes y máquinas distribuidoras automáticas.**

Además, este sistema asigna responsables de carga y planifica las rutas de manera eficiente, reduciendo al máximo los desplazamientos innecesarios.



Las rutas que involucran productos frescos merecen una mención especial. La temperatura es un factor crítico para mantener la calidad de estos productos, e IVS Ibérica lo tiene bien presente.

Sus vehículos están especialmente equipados para garantizar que los productos se mantengan a la temperatura adecuada en todo momento. Esto asegura que los clientes disfruten de productos frescos y en óptimas condiciones.

La puntualidad es otro aspecto clave en la estrategia de IVS Ibérica. Los responsables de las rutas están listos para empezar a trabajar antes que los clientes, asegurándose de que los productos necesarios estén disponibles justo cuando se requieran.

Incluso en casos de retrasos inesperados, la

empresa cuenta con responsables de carga cerca, dispuestos a resolver cualquier contratiempo sin que el cliente se vea afectado.

## "IVS IBÉRICA ES COMO UNA FAMILIA"

Cuando se les preguntó sobre lo que representa IVS Ibérica para ellos, Antonio y Vicente lo expresaron de manera conmovedora: "IVS Ibérica es como una familia". Esto refleja el ambiente de colaboración y compromiso que se ha cultivado en la empresa a lo largo de los años.

Finalmente, en un toque personal, revelaron sus preferencias: "Mi break favorito es el café de la mañana". Un pequeño detalle que resalta la importancia de esos momentos cotidianos que la compañía ayuda a hacer más agradables a través de su dedicación y eficiencia en la gestión de rutas logísticas.

# Ikea y su salto al futuro: Bienvenidos al restaurante del mañana, 100% digitalizado



**En un giro audaz hacia la innovación en el sector de la restauración, Ikea ha lanzado su revolucionario concepto de restaurante digitalizado en su establecimiento ubicado en Vallecas, Madrid. Esta nueva experiencia gastronómica, que se extenderá a nivel global, presenta un enfoque completamente nuevo en la forma en que los clientes interactúan con el proceso de pedido y disfrute de su comida.**

Desde el 29 de agosto de 2023, los visitantes del restaurante y la zona Bistro en el Ikea de Vallecas tienen la oportunidad de experimentar la comodidad del pedido digital mediante una aplicación web especialmente diseñada.

Siguiendo el ejemplo de su exitosa implementación en mercados como Suecia y China,

esta solución tecnológica permite a los comensales escanear un código QR con sus dispositivos móviles, brindándoles acceso instantáneo a un menú digital completo.

Santiago Salgado, cargo del equipo de desarrollo digital de Ikea en España, destaca la versatilidad y accesibilidad de esta aplicación, la cual es compatible con todos los sistemas operativos de smartphones.

Además de presentar una gama completa de platos disponibles, ofertas y detalles sobre ingredientes y alérgenos, la plataforma también facilita el proceso de pago.

Los clientes pueden realizar transacciones

seguras utilizando tarjetas Visa y Mastercard, con planes de futuras actualizaciones para incluir métodos de pago alternativos como Bizum, un método que sí incluyen ya algunas máquinas expendedoras.

Esta iniciativa surge después de una meticulosa evaluación interna de las soluciones exitosas implementadas en distintos mercados internacionales.

Según Salgado, la implementación de este servicio en España es el resultado de la adaptación y personalización de estas innovaciones a la cultura local y las preferencias de los clientes españoles.

En sus palabras, "permite pedir comida solo desde dentro de la tienda, para evitar pedidos falsos, y ayuda a una mejor gestión interna de

la cocina y de sus flujos de trabajo, controlar mejor los tiempos de espera de los clientes y una mayor satisfacción". ya que no tienen la presión de elegir los productos disponibles en el restaurante mientras llega el turno en una cola".

Este nuevo modelo de restaurante digitalizado no solo redefine la experiencia de los clientes en términos de conveniencia y personalización; también tiene un impacto significativo en la eficiencia operativa.

Al eliminar la necesidad de esperar en largas colas para realizar pedidos y pagar, Ikea busca agilizar el proceso de servicio y mejorar la satisfacción del cliente en su restaurante.

Además de la introducción del pedido digital, Ikea ha aprovechado esta oportunidad para renovar la imagen de su restaurante en Vallecas. Esta renovación de la estética y el ambiente culinario es un avance de los cambios que se implementarán en todas las tiendas de la compañía en el futuro cercano.

Se trata de otra muestra más del potencial de la distribución y restauración automáticas. Por su parte, la multinacional sueca Ikea ha dado un paso audaz hacia ese camino y en la modernización de la experiencia gastronómica al introducir su concepto de restaurante digitalizado en su local de Vallecas; al tiempo que pone de manifiesto el





## Grandes cambios en la cúpula directiva de Evoca Group

**En un anuncio que ha sacudido al mundo empresarial, Evoca Group, una de las compañías más destacadas en la producción de máquinas de café profesionales y distribución automática, ha revelado una serie de cambios significativos en su alta dirección. Estos cambios, que entrarán en vigor de manera inmediata, marcan un capítulo importante en la historia de la empresa.**

### ANDREA ZOCCHI, UN LÍDER DE TRAYECTORIA IMPRESIONANTE, DIMESTE COMO CEO

El consejero Delegado de Evoca Group, Andrea Zocchi, ha presentado su dimisión después de más de dos décadas de servicio a la compañía.

Su partida deja un vacío notable en la cúpula directiva de Evoca, ya que Zocchi compitió un papel fundamental en la transformación de la empresa en uno de los líderes indiscutibles en la producción de máquinas profesionales a nivel mundial.

Zocchi comenzó su recorrido en Evoca como director Financiero ("CFO") y, a lo largo de los años, ascendió a la posición de consejero Delegado, donde dejó su huella al liderar la empresa en una serie de adquisiciones estra-

tégicas desde 2017. Durante su mandato, también se enfrentó valientemente a la crisis de la COVID-19, estabilizando las operaciones y llevando a cabo una exitosa reestructuración que sentó las bases para el crecimiento futuro.

**La salida de Andrea Zocchi marca el final de una era en Evoca, pero su legado perdurará a través de su continuo compromiso como miembro del Consejo de Administración.**

### JOCHEN FABRITIUS: UN NUEVO LÍDER PARA EVOC

La noticia de la dimisión de Andrea Zocchi ha sido seguida por el anuncio de su sucesor: Jochen Fabritius, quien asumirá el cargo de consejero Delegado de Evoca. Fabritius, con una amplia experiencia en la gestión de empresas líderes en su sector, promete llevar a Evoca a nuevos horizontes.

Antes de unirse a Evoca, Jochen Fabritius fue destacado como CEO de MBCC Group ("MBCC"), y previamente lideró Xella Group.

Durante su tiempo al mando de estas empresas, demostró su capacidad para impulsar el crecimiento y el éxito en el mercado. Su experiencia en la consultora McKinsey & Com-

pany también le otorga una perspectiva estratégica invaluable.

### DOMINIK HALSTENBERG ASUME COMO PRESIDENTE DEL CONSEJO

El cambio en la cúpula directiva de Evoca no se limita solo a la posición de CEO. Mark E. Keough, quien se desempeñaba como presidente del Consejo de Administración, ha anunciado su jubilación, dando paso a Dominik Halstenberg como nuevo presidente del Consejo.

Este movimiento es parte de una transición ordenada y planificada que busca mantener la estabilidad y la continuidad en el liderazgo de la empresa. Además, Michael Kolbeck se suma como nuevo miembro del Consejo de Administración, fortaleciendo aún más el equipo directivo de Evoca.

Por su parte, el Consejo de Evoca Group agradece a Andrea Zocchi y Mark E. Keough por sus valiosas contribuciones y da la bienvenida a Jochen Fabritius, Dominik Halstenberg y Michael Kolbeck en sus nuevos roles. Estos cambios representan un emocionante capítulo en la historia de Evoca y marcan el comienzo de una nueva era bajo la dirección de líderes altamente experimentados y comprometidos con el éxito continuo de la compañía.

# La “mítica” generación de superautomáticas ya ha llegado



**La nueva línea desarrollada por Franke, que comprende los modelos Mytico Due y Mytico Vario, representa un paso audaz hacia la convergencia de la tradición, la innovación y la personalización en la experiencia del café.**

La búsqueda de la taza de café perfecta y la hospitalidad excepcional han encontrado un aliado en Franke Coffee Systems, una de las líderes en la fabricación de máquinas de café superautomáticas. La compañía se embarca en una nueva era con la categoría de productos BeyondTraditional, presentando la línea Mytico.

Cuando Franke Coffee Systems nombró a Wojciech Tysler, tres veces campeón mundial de baristas, como su embajador en 2022, trazó una ruta estratégica hacia la consolidación de su posición como pionero en la fabricación de máquinas de café totalmente automáticas de alta calidad y enfocadas en la innovación.

Hoy esa motivación por la perfección en taza encuentra un nuevo continente en las innovaciones de la compañía fabricante. Y es que, tal y como afirma el barista, la tecnología aplicada permite volcar todo el conocimiento y creatividad en las superautomáticas.

## LA NUEVA ERA DE MYTICO

En este contexto de creatividad y automatización nace Mytico, una línea que marca un hito en la evolución, no solo de la compañía, sino del propio sector cafetero; y para prueba, sus nuevas características:

Los modelos Mytico Due y Mytico Vario están equipados con dos pantallas táctiles de ocho pulgadas que ofrecen una amplia variedad de opciones de bebidas. Pero es la tecnología iQFlow patentada por Franke la que diferencia verdaderamente a estas máquinas.

La capacidad de controlar la salida del sabor mientras se mantiene un café de alta calidad y consistente es una revelación en la industria. iQFlow permite la personalización de múltiples perfiles de sabor y asegura una extracción eficiente de los sabores y aromas de cada grano de café tostado.



La línea Mytico también marca un hito en el diseño. Inspirada en la tradición italiana y con un enfoque en la funcionalidad y la estética, la línea presenta detalles como las palancas de barista programables y la posibilidad de personalización a través de la elección de colores de paneles laterales.

La línea Mytico ya está disponible en Europa y Oriente Medio, y está programada para lanzarse en Asia-Pacífico en el tercer trimestre de 2023, con previsiones para su llegada a China, Japón y América en 2024.

#### **SUPERAUTOMÁTICAS PARA CREAR NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO**

La nueva categoría de productos BeyondTraditional y la línea Mytico no solo complementan la sólida cartera de máquinas de café superauto-

máticas de Franke Coffee Systems, sino que también abren nuevas puertas para los dueños de negocios de café, brindándoles herramientas para crear experiencias de café únicas y catapultar nuevas líneas de negocio.

Desde una mirada profesional como la de Wojciech, destacan sus opciones de personalización.

En este punto, cabe destacar las propias diferencias existentes entre los dos modelos lanzados: por un lado, la Mytico Due se enfoca en brindar a los baristas expertos una herramienta de trabajo excepcional con opciones manuales y automáticas para espumar la leche; por otro, Mytico Vario, automatiza el proceso y presenta una mayor capacidad diaria, con la posibilidad de preparar diferentes tipos de leche y alternativas lácteas simultáneamente.



# METRO24<sub>st</sub>

TU TIENDA  
VENDING  
24 HORAS



HASTA  
» 8 NEGOCIOS EN 1

DESCUBRE TODOS  
NUESTROS MODELOS  
DE TIENDA



#### 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 ASEGUARADA

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



[WWW.METRO24ST.COM](http://WWW.METRO24ST.COM)

# EL FUTURO DE LAS TIENDAS 24 HORAS



605 30 36 84



@metro24st

» SOLICITA TU VIABILIDAD GRATUITA «

# Laqtia transforma la experiencia del *smoothie* con sabores gourmet al instante



**Un factor que distingue a los batidos instantáneos de Laqtia es su versatilidad estacional. Aunque es cierto que los meses estivales encuentran en estos batidos una fuente refrescante y revitalizante, su atractivo va más allá de las estaciones. El gusto de las nuevas generaciones por este tipo de bebidas, que combina lo saludable con lo delicioso, asegura que los smoothies sean una elección popular durante todo el año.**

En un mundo en constante evolución culinaria, donde la rapidez y la calidad se entrelazan más que nunca, compañías especializadas en el desarrollo de bebidas instantáneas como Laqtia continúan innovando en opciones refrescantes y sabrosas: los batidos elaborados a partir de solubles y bebidas instantáneas. Estas creaciones culinarias no solo satisfacen los paladares exigentes, sino que también ofrecen la comodidad de preparar bebidas gourmet en cuestión de minutos.

**Los smoothies, habituales asociados con una mezcla de frutas frescas y naturales, han encontrado una nueva dimensión en la era moderna. Laqtia, con su enfoque en la calidad y la satisfacción del cliente, ha logrado transformar la experiencia de los batidos mediante su línea de productos concentrados de purés de frutas.**

Estos purés están elaborados con frutas y sabores naturales, lo que garantiza que los batidos resultantes mantengan la autenticidad y el sabor que se esperan de las bebidas gourmet.

Uno de los aspectos más destacados de los productos de Laqtia es su facilidad de preparación. En apenas tres minutos, con la simple adición de leche y hielo, se puede disfrutar de un batido que emana la textura, la cremosidad y la calidad óptimas que suelen caracterizar a las creaciones gastronómicas más exclusivas.

Esta rapidez no solo satisface la necesidad contemporánea

de alimentos convenientes, sino que también abre las puertas a la creatividad, permitiendo a los consumidores experimentar con ingredientes adicionales y personalizar aún más sus bebidas.

Si bien es cierto que los meses estivales encuentran en estos batidos una fuente refrescante y revitalizante, su atractivo va más allá de las estaciones.

El gusto de las nuevas generaciones por este tipo de bebidas, que combina lo saludable con lo delicioso, asegura que este tipo de batidos sean una elección popular durante todo el año.

La empresa enfatiza en la idoneidad de sus productos para una amplia variedad de contextos y situaciones. Ya sea como un complemento energético en la mañana, una opción sabrosa en el almuerzo o un placer indulgente después de la cena, los smoothies instantáneos demuestran su adaptabilidad en distintos momentos del día.

Además, la conveniencia de no requerir refrigeración hace que estos productos sean ideales para llevar de viaje, al trabajo o a cualquier lugar donde se desee disfrutar de un batido gourmet sin complicaciones.

Los sabores ofrecidos en la gama de batidos de Laqtia son igualmente tentadores. Desde el Smoothie Frutas del Bosque hasta la combinación de Mango-Maracuyá y la tropical y refrescante Piña-Coco, cada opción es una invitación a un viaje sensorial. La posibilidad de experimentar con sabores auténticos y emocionantes aporta un elemento de descubrimiento a la experiencia de los batidos instantáneos.

Así, los smoothies elaborados con solubles y bebidas instantáneas de Laqtia han revolucionado la forma en que percibimos y disfrutamos los batidos.

A través de la combinación de calidad, sabor y conveniencia, la compañía ha logrado crear una experiencia culinaria que se adapta perfectamente a los ritmos de la vida moderna. Estos batidos no solo son adecuados para los meses cálidos, sino que se han convertido en un acompañante delicioso y versátil en cualquier estación.

# Los sistemas de refrigeración PREMIER: Alta calidad para los más perfeccionistas de la cocina



**En el mundo implacable de la industria gastronómica, donde la excelencia es una necesidad, la Serie PREMIER de Hoshizaki destaca como un símbolo de calidad para los más perfeccionistas de la cocina. Con la resistencia y el diseño duradero como cartas de presentación, esta serie de armarios de refrigeración está diseñada para satisfacer las demandas de las cocinas comerciales más rigurosas, proporcionando temperaturas óptimas y seguridad alimentaria.**

Diseñada con una resistencia de alta calidad (clase climática 4/5), la serie PREMIER de Hoshizaki, presente en la distribución automática, se convierte en la solución perfecta para las cocinas comerciales.

Las sólidas bisagras en las puertas, el acero inoxidable y un gran acabado se unen para crear un diseño duradero que puede soportar incluso las condiciones operativas más duras en una cocina.

## EFICIENCIA ENERGÉTICA: RENTABILIDAD A LARGO PLAZO

La Serie PREMIER no solo se enfoca en el presente, sino también en el futuro sostenible de

las operaciones culinarias.

Su enfoque en la eficiencia energética no solo beneficia al medio ambiente al reducir el consumo de energía, sino que también se traduce en ahorros significativos a largo plazo.

En un entorno donde los costos operativos pueden tener un impacto significativo en los márgenes de ganancia, la capacidad de reducir el gasto en energía se convierte en un factor competitivo clave.

## TEMPERATURAS PRECISAS PARA UNA SEGURIDAD ALIMENTARIA ÓPTIMA

La gama de armarios de refrigeración de la compañía no solo se trata de resistencia; también se trata de seguridad alimentaria y calidad de almacenamiento.

Así, la serie abarca una variedad de modelos diseñados para diversos tipos de establecimientos gastronómicos, manteniendo siempre un enfoque en la eficiencia energética y costo total de adquisición más bajo.

Estos armarios están diseñados para recuperar rápidamente la temperatura interior después de cada apertura de puerta y ciclo de desescarche, asegurando que los productos se mantengan en condiciones óptimas de almacenamiento.

La característica distintiva de la Serie PREMIER es su capacidad para mantener mínimas diferencias de temperatura dentro del armario, lo que contribuye a prolongar la vida útil de los productos almacenados.

Esto no solo garantiza la frescura de los ingredientes, sino que también agrega un nivel adicional de seguridad alimentaria, crucial en cualquier cocina comercial.

La serie PREMIER de Hoshizaki se alza como un faro de calidad y rendimiento en la industria de la refrigeración comercial. No solo es una solución para las demandas más desafiantes de las cocinas, sino que también demuestra el compromiso de Hoshizaki con la innovación, la sostenibilidad y la satisfacción del cliente.

# CoCo



Nuevas soluciones para nuevos hábitos  
rheavendors group O

V+

Ganador del Vending  
Star Awards de 2015

# La CONFIDA lanza un **programa de otoño** cargado de highlights para la **distribución automática**



Tras un descanso estival, la Asociación Italiana de la Distribución Automática (CONFIDA) está lista para retomar sus actividades con un emocionante programa de otoño. Esta organización, que reúne a los principales actores del sector en Italia, ha preparado un calendario lleno de eventos, cursos de formación y reuniones que prometen enriquecer y fortalecer la industria de la distribución automática.

## CURSOS DE FORMACIÓN PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL

Para empezar, la CONFIDA ofrece una serie de cursos de formación que cubren una amplia gama de temas cruciales para el éxito empresarial en el mundo del autoservicio. Estos cursos incluyen:

“Employer Branding - Las herramientas para comunicar externamente los valores de la empresa” el 20 de septiembre de 2023.

“Elección del surtido, gestión del espacio, comunicación y programas de fidelización: la nueva estructura de marketing de las tiendas automáticas 24 horas” el 2 de octubre de 2023.

“De jefe a entrenador. El liderazgo del directivo en la empresa” los días 20 y 23 de octubre de 2023.

“Big Data & Analytics: El uso de los datos en los procesos de análisis y estrategia empresarial” los días 26 y 27 de octubre

de 2023.

-“Google Analytics 4 (GA4), qué es importante saber y cómo cambia la recogida de datos con la nueva generación de Analytics” el 9 de noviembre de 2023.

-“Descubrir las necesidades del cliente y guiarlo a la compra con una venta win-win” los días 16 y 22 de noviembre de 2023.

-“Tendencias de sostenibilidad: reconocer oportunidades y mitigar riesgos” los días 27 y 28 de noviembre de 2023.

#### EVENTOS DESTACADOS EN EL HORIZONTE UNATTENDED

La asociación también ha programado una serie de eventos importantes que seguramente captarán la atención del sector:

-13 de octubre de 2023 : Taller de presentación de la investigación sobre el consumo de GFK-EVA en la Feria Milano Rho.

-19 de octubre de 2023 : Visita de empresa del Grupo de Jóvenes Empresarios a la planta de Nestlé en San Sisto (Perugia).

-25 de octubre de 2023 : Día lleno de actividades con el Premio CRESCO, Ciudades Sostenibles, Premio Vending Sosteni-

ble y la Asamblea ANCI en Génova.

-8 de noviembre de 2023 : “Los Estados Generales del Vending” en Roma, que tendrá lugar en la Confcommercio - Sala Orlan- do.

#### FORTALECIENDO LAS REDES Y CONEXIONES

Además de ello, CONFIDA también destaca la importancia de las actividades de la asociación que fortalecen las redes y conexiones entre sus miembros en los siguientes encuentros y reuniones:

-Reuniones de las Delegaciones Territoriales : Durante el otoño, continúan las reuniones de las delegaciones territoriales de la asociación.

-Reuniones de las Comisiones Temáticas: Las reuniones de las Comisiones Temáticas de la CONFIDA también están programadas entre septiembre y diciembre.

-Reuniones de los Grupos de Materias Primas : Los Grupos de Materias Primas se reunirán durante el otoño, ofreciendo oportunidades adicionales para el intercambio de conocimientos y experiencias.

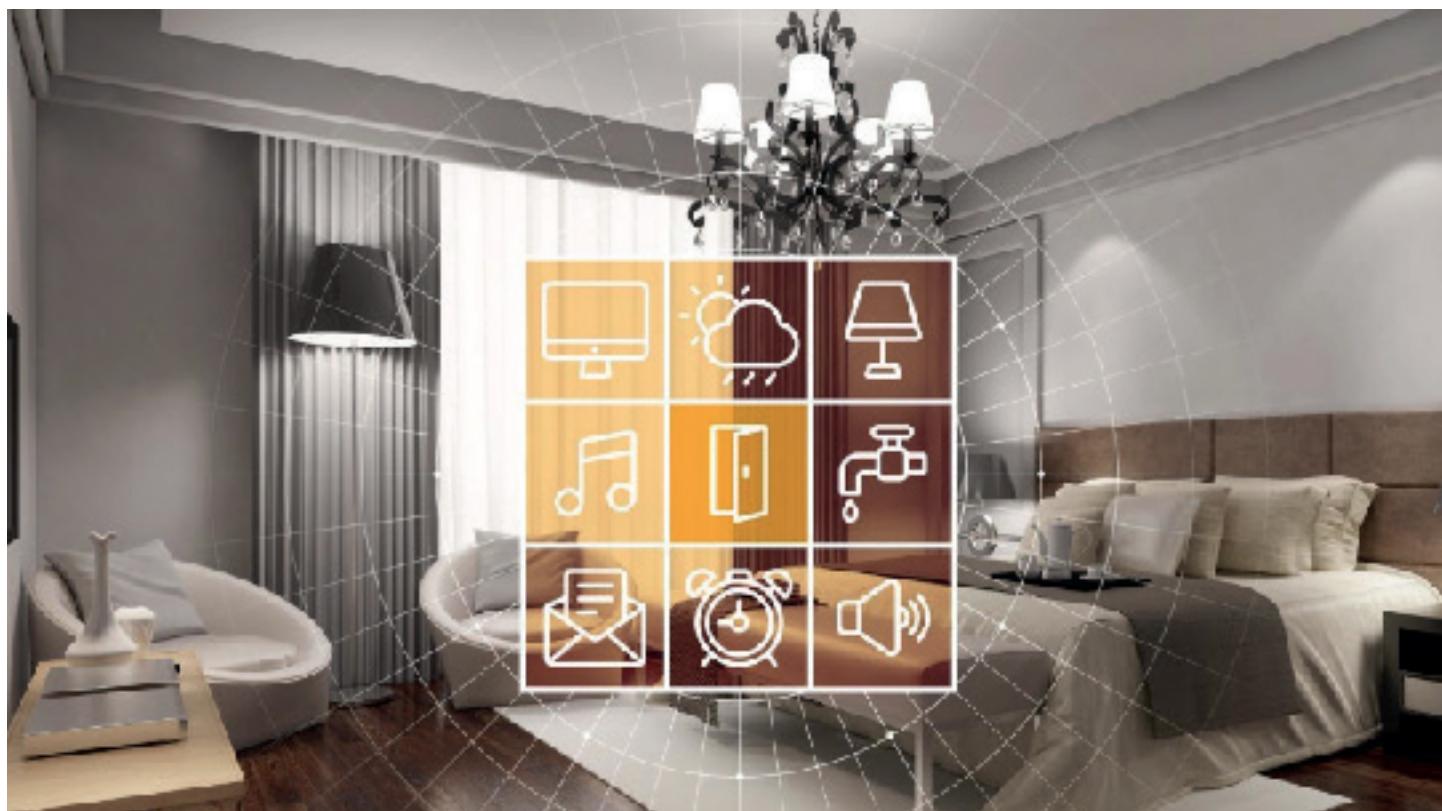
*El programa de otoño de CONFIDA promete ser una valiosa fuente de aprendizaje, colaboración y crecimiento para sus miembros y para toda la industria del unattended en Italia. No cabe duda de que estos eventos y actividades contribuirán al continuo desarrollo y éxito de este sector en constante evolución.*



# Automatización de Lujo: Elevando la experiencia premium en los hoteles



La evolución de la hotelería de lujo hacia experiencias de estilo de vida personalizadas ha llevado a una fascinante convergencia entre la sofisticación de la hostelería y la innovación tecnológica. En este emocionante escenario, la distribución automática y la automatización emergen como elementos claves que elevan el concepto premium de los nuevos hoteles.



**El vínculo entre la distribución automática y el lujo podría parecer inusual a primera vista, pero la tecnología ha transformado la forma en que los huéspedes experimentan su estadía.**

La automatización inteligente se está convirtiendo en una parte integral de la hospitalidad moderna, añadiendo un toque de comodidad y exclusividad.

En los nuevos hoteles de lujo, los sistemas de distribución automática ofrecen a los huéspedes acceso a una variedad de comodidades, desde productos de cuidado personal de alta gama hasta refrigerios saludables y opciones gourmet.

Estos sistemas, controlados a través de aplicaciones móviles o interfaces de voz, permiten a los huéspedes personalizar su estancia y satisfacer sus necesidades en cualquier momento, con un toque de lujo a su alcance.

**La automatización no se limita solo a los servicios en la habitación. Los hoteles premium están adoptando tecnologías avanzadas en áreas como el check-in y el check-out, optimizando la experiencia de los huéspedes y minimizando los tiempos de espera.**

La incorporación de espejos inteligentes y sistemas de control doméstico en las habitaciones permite a los huéspedes personalizar el ambiente y acceder a información relevante con un solo toque.

En esencia, la distribución automática no solo agrega valor a la experiencia de los huéspedes, sino que también permite a los hoteles ofrecer un servicio personalizado y eficiente en un nivel completamente nuevo.

Muestra de ello será la edición de este año de HostMilano 2023, que se llevará a cabo en Milán (fieramilano) del 13 al 17 de octubre de este año; donde estas tendencias cobrarán vida y se mostrará cómo están redefiniendo la

industria hotelera moderna.

El emblemático evento reúne a líderes de la industria hotelera y de la distribución automática para presentar las últimas innovaciones en tecnología y diseño.

Por otro lado, la fusión de lujo y tecnología también se refleja en la arquitectura y el diseño de los nuevos hoteles.

**Los espacios interiores se benefician de la domótica y la automatización, creando ambientes sofisticados y a la medida.**

Como ejemplos concretos encontramos, como decíamos, la domótica controlada por voz, los espejos inteligentes y las aplicaciones de smartphone para acceso y control, que se convierten en estándar en los nuevos formatos.

La sostenibilidad, otro pilar esencial, se refleja en la obtención de certificaciones LEED, la eliminación de plásticos no reciclables y la implementación de fuentes de energía renovable.

Asimismo, los hoteles se han convertido en espacios de co-working y co-living, y también han centrado su atención en el desarrollo de talento local y en la incorporación de tradiciones locales en su diseño.

Así, la hotelería de lujo está experimentando una transformación profunda y emocionante, donde la distribución automática y la automatización desempeñan un papel crucial en la creación de experiencias excepcionales para los huéspedes.

A medida que los nuevos hoteles se abren a la ciudad y ofrecen un estilo de vida auténtico y personalizado, la tecnología se erige como el aliado perfecto para elevar el concepto premium y satisfacer las demandas de los viajeros del mañana hoy.



**ñaming®**

**NUEVO ARTESANO'S**

**Casual food**

**Con Aceite de Oliva**

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

**www.n-aming.es**

**Ensaldading**

**NUEVAS RECETAS**

**NUEVA IMAGEN**

**15 DÍAS VIDA ÚTIL**

**BLOOMER**

**BLOOMER al PAVO**

**Jamón Cocido Extra · Pollo Asado Pavo Braseado**



# Estaciones de servicio: Un oasis donde todo el mundo quiere y debe estar

HOSTELVENDING SE VUELVE A CENTRAR EN LAS ESTACIONES DE SERVICIO, EL MAYOR LABORATORIO DE PRUEBAS DEL RETAIL Y LA RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA, UN MUNDO DE SERVICIOS CADA DÍA MÁS AMPLIO.

Tras un verano destacado por la recuperación y el lanzamiento de mil y una referencias de bebidas frías ready to drink, toca volver con las pilas cargadas para iniciar la nueva temporada con positivismo, creatividad y mucha innovación. Los meses de otoño están siendo el preludio a las tendencias que marcarán el ritmo de un mercado prometedor, donde los viajes por carretera continuarán marcando el ritmo; y las estaciones de servicio serán la punta de lanza del despliegue de innovaciones de la distribución automática.

Las áreas de servicio, esos lugares que solían ser simples paradas para repostar combustible en largos viajes por carretera, han experimentado una transformación radical en los últimos tiempos.

Dejando atrás la imagen anticuada y estética

ca, estos espacios se han reinventado como centros de atención al cliente, donde la personalización y la satisfacción del usuario son las prioridades. Este cambio de enfoque ha impulsado la evolución de la distribución automática; soluciones que ahora ofrecen mucho más que simples refrescos y aperitivos.

A lo largo de este especial, exploraremos cómo los servicios de valor añadido están revolucionando las áreas de servicio y las máquinas vending, con un enfoque especial en la innovación llevada a cabo por las diferentes empresas participantes, entre las que destacan Areas, Quality Espresso, LOOMIS PAY, Nestlé, Pascual, Metro 24horas o Franke, entre otras.

## EL CAMBIO DE PARADIGMA EN LAS ÁREAS DE SERVICIO

Las áreas de servicio solían ser lugares de paso



rápido, donde los viajeros se detenían únicamente para llenar el tanque de combustible y, quizás, estirar las piernas brevemente.

Sin embargo, este modelo se ha transformado en algo mucho más significativo. La clave ahora está en la fidelización del cliente y la personalización de la experiencia.

Las áreas de servicio modernas se esfuerzan por ofrecer una experiencia completa, que incluye no solo combustible de calidad, sino también servicios adicionales que nutren y satisfacen las necesidades de los usuarios mientras se encuentran en la estación. En este contexto, la tecnología desempeña un papel crucial.

En el corazón de esta transformación se encuentran las máquinas expendedoras. Áreas, una de las empresas con mayor presencia en el sector de las áreas de servicio, ha dado pasos significativos en la integración de servicios de valor añadido en sus soluciones de restauración automática.

Una de las innovaciones más notables es la implementación de sistemas de telemetría. Estos sistemas permiten un control en tiempo real de lo que sucede en cada máquina.

Además de ello, recientemente han implementado como prueba piloto Smart Cabinets, máquinas que permiten la dispensación de productos de diversa tipología con un sistema de control basado en sensores; están realizando pruebas en laboratorio de sistemas de Self Checkout, que permitirán que los clientes puedan proceder al pago con total libertad; y robotización del servicio, haciendo uso de sistemas de IA.

## Relación con las estaciones de servicio

Para mejorar la experiencia del cliente y ofrecer opciones de pago más convenientes, las alianzas entre empresas que operan en la distribución automática y las estaciones de servicio son cruciales.

Pascual, por ejemplo, está enfocada en ofrecer una experiencia completa a los consumidores en las estaciones de servicio. Su gama de vasos Ready-To-Drink (RTD) que incluye Cappuccino, Café Latte, Espresso y Macchiato Zero se ha convertido en un elemento integral de estas paradas en carretera. Estos productos, que se pueden consumir fríos o calientes, ofrecen a los viajeros una amplia variedad de opciones para satisfacer sus antojos de café mientras están en movimiento.

El café es una bebida emblemática que acompaña a muchos en sus travesías por carretera. Las estaciones de servicio han reconocido este hecho y están buscando formas de ofrecer a los viajeros una experiencia de café de alta calidad. Empresas como illy han establecido alianzas estratégicas con estas estaciones para asegurarse de que sus productos de café sean una parte integral de la experiencia para los viajeros por carretera.

Las alianzas estratégicas entre empresas como del sector y las estaciones de servicio están dando forma a la experiencia de los viajeros por carretera. Desde el desarrollo de software y sistemas de pago más eficientes hasta la integración de productos de café de alta calidad, estas colaboraciones están impulsando la innovación en el sector de las estaciones de servicio y brindando a los consumidores una experiencia más completa y satisfactoria en sus viajes por carretera.

Con la promesa de una taza de café caliente o frío y servicios mejorados, estas alianzas demuestran que las estaciones de servicio son mucho más que simples paradas en el camino; son destinos que evolucionan para satisfacer flexibilidad y capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y operativos.

*“Es imperativo comprender de manera exhaustiva las necesidades y desafíos que el cliente experimenta dentro de este contexto particular. Una vez alcanzado este objetivo, establecemos una estrecha colaboración con el cliente en el proceso de desarrollo e integración. Nuestra fórmula de éxito se fundamenta en la flexibilidad y agilidad con las que operamos en estos sectores.”, LOOMIS PAY*

# Crear un café de experiencias en un espacio innovador



En el vertiginoso mundo del consumo, la innovación es el motor que impulsa a las empresas a conquistar los corazones y paladares de sus clientes. Café de Experiencias, una tendencia que está transformando la forma en que disfrutamos de esta venerada bebida. Exploramos cómo diferentes empresas están diseñando espacios innovadores y ofreciendo experiencias únicas a sus clientes en las áreas de servicio.

## EL EQUILIBRIO PERFECTO ENTRE ELECCIÓN Y TECNOLOGÍA

Desde Areas nos trasladan que, en esa búsqueda de encontrar el equilibrio entre la libertad de elección y la innovación tecnológica, apuestan por sus máquinas automáticas LEI600 PLUS 2CUPS TOUCH 22".

Estas máquinas no solo dispensan cafés en grano de la más alta calidad, sino que también ofrecen una amplia variedad de recetas que van desde chocolates y té hasta cappuccinos y creaciones especiales como café vainilla, praliné y chocolate a la menta.

Así es, actualmente, encontramos córners de café automáticos y de calidad, lo que reafirma la apuesta del sector por un servicio más premium para los clientes.

Efectivamente, el Coffee to Go está aquí para ofrecer bebidas de calidad a los clientes

más exigentes y en el menor tiempo posible.

Por su parte, Franke Coffee Systems aporta toda su gama, porque esta ha sido creada para trabajar no atendida, con sistema de pago. La gran gama de producto de que disponen asegura una perfecta cobertura de necesidades, ya sea soluciones de bajo consumo como de uso muy intensivo.

La satisfacción del cliente ha de ser una prioridad constante, con una oferta que se adapte a todas las franjas horarias y ubicaciones.

Para espacios de alta demanda como los aeropuertos, Areas presenta las máquinas multiproducto MANEA KRYOS 14, diseñadas para satisfacer la diversidad de gustos de los viajeros.

Desde Pascual, se están adentrando en un emocionante proyecto destinado a mejorar la experiencia del café. Su enfoque se centra en el blend, el punto de partida fundamental para cualquier amante del café. La compañía busca crear un espacio amigable y cómodo para disfrutar de esta bebida, donde la calidad y el sabor se fusionen en cada taza.

Además de perfeccionar el blend, Pascual está trabajando en una leche líquida que mejore la experiencia organoléptica. La innovación se extiende a nuevas formas de consumo, como

los vasos RTD (listos para beber), que se han convertido en un rotundo éxito gracias a su versatilidad.

Estamos ante un cambio de paradigma en la forma en que disfrutamos de nuestra taza de café diaria.

## NESTLÉ PROFESSIONAL: COFFEE CORNERS DE NESCAFÉ, LA CUMBRE DEL CAFÉ DE CALIDAD

Nestlé Professional ha reinventado por completo el concepto de la experiencia del café con sus Coffee Corners de Nescafé. Estos espacios están diseñados para ser acogedores y cómodos, reflejando la elegancia y modernidad que caracteriza a la marca Nescafé. Aquí, el café se convierte en una obra de arte, y cada taza es una experiencia en sí misma.

La magia detrás de estos Coffee Corners es una máquina premium, eficiente y profesional que prepara una amplia variedad de bebidas de café, cacao y lácteas. La calidad es innegociable, y cada sorbo es una invitación a explorar un mundo de sabores.

Además, para mejorar aún más la experiencia del cliente, Nestlé Professional ofrece una selección de vasos take away y productos complementarios como azúcares y edulcorantes.



## SOSTENIBILIDAD Y ORIGEN

La sostenibilidad y el origen ético del café se han convertido en factores cruciales en la elección de los consumidores. Empresas como Pascual y Nestlé Professional están liderando el camino al abordar estos aspectos de manera proactiva y rigurosa.

A través de la compra de café a productores éticos y el desarrollo de envases reciclables, estas compañías están demostrando su compromiso con un futuro más sostenible y ético en la industria del café.

En cada taza de café que se sirve en las estaciones de servicio, los consumidores pueden disfrutar no solo del sabor del café, sino también de la satisfacción de saber que están contribuyendo a un mundo mejor.

Por su parte, desde Pascual, compran café directamente a productores para garantizar que el café que llega a sus clientes cumpla con los más altos estándares éticos y sostenibles.

En ese camino sostenible, una de las iniciativas más destacadas es la transformación de los envases de sus productos para que sean 100% reciclables, capitaneada por Nestlé Professional. Esto no solo reduce la cantidad de plástico en circulación, sino que también contribuye a la lucha contra la contaminación ambiental.

Todo el café NESCAFÉ que se sirve en estaciones de servicio en toda Europa proviene de cultivos responsables y sostenibles. Esto significa que se cultiva de manera que minimiza el impacto ambiental y respalda a las comunidades locales que participan en la producción.

*“Llevamos varios años colaborando con el grupo GALP y constantemente nos adaptamos a este entorno, ya sea creando recetas nuevas cómo ajustándonos a las recetas más clásicas. En un primer momento colaboramos con estaciones previamente seleccionadas para llevar a cabo los diferentes tests para analizar que oferta se ajusta más a las características de cada estación de servicio y así poder adaptar nuestra oferta de forma continuada o estacional.”, illy*



## Detrás de un **gran café**, hay una **gran máquina**

Como indican desde la compañía fabricante de máquinas automáticas, Franke Coffee Systems, si el consumo rápido de productos/experiencias es una realidad desde hace mucho tiempo, el coffee to go ha llegado para dar cobertura a un consumo de calidad, pero rápido, ágil y a gusto del cliente. El poder construir tu bebida, que no solo café, tiene una valoración muy alta especialmente en las nuevas generaciones.

## DISEÑO Y FUNCIONALIDAD

El diseño de las máquinas automáticas es clave para atraer a los usuarios. En ese sentido, ¿cómo están abordando las empresas fabricantes la evolución del diseño de las máquinas para adaptarse a las preferencias estéticas cambiantes de los consumidores y la funcionalidad requerida?

Precisamente, el enfoque de Quality Espresso en la evolución del diseño de las máquinas automáticas es muy acertado para satisfacer las preferencias cambiantes de los consumidores y las necesidades de funcionalidad.

Tanto el diseño como la tecnología son los aspectos que destacan de las máquinas de

café superautomáticas La Radiosa y La Solare, de la marca Gaggia, con las que Quality Espresso ha entrado en el mercado de las máquinas superautomáticas.

La Radiosa es una máquina premium con un diseño exclusivo y cautivador, centrado en la iluminación RGB LED's, que permite cambiar su apariencia en los perfiles laterales con hasta 256 colores diferentes creando una atractiva imagen para el usuario. En La Solare destacan sus perfiles de aluminio con su brillo inherente, el área de dispensación iluminada por LED y los relucientes componentes de acero inoxidable.

Si nos centramos en el diseño, la gama de máquinas superautomáticas de Gaggia en breve se verán complementadas con el lanzamiento de un nuevo modelo que es La Brillante, un nuevo modelo que destaca por su diseño contemporáneo, elegante y minimalista gracias a sus tolvas transparentes que permite que los clientes puedan apreciar perfectamente la elaboración del café espresso o cualquier otra receta.

## PERSONALIZACIÓN COMO BAZA PRINCIPAL

Los consumidores actuales buscan experiencias más personalizadas, y la tecnología se ha convertido en aliada para satisfacer esta demanda creciente. Franke y Quality Espresso son dos destacados actores en este campo, ofreciendo soluciones innovadoras que van más allá de la simple preparación de café y refrescos.

### FRANKE: LA INTERCONEXIÓN INTELIGENTE

Franke, reconocida por su experiencia en sistemas de cafeteras y dispensadores de bebidas, ha dado un paso audaz hacia la personalización de bebidas en las estaciones de servicio. Sus cafeteras inteligentes no solo preparan café de alta calidad, sino que también interactúan con una gama de otros dispositivos para ofrecer una experiencia de usuario excepcional.

Una de las características destacadas de las cafeteras inteligentes de Franke es su capacidad para conectarse con neveras y sistemas de limpieza. Esto garantiza que los ingredientes estén siempre en condiciones óptimas y que la higiene sea impecable, una consideración clave en la preparación de bebidas. Además, Franke ha introducido el "Flavor Station", un dispensador automático de siropes y bebidas alcohólicas que permite a los consumidores personalizar sus bebidas de acuerdo

con sus preferencias de sabor.

*"Actualmente disponemos de soluciones automatizadas que son capaces de tener a temperatura controlada, diferentes tipos de leche, cold brew y siropes. Y todo ello de forma transparente al cliente, interactuando solo con una pantalla (la de la cafetera o la de una app en su móvil)", Franke*

capuchino suave y espumoso, esta máquina es capaz de satisfacer incluso las más altas exigencias.

La máquina no se limita solo al café; puede ofrecer servicio con 2 tipos de café y trabajar tanto en modo barista como en modo self-service, lo que garantiza resultados de calidad en cualquier contexto.

Además, La Radiosa incorpora la tecnología EVOMILK, una innovación única en el mercado que produce una crema perfecta a partir de leche fresca, incluso si esta se encuentra fría. Esto significa que los clientes pueden disfrutar de bebidas como cappuccinos, latte macchiatos, Cafelattes y Mocaccinos con una calidad sin igual.



Por su parte, Quality Espresso no se queda atrás en la carrera por la personalización de bebidas en las estaciones de servicio. Su máquina superautomática, conocida como "La Radiosa", se erige como un referente en la gama alta y premium de estas máquinas. Lo que la distingue es su capacidad de ofrecer una personalización inigualable.

La Radiosa cuenta con una pantalla táctil de 10 pulgadas que brinda a los consumidores acceso a un mundo de posibilidades. Con hasta 600 selecciones, 5 categorías de bebidas y 12 selecciones por pantalla, los clientes pueden diseñar su bebida perfecta en cuestión de segundos. Ya sea un espresso intenso o un



## La revolución de sabores en las Áreas de Servicio a manos de la restauración automática

Ya hemos abordado las tendencias y peticiones en cuanto a bebidas y café en este oasis de restauración automática. Ahora, nos centramos en el otro aliado para un menú completo para el usuario: la alimentación. En un esfuerzo por equilibrar la comodidad con la calidad de los productos, estas áreas han implementado estrategias innovadoras que reflejan la creciente demanda de opciones más saludables y variadas.

Una de las tendencias más notables es el enfoque en la salud y el bienestar de los consumidores. Los viajeros contemporáneos buscan opciones más saludables y nutritivas mientras están en la carretera. METRO 24st, por ejemplo, ha respondido a esta demanda creciente incorporando una amplia gama de opciones saludables en su oferta. Desde snacks bajos en calorías hasta refrescos más saludables, su enfoque en la calidad de los ingredientes es evidente.

Sin embargo, lo que realmente destaca en METRO 24st es su exclusi-

vo equipo de comidas calientes. Este equipo les permite ofrecer una sorprendente variedad de platos preparados en casa que van desde ensaladas frescas hasta pastas y postres. La clave de su éxito radica en la frescura de los ingredientes y la calidad que se mantiene en cada plato.

Esto es fundamental para mantener satisfechos a los viajeros que buscan una experiencia gastronómica de calidad, incluso en un entorno de restauración automática.

Las estaciones de servicio están ampliando sus menús para incluir opciones más saludables y sostenibles, ofreciendo alternativas de comida rápida más personalizadas y mejorando la experiencia del cliente con tecnologías como máquinas de autoservicio y contactless.

Por su parte, Areas ha llevado la adaptación al siguiente nivel, considerando tanto la ubicación geográfica como las preferencias individuales de los clientes. Su enfoque se centra en resaltar los productos locales, ofreciendo una experiencia única a los viajeros en función de la región en la que se encuentren.

Esta personalización se extiende también a la restauración automática, donde se adaptan los formatos y productos según las necesidades específicas de cada área de servicio.

Todo ello nos deja entrever que las áreas de servicio han demostrado su capacidad para evolucionar con los tiempos y las preferencias cambiantes de los viajeros por autopista. Han abrazado la tendencia hacia alimentos y bebidas más saludables y frescos, al tiempo que han mantenido su compromiso con la comodidad y la calidad. Esta adaptación constante es un testimonio de su capacidad para satisfacer las necesidades de los viajeros modernos y ofrecer una experiencia culinaria que va más allá de las expectativas tradicionales.

*“El sector está en continuo cambio y adaptación. Ahora están en auge los productos de indulgencia donde las personas se permiten un capricho en forma de batidos, snacks, etc. Además, en paralelo, están surgiendo nuevos formatos de máquinas como, por ejemplo, las de ensaladas que se preparan al momento o las de bocadillos de jamón ibérico.”, Pascual.*

# Integración de sistemas de pago y tecnología



**En un panorama de constante evolución tecnológica, la integración de sistemas de pago en las máquinas expendedoras de estaciones de servicio se ha convertido en una prioridad para brindar a los usuarios opciones de pago más flexibles y seguras.**

LOOMIS PAY, la empresa reconocida en el ámbito de la seguridad y los sistemas de pago, enfoca su estrategia en comprender las necesidades y desafíos específicos de sus clientes. “Una vez alcanzado este objetivo, establecemos una estrecha colaboración con el cliente en el proceso de desarrollo e integración”, destaca la compañía.

Su fórmula de éxito se basa en la flexibilidad y agilidad con las que operan en estos sectores, adaptándose a las necesidades individuales de cada estación de servicio.

Por su parte, METRO24st ofrece una visión innovadora de las tiendas autoatendidas, donde la tecnología y las tendencias de consumo se combinan para crear experiencias excepcionales en las estaciones de servicio. Para abor-

dar la integración de diferentes sistemas de pago, METRO24st se enfoca en las preferencias de sus usuarios, que exigen seguridad y rapidez en sus compras.

El grupo ha simplificado el proceso de compra de los usuarios con su sistema “scan & go”, que permite a los clientes comprar cómodamente escaneando un código QR y realizando el pago a través de su aplicación exclusiva.

Esta aplicación actúa como un portal de pago centralizado, ofreciendo una amplia variedad de opciones que van desde tarjetas de crédito y débito hasta Bizum y Paypal. Esto brinda a los usuarios la flexibilidad de elegir el método de pago que les resulte más conveniente y seguro, simplificando así sus compras y agilizando el proceso.

## EXPERIENCIA DEL USUARIO Y SISTEMAS DE PAGO

En las estaciones de servicio, la comodidad es fundamental para los usuarios que están de viaje. Las compañías dedicadas al mundo del software se esfuerzan por diseñar sistemas de

## {V} ESTACIONES DE SERVICIO

pago que ofrezcan una experiencia fluida y segura.

LOOMIS PAY prioriza la comodidad y eficiencia para el usuario final. Sus sistemas se destacan por su alto componente visual y un entorno de usuario ágil y dinámico, lo que facilita el proceso de pago y garantiza una experiencia sin inconvenientes.

METRO24st se enorgullece de crear experiencias a través de la tecnología. Su metodología "scan & go" permite una compra ágil y segura, recompensando a los clientes habituales con descuentos y promociones. El proceso es simple: los usuarios abren la aplicación de METRO24st en su móvil, escanean el código QR de la tienda, eligen los productos y realizan el pago dentro de la aplicación.

### TENDENCIAS EN MÉTODOS DE PAGO

Los avances tecnológicos y la creciente demanda de comodidad por parte de los consumidores están impulsando una evolución rápida en la forma en que realizamos nuestras transacciones financieras.

En este especial, exploraremos algunas de las tendencias más destacadas en términos de nuevos métodos de pago, como las billeteras digitales, las criptomonedas y los pagos biométricos.

### LA COMODIDAD A UN TOQUE DE DISTANCIA

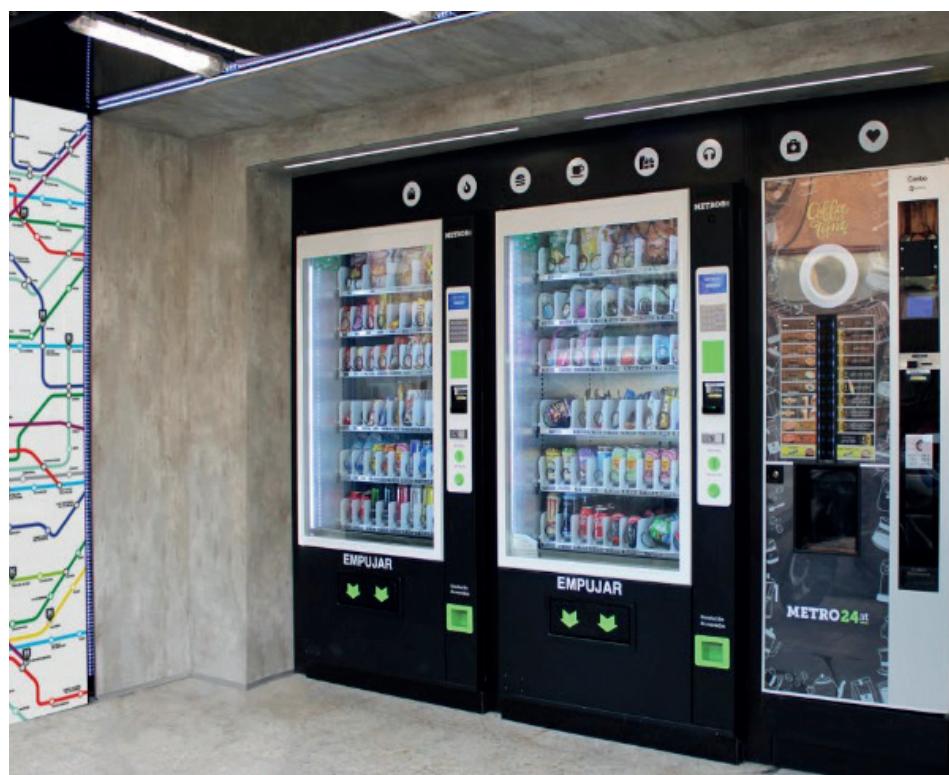
Las billeteras digitales se han convertido en una parte integral de la vida cotidiana de muchas personas. Permite a los usuarios almacenar información de pago y realizar transacciones de forma rápida y segura a través de sus dispositivos móviles.

Esta tendencia ha sido impulsada por la creciente adopción de teléfonos inteligentes y la comodidad que ofrecen.

*"Resulta esencial comprender el contexto y proporcionar la máxima comodidad, así como una experiencia de usuario mejorada, al cliente final", LOOMIS PAY.*

### PAGOS BIOMÉTRICOS: LA SEGURIDAD EN LA PALMA DE TU MANO

La biometría está tomando un papel protagonista en la autenticación de pagos. La capacidad de utilizar rasgos físicos únicos, como huellas dactilares o reconocimiento facial, para verificar la identidad del usuario ha mejorado la seguridad y la comodidad en las transacciones.



*"La integración de dispositivos para realizar el pago con tarjeta es fundamental. Este método de pago no sólo brinda al cliente la misma flexibilidad que cualquier otro dispositivo asistido, sino que facilita al máximo la gestión del cobro, permitiendo focalizar los esfuerzos en otras tareas de valor añadido.", Areas.*



# PURITY C iQ

El primer **sistema de filtración de agua inteligente** controlado por datos



Descubre más



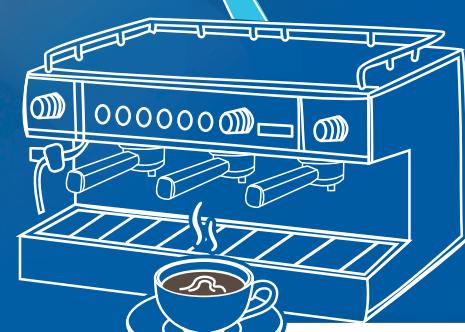
Sistema iQ  
Se ajusta automáticamente a los cambios del agua de red



Agua de red



Agua optimizada



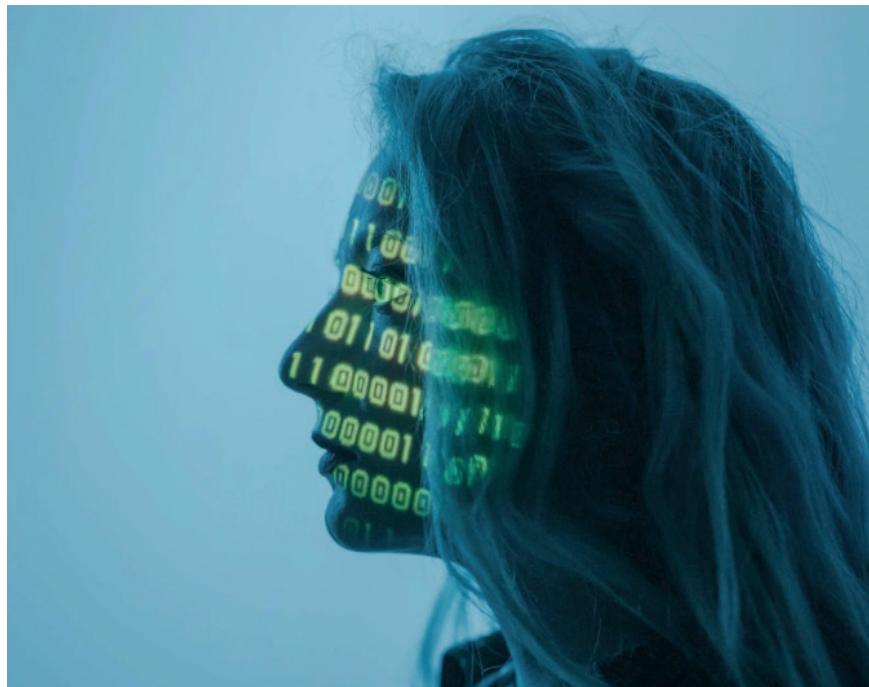
Taza de calidad constante

Portal iQ  
Acceso a datos del estado de los filtros en tiempo real



Máquina siempre protegida

# Implementando la IA en la experiencia del cliente



**La tecnología en la distribución automática tiene todavía mucho margen de mejora, aunque seguro que explotará en breve con el uso de Inteligencia Artificial (IA).**

En la búsqueda constante de optimizar la experiencia del cliente en las estaciones de servicio, Loomis Pay ha adoptado una estrategia basada en la incorporación de la inteligencia artificial en sus procesos.

“Nuestro enfoque se centra principalmente en la mejora de la experiencia del usuario, la optimización de la agilidad y la funcionalidad de los procesos. Asimismo, hemos establecido colaboraciones con diversas empresas especializadas en la gestión de datos con el fin de adquirir una mayor cantidad de información que beneficie a nuestros clientes”, señalan desde Loomis Pay.

La clave de su estrategia radica en la capacidad de la IA para analizar datos y ofrecer recomendaciones personalizadas a los usuarios de sus máquinas expendedoras.

Esto se traduce en un servicio más rápido y eficiente, con opciones de productos que se adaptan a las preferencias de cada individuo.

## LA FUSIÓN DE LO VIRTUAL Y LO FÍSICO

Por su parte, Metro 24st ha llevado la integración de la IA un paso más allá al externalizar el proceso de compra de los equipos físicos con su aplicación móvil.

Esto les ha permitido traspasar la barrera que separaba el mundo virtual del físico, brindando la capacidad de añadir en sus tiendas las últimas novedades de los marketplace en línea y aprovechar herramientas tan magníficas como la inteligencia artificial.

*“Creemos firmemente en el poder de la inteligencia artificial para mejorar tanto la gestión de los equipos como la experiencia de nuestros usuarios”, METRO 24st.*

La aplicación móvil de Metro 24st utiliza la IA para ofrecer recomendaciones y descuentos personalizados a cada usuario.

Ya sea a través de los historiales de compras anteriores o mediante un algoritmo de aprendizaje continuo que crea perfiles detallados de usuario, la empresa garantiza que sus clientes reciban ofertas y productos que se ajusten a sus preferencias individuales.

## Seguridad y Privacidad en los Medios de Pago

**1. Encriptación de Datos:** Una de las medidas más fundamentales es la aplicación de protocolos de encriptación sólidos, como SSL/TLS. Esta tecnología cifra de manera exhaustiva los datos transmitidos entre los usuarios y los servidores de las empresas. En otras palabras, toda la información financiera se encuentra protegida desde el momento en que se inicia la transacción hasta que se completa, asegurando que los datos sean inaccesibles para posibles atacantes.

**2. Autenticación de Dos Factores (2FA):** Para fortalecer aún más la seguridad, Loomis Pay y Metro 24st promueven la adopción de la autenticación de dos factores. Los usuarios deben autenticar su identidad no solo con su contraseña, sino también con un segundo factor, como un código enviado a su teléfono móvil. Esta capa adicional de seguridad reduce significativamente el riesgo de acceso no autorizado a las cuentas de los usuarios.

**3. Tokenización:** La tokenización es otra estrategia clave implementada por ambas empresas. En lugar de almacenar los números de tarjeta de crédito, se utilizan códigos exclusivos (tokens) que representan esa información. Esto disminuye drásticamente el riesgo de exposición de los datos de la tarjeta en caso de una posible violación de la seguridad, ya que los tokens no pueden utilizarse para realizar transacciones fuera del entorno seguro de la empresa.

**4. Monitoreo Continuo:** La vigilancia constante es esencial para detectar y prevenir actividades sospechosas o no autorizadas. Ambas compañías llevan a cabo un monitoreo continuo de las transacciones, utilizando sistemas de detección de fraudes avanzados. Esto les permite responder de manera proactiva a cualquier amenaza potencial y tomar medidas rápidas para proteger la seguridad de los datos.

## EL FUTURO DE LA RESTAURACIÓN Y DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA EN LAS ESTACIONES DE SERVICIO

La integración de la inteligencia artificial en la restauración y distribución automáticas está transformando la experiencia en las estaciones de servicio.

La combinación de datos, análisis de IA y aplicaciones móviles promete un futuro emocionante donde las estaciones de servicio serán aún más convenientes y atractivas para sus usuarios.

A medida que la tecnología continúa avanzando, seguiremos viendo cómo la IA impulsa la innovación en esta industria, brindando a los consumidores una experiencia más satisfactoria y personalizada en cada parada en una estación de servicio.



# ¿Desafíos tecnológicos y operativos?



**La implementación de sistemas de distribución automática avanzados en estaciones de servicio ofrece innumerables ventajas para la industria, pero también conlleva desafíos que deben abordarse con cuidado y estrategia. La inversión en tecnología, la capacitación del personal y la gestión eficiente de la cadena de suministro son elementos clave para superar estos retos y garantizar el éxito.**

### INTEGRACIÓN DE SISTEMAS DE PAGO Y TECNOLOGÍAS DE SEGURIDAD.

Uno de los desafíos más importantes es la integración de sistemas de pago y tecnologías de seguridad en las máquinas expendedoras. A medida que los consumidores exigen opciones de pago más variadas y seguras, las estaciones de servicio deben adaptarse.

Esto implica la inversión en tecnología de punta, que no solo puede resultar costosa, sino que también requiere de la capacitación adecuada del personal para garantizar un funcionamiento eficiente y seguro de estos sistemas.

La seguridad de los datos de los clientes y la prevención de fraudes son aspectos que no pueden descuidarse en este proceso de integración.

### GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO Y LOGÍSTICA

Otro desafío crucial es la gestión de la cadena de suministro y la logística asociada a estas máquinas expendedoras. Para que los productos estén disponibles en todo momento, es necesario establecer una planificación precisa y eficiente. Esto incluye la gestión de inventarios, la programación de entregas y la coordinación con proveedores. La interrupción en la cadena de suministro puede llevar a la insatisfacción de los clientes y pérdidas económicas.

### SUPERANDO LOS DESAFÍOS

Para superar estos desafíos, Nestlé y otras empresas líderes en la implementación de sistemas de distribución automática avanzados en estaciones de servicio han identificado algunas estrategias clave:

#### -Colaboración con partners de confianza:

Trabajar en estrecha colaboración con proveedores de tecnología y logística de confianza es esencial. Establecer alianzas sólidas permite una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y operativos.

**-Soporte continuo al personal:** La capacitación constante del personal es crucial para garantizar que puedan operar y mantener los sistemas de manera efectiva. Esto incluye la formación en el manejo de tecnologías de pago y seguridad.

**-Planificación cuidadosa:** Una planificación estratégica es esencial para la gestión de la cadena de suministro. Esto implica la anticipación de las necesidades de stock, la programación de entregas eficientes y la gestión proactiva de inventarios.

**-Comunicación efectiva:** Mantener una comunicación transparente y eficaz en toda la organización es clave para asegurar de que todos los miembros del equipo estén alineados con los nuevos procesos tecnológicos, sostenibles y logísticos.

# Visión de futuro: la distribución automática es el corazón de esta transformación



**Las áreas de servicio solían ser lugares de paso rápido, donde los viajeros se detenían únicamente para llenar el tanque de combustible y, quizás, estirar las piernas brevemente. Sin embargo, este modelo se ha transformado en algo mucho más significativo. La clave ahora está en la fidelización del cliente y la personalización de la experiencia.**

Hoy, las auténticas estaciones de auto-servicios se esfuerzan por ofrecer una experiencia completa, que incluye no solo combustible de calidad, sino también servicios adicionales que nutren y satisfacen las necesidades de los usuarios mientras se encuentran en la estación. En este contexto, la tecnología desempeña un papel crucial.

**En el corazón de esta transformación se encuentran la distribución automática.**

Y para las empresas del sector que operan en este segmento, la innovación es la palabra clave. Por ejemplo, desde Areas han adoptado nuevas tecnologías en todas sus operaciones para brindar un valor adicional a sus clientes.

Como parte de sus esfuerzos, han implementado Smart Cabinets como una prueba piloto. Estas máquinas utilizan sensores para dispensar una variedad de productos, lo que permite una experiencia de compra más rápida y eficiente. También están experimentando con

sistemas de Self Checkout, lo que permitirá a los clientes realizar pagos con total autonomía. La robotización del servicio, impulsada por la inteligencia artificial, también está en su horizonte.

## ELIMINANDO TODAS LAS BARRERAS ENTRE EL CONSUMIDOR

Y hablando de compañías del sector, desde METRO 24ST está decidida a eliminar cualquier barrera entre el producto y el consumidor.

Su visión incluye la creación de entornos donde los clientes pueden entrar en las tiendas, tomar los productos que desean y salir habiendo realizado sus pagos de manera automática a través de su billetera virtual. Esta visión del futuro implica una experiencia de compra sin fricciones y altamente conveniente para los viajeros.

## DIGITALIZACIÓN Y EXPERIENCIA 360°

Pascual reconoce que la digitalización será el motor del cambio en el sector. La compañía busca adaptarse a las nuevas formas y hábitos de consumo, donde la calidad, la innovación y la experiencia del cliente juegan un papel crucial.

*“El consumidor busca sentirse identificado con la marca, pero también con el lugar de origen y de consumo del producto”, Pascual.*

## COMPROMISO CON LA INNOVACIÓN

Eliminar las barreras físicas entre el producto y el usuario final, la digitalización del servicio.... a este cóctel de ideas se suma Nestlé Professional, quien habla de “compromiso” en lo que respecta a la innovación:

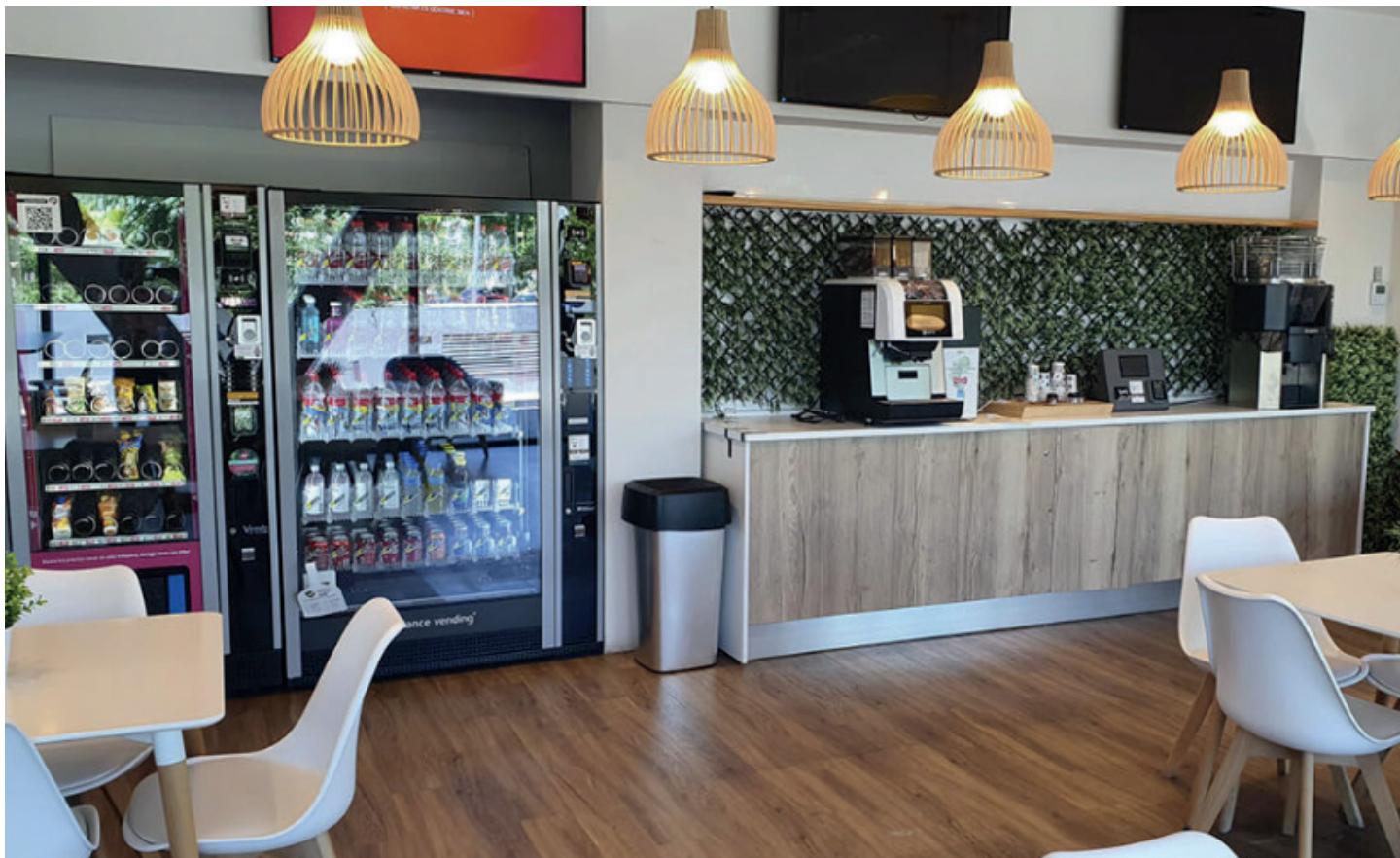
Este enfoque se centra en la digitalización y la comunicación. Con un énfasis en la personalización y la sostenibilidad, Nestlé Professional está dispuesta a crear soluciones personalizadas que eliminan a los clientes.

## EVOLUCIÓN DE LAS MÁQUINAS SUPERAUTOMÁTICAS

Desde las compañías fabricantes como Quality Espresso, observan cómo las estaciones de servicio han ampliado su oferta, creando Coffee Corners con ambientes agradables que se convierten en puntos de encuentro para los clientes.

La demanda de bebidas más grandes, combinadas con leche y en formatos para llevar, está en aumento. Las máquinas superautomáticas deben ofrecer café de alta calidad con una gran disponibilidad y rapidez en el servicio.

La clave está en aprovechar estas tendencias y ofrecer máquinas intuitivas y personalizables para mejorar la experiencia del usuario.



## TRANSFORMANDO LA EXPERIENCIA DE PAGO

Todo ello ha de estar sustentado en un software y sistema de pago seguro, sencillo e integral.

Ejemplo de ello son las opciones de LOOMIS PAY: sus soluciones de pagos móviles y sin contacto ofrecen transacciones rápidas y seguras a través de aplicaciones móviles y tecnología NFC.

También están explorando la integración con vehículos conectados, programas de fidelización digital, pagos por voz y asistentes virtuales, y aplicaciones de análisis avanzado de datos. La seguridad y la sostenibilidad son aspectos clave de su enfoque.

En resumen, el futuro de las áreas de servicio como centros de innovación en distribución automática es emocionante y prometedor. La digitalización, la personalización, la sostenibilidad y la comodidad del cliente son las piedras angulares de esta visión.

Estas innovaciones no solo mejorarán la experiencia del usuario, sino que también optimizarán la eficiencia operativa de las estaciones de servicio en la era de los pagos digitales.

Los viajeros por autopista pueden esperar un futuro en el que sus necesidades sean satisfechas de manera más rápida, cómoda y personalizada que nunca.



Las estaciones de servicio se han convertido en auténticos oasis de innovación, personalización y sostenibilidad en el mundo de la restauración automática.

El futuro se presenta prometedor, con la inteligencia artificial y la personalización como pilares fundamentales para seguir mejorando la experiencia del usuario en estos espacios de vital importancia en nuestras carreteras.

La combinación de tecnología de vanguardia, variedad de productos y un enfoque en la experiencia del cliente está redefiniendo el papel de las estaciones de servicio en la vida de los viajeros modernos.



**HOSHIZAKI**

LEADING NATURALLY

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

**DUAL TAP**

*¡Calculalo aquí!*



**SCAN ME**



EN UN CONTEXTO EN EL QUE LA PREOCUPACIÓN POR EL MEDIO AMBIENTAL Y LA SOSTENIBILIDAD ESTÁ EN AUMENTO, LA UNIÓN EUROPEA (UE) HA ESTABLECIDO AMBICIOSOS OBJETIVOS PARA EL RECICLAJE DE ENVASES DE PLÁSTICO. SIN EMBARGO, UN RECIENTE ANÁLISIS REVELA QUE 19 ESTADOS MIEMBROS PODRÍAN ENFRENTAR DIFICULTADES PARA CUMPLIR LA META DE RECICLAR EL 50% DE LOS ENVASES DE PLÁSTICO PARA EL AÑO 2025.



# Gestión de residuos automatizados: impulsando la eficiencia en la distribución automática



**Ante este desafío, surge la pregunta: ¿Puede la clasificación de residuos mixtos ser la clave para lograr los objetivos futuros? ¿Es la distribución automática una solución eficaz para estos ambiciosos objetivos?**

## CONTEXTO DE LA DIRECTIVA EUROPEA Y SU IMPACTO EN LOS ESTADOS MIEMBROS

La Directiva Marco de Residuos de la Comisión Europea establece objetivos ineludibles para que los Estados miembros de la UE reciclen o preparen para la reutilización el 60% en peso de los residuos municipales generados para el año 2030, y elevar esta cifra al 65% para el año

2035. Sin embargo, el cumplimiento de estos objetivos plantea desafíos significativos y la necesidad de implementar nuevas estrategias, como el método de medición actualizado.

### CLASIFICACIÓN DE RESIDUOS MIXTOS

La clasificación de residuos mixtos (MWS, por sus siglas en inglés) se alza como una solución innovadora en la gestión de los desechos.

Esta técnica se enfoca en recuperar materiales reciclables de los residuos antes de que sean incinerados o dispuestos en vertederos.

A través de tecnologías avanzadas, se logra separar materiales como plástico, metal, textiles y papel del flujo de residuos, reduciendo así la carga ambiental y optimizando la recuperación de recursos valiosos.

Uno de los impactos más notables de la clasificación de residuos mixtos es la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero relacionadas con la incineración de residuos.

La tecnología MWS no solo minimiza la huella ambiental, sino que también contribuye a mitigar el agotamiento de recursos naturales al reincorporar materiales reciclables al ciclo productivo.

Mediante la implementación de esta tecnología, se podría realizar una separación más



precisa de los materiales, maximizando así el potencial de reciclaje y reduciendo la cantidad de residuos enviados a la incineración o los vertederos.

La disparidad en las tasas de reciclaje de envases de plástico entre los 27 Estados miembros de la UE refleja la necesidad de enfoques innovadores y personalizados.

Para aquellos países que carecen de sistemas eficientes de recogida selectiva, la clasificación de residuos mixtos podría desempeñar un papel fundamental en la mejora de las tasas de recuperación.

En concreto, la tasa promedio de reciclaje de residuos municipales en los 27 Estados miembros se situó en un 49% en 2021, lo que resalta la necesidad de un aumento sustancial en el reciclaje en muchos países para cumplir con los objetivos establecidos en 2030 y 2035.

#### AUTOMATIZANDO LA GESTIÓN DE RESIDUOS

La búsqueda de soluciones sostenibles para los desafíos de gestión de residuos en la Unión Europea no solo tiene un impacto directo en el medio ambiente, sino que también abre oportunidades para la industria de la distribución automática.

La vinculación entre la gestión de residuos y la distribución automática puede ser más estrecha de lo que se piensa, ya que ambas áreas comparten una preocupación por la eficiencia, la innovación tecnológica y el impacto en la sociedad.



ciencia, la innovación tecnológica y el impacto en la sociedad.

Aquí exploramos cómo la automatización puede contribuir a la gestión de residuos y, a su vez, beneficiar a la industria del unattended.

#### Optimización de la clasificación de residuos mixtos:

La tecnología de clasificación de residuos mixtos (MWS) se beneficia de la automatización avanzada. Los sistemas de detección y clasificación automatizados pueden identificar y separar de manera eficiente los diferentes materiales reciclables presentes en los residuos mixtos.

Esto no solo mejora la recuperación de

recursos valiosos, sino que también disminuye la cantidad de residuos que se destinan a la incineración o a los vertederos, contribuyendo así a una gestión más sostenible.

#### Reducción de residuos en espacios públicos:

La distribución automática a menudo involucra la dispensación de productos en espacios públicos y comerciales. Al implementar soluciones de gestión de residuos automatizadas, como compactadoras de residuos y sistemas de separación de reciclables en lugares con alta afluencia de personas, se puede reducir la cantidad de residuos mal gestionados y mejorar la limpieza en estos espacios.

**• Recogida eficiente y programada:**

La automatización puede optimizar los procesos de recogida de residuos, minimizando el tiempo y los recursos necesarios para la recolección y transporte.

Los sensores inteligentes pueden monitorear los niveles de llenado de contenedores y optimizar las rutas de recogida, reduciendo los costos operativos y la huella ambiental.

**• Integración con la economía circular:**

**Integración con la economía circular:** La automatización puede facilitar la recolección y recuperación de materiales reciclables de manera más eficiente, lo que encaja perfectamente con los principios de la economía circular.

Los materiales recuperados a través de la automatización pueden reingresar al ciclo productivo y ser utilizados en la fabricación de nuevos productos, cerrando así el ciclo de vida de los materiales.

**• Generación de datos y análisis:** La automatización en la gestión de residuos puede proporcionar una gran cantidad de datos sobre los flujos de residuos, tasas de reciclaje y comportamientos de los usuarios.

Estos datos pueden ser valiosos para tomar decisiones informadas y ajustar estrategias de distribución automática en función de las necesidades cambiantes de los consumidores.



**GAGGIA**  
MILANO

*la Solare*  
Light up your break

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

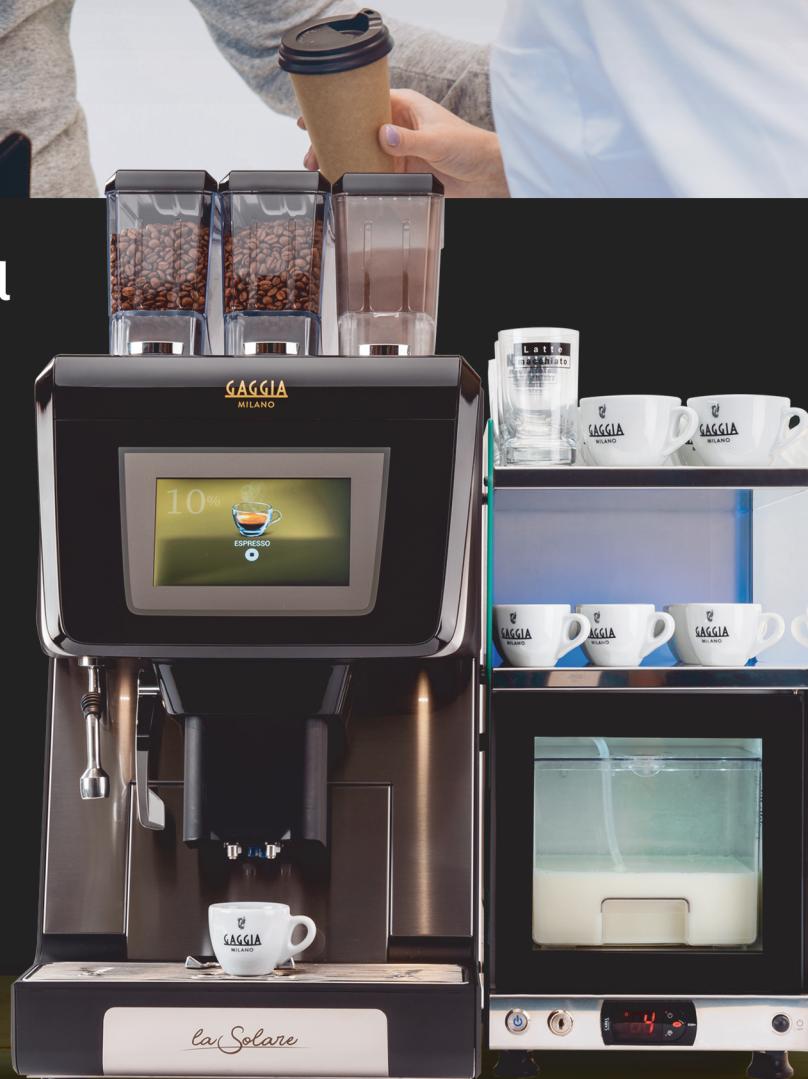
**2 TIPOS** DE CAFÉ EN GRANO

**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



€ PROTOCOLO MDB PARA SISTEMAS DE PAGO

⌚ TELEMETRÍA (OPCIONAL)

**INNOVA**

# El retail planea automatizar hasta el 70% de las tiendas



**El panorama del comercio minorista está en constante evolución, y en un mundo impulsado por la tecnología, la automatización se erige como un pilar clave para la eficiencia y la excelencia operativa. Según el estudio “Experiencia Minorista Conectada 2023”, realizado en colaboración entre Incisiv y Verizon Business, los minoristas se encaminan a automatizar hasta el 70% de las tareas rutinarias de las tiendas para 2025. Este enfoque en la automatización no solo busca reducir costos, sino también mejorar la experiencia del cliente y potenciar las operaciones.**

El informe, basado en la opinión de 233 encuestados, revela que un 55% de las empresas participantes registran ingresos anuales superiores a mil millones de dólares, mientras que un 65% cuentan con más de 500 tiendas físicas en su cartera.

Los resultados revelan una tendencia clara hacia la inversión en tecnologías que permitan un mayor control y agilidad en la operación minorista.

## TECNOLOGÍA IMPULSORA: AUTOMATIZACIÓN E IA AL CENTRO DE LA ESCENA

El estudio destaca una serie de áreas de inversión tecnológica clave para los minoristas, lideradas por la gestión de inventario en tiempo real. Esta priorización responde a la necesidad de abordar los desafíos de la cadena de suministro, especialmente evidentes durante la pandemia y sus secuelas.

La implementación de la Inteligencia Artificial (IA) también se vislumbra en aumento, con una expansión significativa esperada en marcas minoristas especializadas y departamentales. Se espera que el uso de la IA para mejorar las operaciones aumente en un asombroso factor en los próximos dos años.

Otras tecnologías en la lista de inversiones incluyen los puntos de venta móviles, sensores para recogida en la acera y la robótica, lo que demuestra una convergencia hacia la automatización y la simplificación de operaciones.

## AUTOMATIZACIÓN: POTENCIANDO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

La automatización del retail no solo se trata de reducir costes, sino de optimizar la experiencia del cliente.

Al delegar tareas rutinarias a la automatización, los minoristas pueden enfocar a sus empleados en tareas de alto valor y orientadas al cliente, brindando una atención más personalizada y satisfactoria.

## RETOS Y OPORTUNIDADES DE CONECTIVIDAD

Sin embargo, este enfoque en la automatización plantea desafíos para las redes de las tiendas.

La creciente demanda de conectividad en la tienda, impulsada por la necesidad de soportar las aplicaciones en la nube y el aumento del uso de dispositivos por parte del personal, requiere una infraestructura de red sólida.

Frente a ello, la introducción del Internet empresarial 5G y las redes privadas ofrece una solución para mantenerse al día con la demanda acelerada de conectividad en las tiendas, ofreciendo velocidades mejoradas, mayor ancho de banda y latencia reducida para una experiencia fluida en toda la operación minorista.

## EL CAMINO HACIA LA AUTOMATIZACIÓN EFICIENTE

La adopción de la automatización no solo es un cambio tecnológico; también supone un cambio cultural.

Comunicar los beneficios y objetivos detrás de la automatización, capacitar al personal y alinear las inversiones con los objetivos estratégicos son pasos fundamentales en el camino hacia la eficiencia y el éxito.

Pero es que la automatización no es solo una tendencia, sino una necesidad imperante para los minoristas que desean prosperar en un entorno empresarial cada vez más competitivo y tecnológicamente avanzado.

La intersección entre la tecnología y la experiencia del cliente es la clave para un comercio minorista exitoso en el futuro cercano.



# Todavía no tienes tus máquinas vending **CONECTADAS**

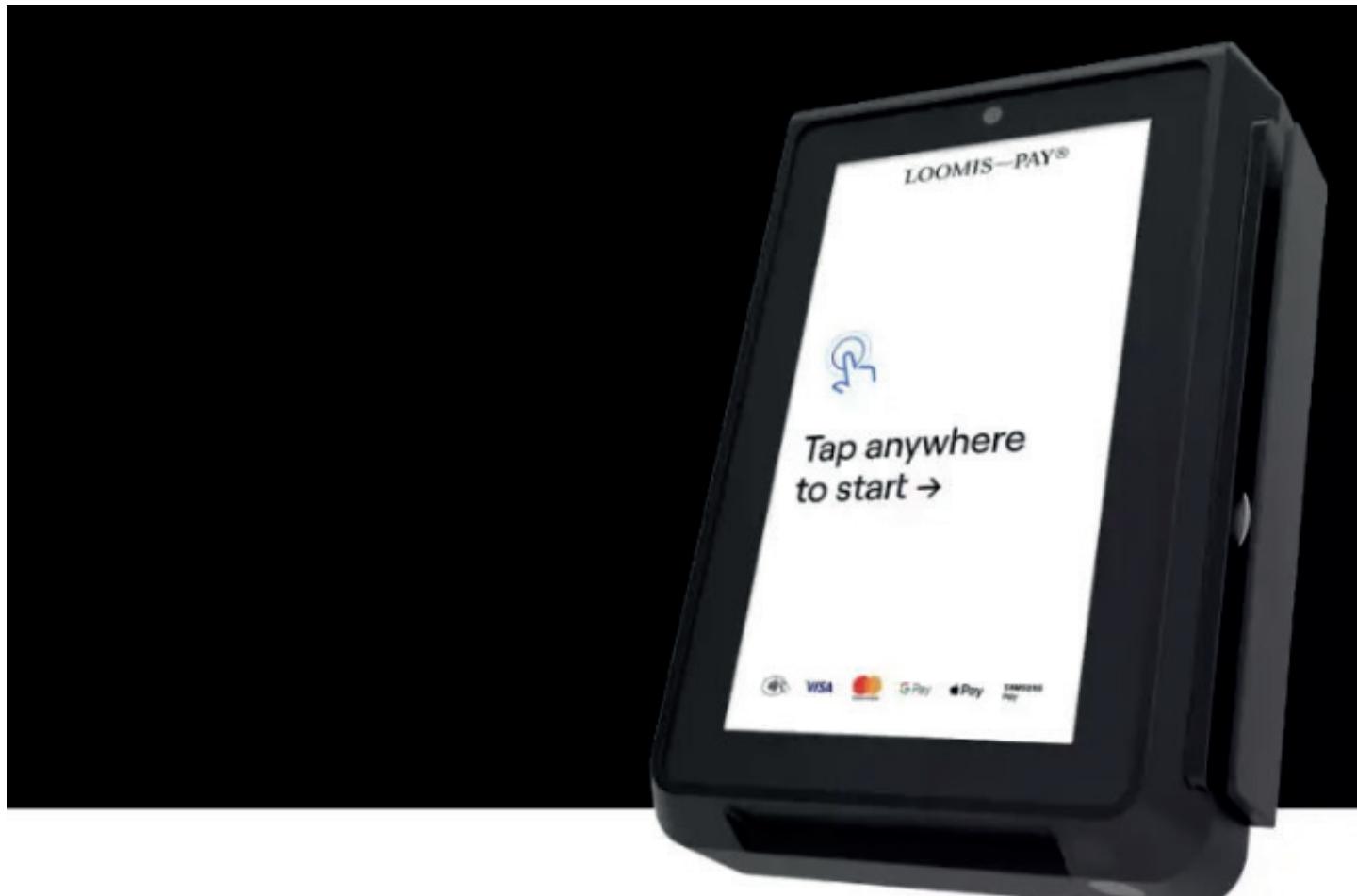


Nueva SIM M2M **Multi-cobertura** especial para Operadores Vending  
Conecta tu base de terminales de forma segura

**Alai Secure**  
España · Colombia · Chile · Perú



# Sin efectivo; sin problemas: La transformación digital de las máquinas expendedoras



**En el vertiginoso mundo empresarial de hoy en día, la conveniencia es el factor predominante. Cuando se trata de compras, la venta sin efectivo ha dado un giro revolucionario a la forma en que adquirimos productos. No es sorprendente que los consumidores estén adoptando en masa esta tendencia vanguardista, la cual ofrece un nivel de comodidad y eficiencia sin precedentes. Dando un paso más allá, los usuarios se decantan por las opciones de autocobro.**

Los minoristas, en un esfuerzo por mantenerse competitivos en este panorama en constante transformación, han de estar alineados con las últimas tendencias.

En un mundo impulsado por la tecnología, aquellas empresas que no logran adaptarse corren el riesgo de quedarse atrás.

## EVOLUCIÓN DE LAS MÁQUINAS EXPENDEDORAS: EL OASIS DE LA INNOVACIÓN

Las máquinas expendedoras han experimentado una notable evolución, pasando de ser dispositivos simples a sofisticadas máquinas multiusos capaces de ofrecer una amplia variedad de productos, e incluso de salvar vidas (así es, como lees) y promover un estilo de vida más saludable.

Este logro de ingeniería e innovación ha sido posible gracias a avances tecnológicos significativos que han permitido el desarrollo de soluciones de venta cada vez más innovadoras y fáciles de usar.

En este contexto, compañías como LOOMIS, dedicada al desarrollo de soluciones de pago,

gestión de dinero en efectivo, cajeros automáticos y automatización de servicios ha contribuido en la transformación de la experiencia minorista al proporcionar soluciones de gestión de efectivo y servicios de seguridad que están alineados con la creciente preferencia por la venta sin efectivo con su producto Pay Unattended.

Un aspecto crítico en esta evolución ha sido la diversificación de los métodos de pago. Inicialmente, las máquinas vending dependían exclusivamente de monedas como medio de pago.

Sin embargo, con el avance tecnológico y la creciente digitalización del mundo, surgieron opciones de pago alternativas como factura



ción electrónica, tarjetas de crédito e incluso wallets digitales. Estos nuevos sistemas de pago ampliaron la gama de productos disponibles en las máquinas expendedoras y simplificaron la experiencia de compra para los consumidores que estaban en movimiento.

Hoy en día, la distribución automática sin efectivo continúa su evolución, incorporando tecnologías de vanguardia vinculadas ya a la inteligencia artificial y otras realidades basadas en algoritmos de aprendizaje automático para identificar y procesar transacciones con tarjetas de crédito y débito, así como para predecir la demanda de productos y mejorar la experiencia del usuario.

#### PREDILECCIÓN POR EL AUTOPAGO

De hecho, un reciente informe elaborado por el Payment Innovation Hub en colaboración con CaixaBank y Visa ha revelado que casi un 30% de los ciudadanos españoles ya utiliza o prefiere utilizar soluciones de auto cobro al pagar en comercios.

Estas soluciones de autoservicio y cobro, típicas en la distribución automática, permiten a los usuarios realizar sus compras de forma autónoma, agilizando el proceso de pago y brindando mayor comodidad.

Entre los principales beneficios que destacan los consumidores al optar por estas soluciones se encuentran la reducción del tiempo de espera en la cola de la caja (49%) y la mayor rapidez en el proceso (48%).

Los usuarios consideran que estas alternativas son más ágiles en comparación con las cajas de cobro tradicionales, lo que las convierte en una opción atractiva para agilizar sus compras.

#### BENEFICIOS PARA EMPRESAS Y USUARIOS FINALES

La venta sin efectivo se está convirtiendo en una opción cada vez más popular para los negocios que buscan mejorar la experiencia del cliente. Este tipo de pago ofrece numerosas ventajas tanto para empresas como para consumidores.

De cara a las empresas, uno de los beneficios a primera instancia es el potencial de aumentar las ventas y los ingresos.

Al aceptar una gama más amplia de métodos de pago, las máquinas expendedoras sin efectivo hacen que sea más conveniente para los clientes realizar compras, fomentando las

compras impulsivas y garantizando que los clientes siempre tengan una forma de pagar sus artículos.

Además, las máquinas permiten a los minoristas ofrecer artículos de mayor precio, ampliando su oferta de productos y aumentando sus márgenes de beneficio.

Estas máquinas también transforman la eficiencia operativa al eliminar la necesidad de recolectar, contar y depositar efectivo con regularidad, lo que a su vez provoca que el personal pueda concentrarse en otras labores esenciales y reducir costos de transporte y gastos operativos.

Desde el punto de vista del consumidor, la nueva generación de máquinas expendedoras ofrecen una comodidad incomparable.

Con la capacidad de aceptar una amplia gama de métodos de pago, incluyendo tarjetas de crédito, billeteras móviles y pagos sin contacto, satisfacen las diversas necesidades de los consumidores tecnológicamente avanzadas de hoy en día.

En una sociedad cada vez menos dependiente del efectivo, los clientes aprecian y esperan esta comodidad, lo que hace esencial que los minoristas adopten estas soluciones de vanguardia.

INNOVA

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



CONFORME LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL SE INTEGRA DE MANERA FUNDAMENTAL EN LOS PROCESOS LABORALES, LA FORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES EMERGE COMO UN ENFOQUE CRUCIAL. A PESAR DE LOS OBSTÁCULOS QUE PUEDEN SURGIR, UNA VEZ TRASCENDIDA ESTA ETAPA DE INSTRUCCIÓN, LAS ORGANIZACIONES SE ENCONTRARÁN EN UNA POSICIÓN MÁS SÓLIDA PARA AFRONTAR CON SEGURIDAD LOS OBSTÁCULOS QUE LES DEPARA EL PORVENIR.

**En un mundo caracterizado por la constante incertidumbre y las interrupciones, la adaptabilidad y la eficiencia en la cadena de suministro se vuelven esenciales para la supervivencia y el éxito de las empresas.**

En este contexto, la Inteligencia Artificial (IA) ha surgido como una herramienta fundamental para revolucionar la forma en que se gestiona y opera esta cadena vital.

Una investigación reciente de IFS, empresa especializada en soluciones de software empresarial, revela cómo la IA está transformando la gestión de la cadena de suministro, abriendo nuevas posibilidades y desafíos para fabricantes y proveedores de servicios de campo.

La madurez de la IA ha llegado a un punto donde su integración en la estrategia empresarial ofrece una visibilidad en tiempo real completa de las operaciones.

No obstante, este proceso no está exento de obstáculos. La brecha de talento es uno de los principales desafíos que las organizaciones deben abordar.

A medida que la IA se convierte en una par-

te esencial del flujo de trabajo, la capacitación de los empleados se convierte en una prioridad.

A pesar de las dificultades, una vez que se supera esta fase de aprendizaje, las empresas estarán mejor equipadas para enfrentar los desafíos futuros con confianza.

## PREVENCIÓN DE PERTURBACIONES CLIMÁTICAS

Una de las áreas donde la IA muestra su verdadero potencial es en la predicción y prevención de perturbaciones climáticas. Las condiciones climáticas adversas han demostrado ser un obstáculo significativo en la cadena de suministro.

La IA tiene la capacidad de analizar datos históricos y lecturas meteorológicas para predecir la probabilidad de interrupciones debidas al clima.

Esto permite a las empresas ajustar sus planes y preparar de manera proactiva para los pronósticos climáticos, minimizando así el impacto en los plazos de entrega.

## MANTENIMIENTO: GESTIÓN PREDICTIVA DE ACTIVOS

El mantenimiento predictivo también ha ganado impulso con la IA y las herramientas de Enterprise Resource Planning (ERP). La Gestión del Rendimiento de Activos (APM) y la Gestión Predictiva de Activos (PAM) aprovechan el análisis de datos históricos y el Internet de las Cosas (IoT), optimizan para el mantenimiento y reducen costes y tiempos asociados.

Para que estas aplicaciones de IA funcionen de manera efectiva, la calidad y la disponibilidad de los datos son cruciales.

**Los datos recopilados de sensores en el campo y fuentes de producción ofrecen una visión precisa de la situación, permiten la monitorización en tiempo real y la predicción de momentos óptimos para el mantenimiento. Esto, a su vez, maximiza la eficiencia y minimiza los tiempos de inactividad.**

## LAS MÁQUINAS INTELIGENTES GUÍAN A TRABAJADORES INTELIGENTES EN EL TRABAJO

En un mercado en constante evolución, las empresas están luchando por encontrar un equilibrio entre la demanda creciente de tecnología avanzada y la disponibilidad de trabajadores calificados.

La encuesta de IFS resalta el creciente reconocimiento de la superioridad tecnológica como un diferenciador clave en los negocios, pero también destaca la escasez de habilidades como una preocupación importante.

Aunque el apetito por implementar tecnología avanzada solo ha aumentado, la oferta de trabajadores calificados necesarios para navegar por dicho despliegue no ha logrado mantenerse al día con la demanda.

Tanto es así que, de acuerdo con el estudio de IFS, casi la mitad de las empresas notifican tener dificultades para cumplir con los acuerdos de nivel de servicio; y el 37% lo atribuye a un soporte técnico inadecuado.

**Por ello, es tan importante disponer de un buen servicio técnico, y más aún en el sector de la distribución automática, ya que este no solo se encarga de la reparación de las máquinas cuando se producen averías, sino que también desempeña un papel preventivo importante.**

Si quieras profundizar sobre las ventajas de contar con un buen servicio técnico y de activos integral, puedes leer más información en nuestra nueva sección sobre "Servicio técnico".

Asimismo, para los fabricantes, el tema de la escasez de habilidades nunca ha sido más claro, con un 44% citando la escasez de mano de obra calificada y la rotación como una de sus principales preocupaciones, el otro 40% señalando a la adopción de nuevas tecnologías por parte de los usuarios y un 29% la mayor complejidad de los activos como sus principales preocupaciones.





# Coworking rural y el papel de la distribución automática: impulsando la repoblación en España

**El fenómeno de la despoblación rural es una preocupación persistente en muchos países, y España no es la excepción. En la última década, más de 6.000 municipios en España han experimentado una disminución en su población, lo que equivale a tres de cada cuatro términos municipales. En este contexto, el coworking rural se ha erigido como una alternativa innovadora para revitalizar y atraer población a las áreas rurales. Y donde haya una zona coworking, hay una oportunidad para la distribución automática.**

Expertos como Carles Méndez, investigador de los Estudios de Economía y Empresa de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), destacan la importancia de establecer espacios de coworking en áreas rurales con buenas infraestructuras y programas de actividades.

Estos espacios pueden convertirse en un atractivo poderoso para las comunidades rurales y ayudar a combatir la despoblación.

En nuestro país, se están impulsando iniciativas notables de coworking rural, como Cowocat Rural en Cataluña, que se ha convertido en un referente en Europa.

Méndez señala que los profesionales de esta asociación han asesorado proyectos similares en otros países europeos, incluyendo Alemania. Otras organizaciones relevantes en esta tendencia son la asociación Cowocyl y el proyecto Sierra de la Demanda en Castilla y León, una de las regiones más afectadas por la despoblación.

El perfil de los trabajadores que optan por el coworking rural suele ser autónomo o freelance, en contraste con el coworking urbano, que también atrae a trabajadores corporativos. Sin embargo, después de la pandemia de la COVID-19, ha habido un aumento considerable en el número de trabajadores por cuenta ajena que utilizan estos espacios rurales debido al aumento del teletrabajo.

## ESPACIOS CÓMODOS Y FLEXIBLES CON LA IMPLEMENTACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA

Como desde hace año venimos hablando, en este contexto, la combinación de coworking y distribución automática se presenta como una oportunidad prometedora.

Los espacios de coworking se centran en crear ambientes acogedores y atractivos para sus miembros, y aquí es donde entra en juego la distribución automática, que puede satisfacer las demandas de los trabajadores mediante soluciones modernas con productos actualizados, servicios de café innovadores y zonas de descanso dinámicas y vanguardistas que se integran perfectamente en el entorno coworking.

Estos lugares buscan crear un ambiente acogedor, y la distribución automática puede contribuir significativamente a esta meta.

Para lograrlo, es crucial que las máquinas expendedoras sean atractivas y ofrezcan productos de alta calidad que se adapten a las

demandas cambiantes de los trabajadores.

Además, la tecnología móvil y las aplicaciones específicas pueden ofrecer nuevas formas de fidelización a los usuarios, permitiéndoles consumir de manera cómoda e intuitiva. Esto es especialmente importante, dado que la mayoría de los usuarios en estos espacios son jóvenes que valoran la flexibilidad y la rapidez en la oferta de alimentos y bebidas.

La distribución automática también puede fomentar la interacción entre los miembros del coworking, ya que estos espacios suelen albergar a personas de diferentes empresas o autónomos que pueden beneficiarse de áreas de descanso para networking y negocios.

#### **BENEFICIOS DE APOSTAR POR SERVICIOS AUTOMATIZADOS EN ESTOS OASIS DE INNOVACIÓN RURALES**

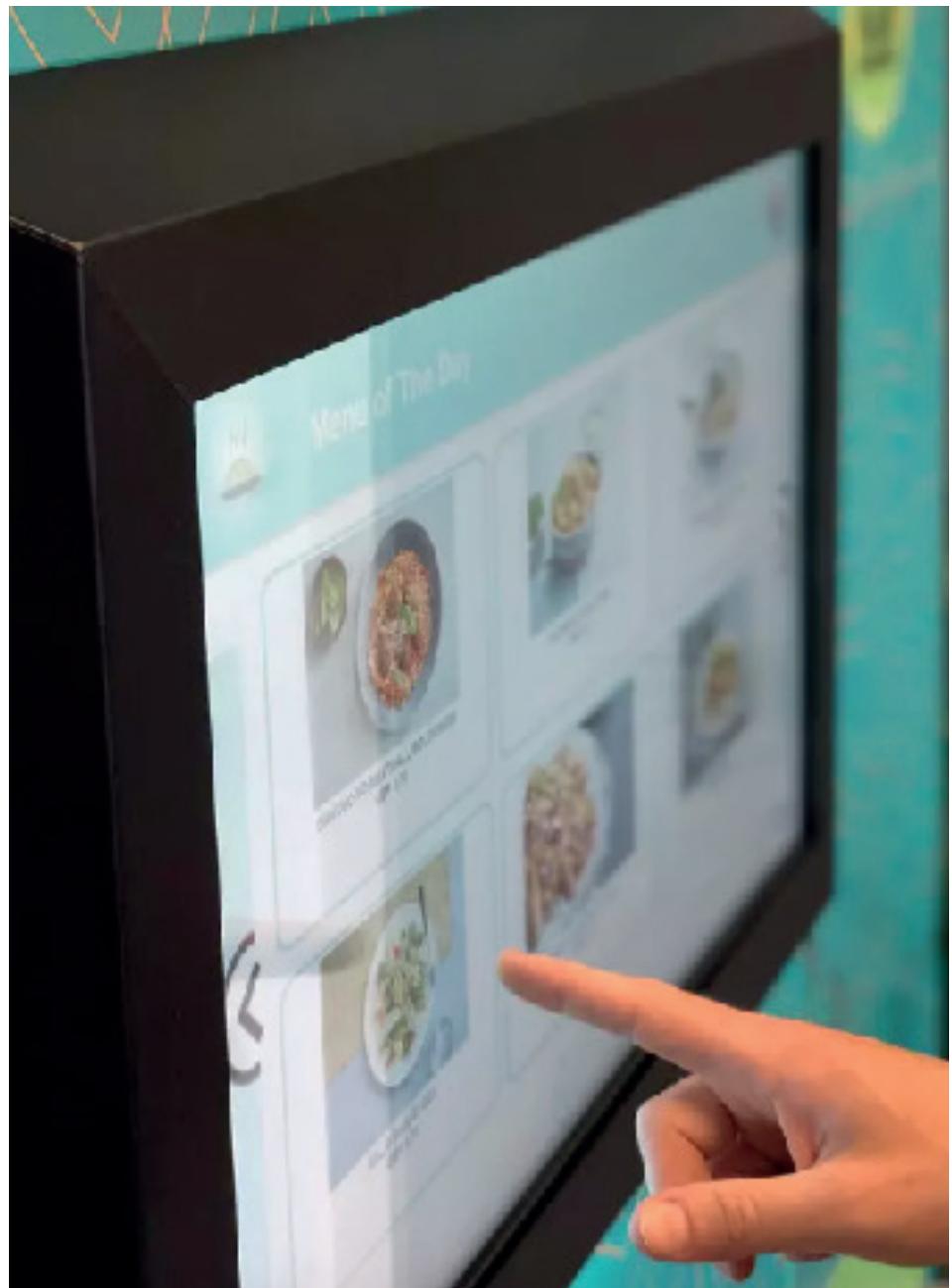
La distribución automática puede tener un impacto significativamente positivo en los espacios de coworking rurales, aportando una serie de beneficios clave que mejoran tanto la experiencia de los usuarios como la viabilidad de estos espacios en áreas rurales:

 **COMODIDAD Y CONVENIENCIA:** Uno de los beneficios más evidentes es la comodidad y la conveniencia que brinda la distribución automática.

Estos teletrabajadores tendrían la posibilidad de acceder a todo un rango de alimentos, bebidas y bocadillos de calidad sin tener que desplazarse lejos. Esto ahorra tiempo y esfuerzo, lo que es especialmente valioso en áreas rurales donde los servicios pueden estar dispersos.

 **DIVERSIDAD DE OFERTA Y APOSTAR POR LA PROXIMIDAD:** Las máquinas expendedoras pueden ofrecer una variedad de productos que se adapten a las preferencias de los usuarios, desde opciones saludables hasta indulgentes. Y dando un paso más allá, hasta dispensar productos frescos típicos de esas zonas rurales, lo que a su vez, generaría un impacto positivo en la economía local.

 **AMBIENTE ATRACTIVO:** La distribución automática es un modelo de negocio camaleónico, que se integra con facilidad en cualquier ambiente de coworking. Las máquinas bien diseñadas y ubicadas estratégicamente pueden complementar la estética general del espacio y crear una experiencia más agradable para los usuarios.



 **SERVICIO CONTINUO:** Evidentemente, uno de los máximos beneficios es ese servicio constante, lo que significa que los trabajadores pueden satisfacer sus necesidades de alimentación y bebida en cualquier momento, incluso fuera del horario laboral convencional.

 **SOSTENIBILIDAD:** Las máquinas de distribución automática modernas pueden incorporar prácticas sostenibles, como ofrecer productos en envases biodegradables y promover el reciclaje. Esto se alinea con la creciente conciencia ambiental y puede ser un punto de atracción para usuarios preocupados por el medio ambiente.

 **FIDELIZACIÓN DE USUARIOS:** La implementación de aplicaciones móviles y programas de fidelización, que, aunadas con el servicio automatizado, aumentan la retención de usuarios.

En las máquinas automáticas y opciones unattended, los trabajadores acumularían recompensas o descuentos al utilizar las máquinas expendedoras de manera regular, lo que crea un sentido de lealtad hacia el espacio de coworking.

# {V} Complicaciones en la gestión gubernamental: Prórroga presupuestaria en el horizonte



**EL IMPACTO DE LA PRÓRROGA PRESUPUESTARIA NO SOLO SE LIMITA A LAS ESFERAS NACIONALES, SINO QUE TAMBIÉN SE ENTRELAZA CON LAS NUEVAS REGLAS FISCALES EUROPEAS, EN UN ESCENARIO DONDE LA ECONOMÍA Y LA ESTABILIDAD FINANCIERA SE VUELVEN UN ROMPECABEZAS COMPLEJO. LAS REGLAS FISCALES, QUE SE ESPERAN SEAN DEFINIDAS Y APROBADAS ANTES DEL CIERRE DE LA PRESIDENCIA ESPAÑOLA EN EUROPA, TRAEN CONSIGO UNA SERIE DE DESAFÍOS.**

**En un escenario político marcado por la incertidumbre, los ojos de la nación se posan en dos figuras clave: Alberto Núñez Feijóo y Pedro Sánchez; ambos se encuentran ante un desafío colosal: la gestión de los Presupuestos Generales del Estado en un período crucial. Sin embargo, todo parece indicar que cumplir con los plazos establecidos para presentar nuevos presupuestos en diciembre resultará una tarea más que titánica.**

La sombra de la prórroga se cierra nuevamente sobre el panorama político, como una nube de incertidumbre que amenaza con desvanecer las expectativas de una planificación financiera fluida.

En este contexto, se estima con alta probabilidad que las cuentas correspondientes al año 2023 deberán ser prorrogadas por otro

ciclo más, lo que marcaría la novena ocasión en la historia democrática en la que tal decisión se toma.

Los Presupuestos Generales del Estado constituyen la columna vertebral de la política económica del país, siendo la base sobre la cual se sostienen aspectos críticos como inversiones, fiscalidad, pensiones, sanidad y prestaciones de desempleo. En efecto, este paquete de gastos se erige como la brújula que orienta la dirección financiera y social del Estado.

Pero, ¿qué conlleva realmente esta prórroga? Los analistas y expertos en la materia coinciden en que los decretos que la acompañan aseguran la continuidad de la mayoría de estos gastos esenciales.

No obstante, si no se presentan nuevos presupuestos antes de que finalice el año, las medidas cruciales contra la inflación quedarían

en suspenso. Ejemplos notables son la tan esperada rebaja del IVA en ciertos alimentos, así como los subsidios relacionados con la electricidad y el gas.

**Esta incertidumbre presupuestaria no solo reverbera en el ámbito político y financiero, sino que también podría extender sus ramificaciones a sectores como la distribución automática. Las decisiones gubernamentales respecto a los presupuestos tienen un impacto directo en la economía nacional y, por extensión, en la demanda y el consumo.**

Los empresarios que operan en este sector enfrentan una incertidumbre palpable en un momento en que la planificación y la estabilidad económica son esenciales para su supervivencia.

El comercio minorista, una columna vertebral de la economía y un pilar de empleo en España, opera en un ambiente donde la confianza y la estabilidad económica son fundamentales.

La postergación de la presentación de nuevos Presupuestos Generales del Estado añade una capa adicional de incertidumbre en un entorno ya marcado por desafíos comerciales y económicos.

Uno de los impactos más notables de esta incertidumbre radica en la fluctuación de la demanda del consumidor.

Los empresarios del comercio minorista dependen en gran medida de la confianza del consumidor y de la capacidad de éste para realizar compras de manera consistente.

**Cuando los presupuestos no están claros y clave como la rebaja del IVA en alimentos o la estabilización de los costos energéticos están en espera, la disposición de los consumidores a gastar puede verse afectada.**

Esto podría traducirse en una disminución de las ventas y, en última instancia, en un impacto financiero negativo para los negocios.

Además, la incertidumbre presupuestaria también puede influir en las decisiones de inversión de los empresarios. La planificación de inversiones a largo plazo, como la expansión de negocios o la adquisición de nuevos activos, se vuelve más complicada cuando no hay claridad sobre el panorama económico y fiscal.

Los empresarios podrían optar por adoptar un enfoque más cauteloso, retrasando decisiones importantes hasta que exista una mayor certeza sobre las políticas gubernamentales.

Un panorama incierto que también tendría su efecto en otras cuestiones como la gestión del inventario y la cadena de suministro.

**Los cambios en la demanda del consumidor y las fluctuaciones en los precios pueden tener un impacto directo en la planificación de inventario, lo que podría llevar a problemas de exceso de existencias o escasez de productos. Esto, a su vez, puede afectar la eficiencia operativa y los márgenes de beneficio de las empresas.**

## Frente al repunte del absentismo laboral en España, el respaldo de la distribución automática

**El absentismo laboral sigue siendo un problema preocupante para las empresas en España, con un impacto directo sobre la productividad y los costes empresariales. Así lo señala el reciente Informe Trimestral sobre el Absentismo Laboral, publicado por Randstad. Ante este desafío, una posible solución que ofrece oportunidades para mejorar la situación es la distribución automática.**

El sector, con tecnologías avanzadas y automatizadas, tiene el potencial de minimizar los efectos negativos del absentismo laboral en diversas áreas, incrementando la eficiencia y garantizando una operativa continua.

Durante el primer trimestre de 2023, cerca de 1,3 millones de trabajadores faltaron a sus empleos a diario, surgiendo el 6,3% del total de las horas pactadas.

El informe de Randstad Research destaca que la industria es el sector con mayor índice de absentismo, con una tasa del 6,4%, seguido por el sector servicios, que alcanza un 6,3%, coincidiendo con la media nacional.

Esta situación puede tener un impacto significativo en la cadena de suministro y la distribución de productos, lo que afecta directamen-

te a la competitividad y la satisfacción del cliente.

Tal y como indica Valentín Bote, director de Randstad Research, "El absentismo laboral -la ausencia del trabajador de su puesto de trabajo cuando estaba previsto su presencia- se configura como un problema grave para las empresas españolas, con un impacto directo sobre la productividad y los costes empresariales, lastrando asimismo su competitividad".

En este contexto, la distribución automática emerge como una solución para afrontar el desafío del absentismo laboral en ambos sectores.

**La automatización de procesos y la implementación de tecnologías avanzadas permiten mantener operativas las líneas de producción y distribución, independientemente de la disponibilidad de mano de obra.**

En la distribución de productos y suministros, la logística automatizada juega un papel clave. Los sistemas de clasificación, embalaje y distribución pueden llevarse a cabo sin interrupciones, lo que garantiza una entrega pun-

tual y eficiente de los bienes a los clientes.

La adopción de tecnologías como robots autónomos y sistemas de gestión inteligente de almacenes permite mantener un flujo constante de productos, incluso en situaciones de ausencia de personal.

Es crucial que las empresas y sectores con altos índices de ausentismo laboral consideren la distribución automática como una inversión estratégica para mejorar la eficiencia operativa y reducir los impactos negativos de esta problemática, ya que, además, la adopción de tecnologías automatizadas puede contribuir a mejorar las condiciones de trabajo, aliviando la carga laboral y reduciendo los riesgos de fatiga y agotamiento de los empleados.

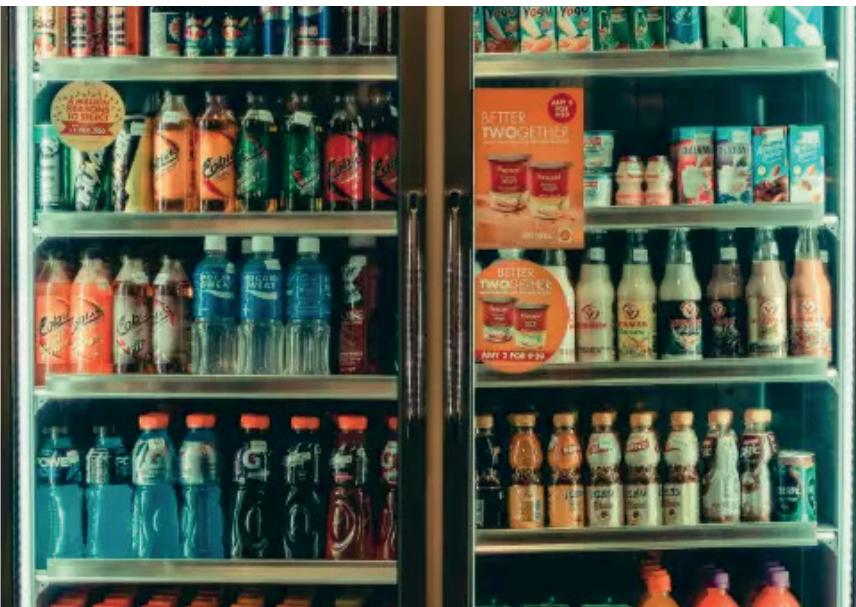
Randstad también ha valorado cada comunidad autónoma a la hora de llevar a cabo este estudio. Así, se extrae que son Euskadi, Galicia y Cantabria, con 8,7%, 7,3% y 7,2% respectivamente, las regiones que registran mayor tasas de absentismo. A ellas se unen Canarias (7,1%), Castilla y León, Asturias y Extremadura (compartiendo estas tres un 6,8%).

 **SALUDABLE**

# El sector del **refresco** destina ya un 60% de sus referencias a opciones bajas en calorías



Desde 2005 hasta 2020 el sector del refresco ha reducido en un 43% el azúcar presente en el mercado, y se tiene el compromiso de reducir un 10% adicional para 2025. Estos datos sitúan a España como líder en la reducción de azúcar a nivel europeo.



**Presentes en más de 13 millones de hogares y establecimientos en todo el país, el sector de los refrescos ha destacado por su capacidad de adaptación a los gustos y necesidades de los consumidores y su compromiso con el bienestar.**

La innovación ha sido clave en la evolución constante de este segmento. Un 36% de la inversión del sector se destina a la elaboración de nuevas variedades ya la renovación de las composiciones actuales.

Un ejemplo claro de esta apuesta por la innovación es el esfuerzo que se ha dedicado durante más de cinco décadas a reducir el contenido de azúcar en los productos.

Entre los últimos logros, destaca que desde 2005 hasta 2020 se ha reducido en un 43% el azúcar presente en el mercado, y se tiene el compromiso de reducir un 10% adicional para 2025.

Estos datos sitúan a España como líder en la reducción de azúcar a nivel europeo y consolidan a este sector como un referente en la industria de alimentación y bebidas, tal y como anuncia Beatriz Blasco Marzal, directora General de la Asociación Nacional de Bebidas

Refrescantes (ANFABRA).

Actualmente, la preocupación por el bienestar y la salud es mayor que nunca, y los consumidores han adoptado nuevos hábitos y estilos de vida más saludables.

Consciente de esta necesidad de adaptarse, el sector ha escuchado las demandas de los consumidores y ha apostado por opciones bajas o sin calorías, una tendencia en crecimiento.

**Actualmente, se ofrecen cerca de 2.000 variedades diferentes y aproximadamente el 60% del portafolio de productos son opciones bajas o sin calorías.**

La innovación ha sido un factor fundamental para consolidar los avances centrados en el bienestar del consumidor y ha impulsado el crecimiento y la competitividad del sector.

En los últimos años, la industria se ha enfrentado a diversos retos, desde la pandemia hasta cambios regulatorios, inflación y aumentos en los costes de producción.

Sin embargo, el sector ha demostrado resiliencia y capacidad de adaptación, lo que ha permitido una recuperación significativa de las cifras prepandémicas.

**EN 2022, EL SECTOR AUMENTÓ UN CRECIMIENTO DEL 5% RESPECTO AL AÑO ANTERIOR**

Las buenas cifras de 2023 auguran un año prometedor. En suma, al encontrarnos en pleno verano, una época clave para el sector, se espera un aumento en el consumo debido a las altas temperaturas y la mayor disponibilidad para el ocio y las relaciones sociales.

Las perspectivas positivas para el turismo, tanto internacional como nacional, también indican un verano de registro para la restauración y, por ende, para el sector de los refrescos -y la distribución automática, gran canal para estas bebidas-.

Los refrescos han demostrado su capacidad de adaptación, innovación y compromiso con el bienestar del consumidor a lo largo de su historia.

Su constante renovación, amplia oferta y liderazgo en la reducción de azúcar los básicos en un referente en la industria de alimentación y bebidas.

Más que una simple bebida, los refrescos forman parte de la cultura y estilo de vida mediterráneo. Con su continua transformación y crecimiento, este sector sigue evolucionando para seguir siendo un aliado imprescindible en el día a día de los españoles.



**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](http://www.jofemar.com)

 **SALUDABLE**

# La importancia de la calidad del **agua** en las máquinas expendedoras



**Las máquinas automáticas, esos prácticos dispositivos que nos sirven bebidas calientes en cuestión de segundos, son verdaderos aliados en la vida moderna. Desde espresso y té hasta capuchinos y chocolates, estas máquinas hacen posible que disfrutemos de nuestras bebidas favoritas con facilidad y comodidad. Sin embargo, detrás de esta experiencia hay un componente esencial que a menudo pasa desapercibido: el agua. La calidad del agua utilizada en la distribución automática juega un papel fundamental en la preparación y el sabor de estas bebidas, y su importancia no debería ser subestimada.**

Las bebidas calientes que las expendedoras ofrecen son verdaderas estrellas en lugares como oficinas, aeropuertos, estaciones de tren, centros de salud y universidades.

Estas máquinas han evolucionado enormemente en términos de tecnología y variedad de bebidas, pero lo que realmente diferencia a una máquina de otra es la calidad de las bebidas que producen.

Y esto se debe en gran medida al enfoque en la calidad de los ingredientes y, en particular, al agua utilizada en la preparación.

**El agua es el elemento central en la elaboración de las bebidas en la distribución automática. Ya sea para extraer los sabores del café, reconstituir preparados de leche en polvo o mezclar cacao para crear deliciosos chocolates calientes, el agua juega un papel crucial.**

Por lo tanto, la elección del agua adecuada se convierte en una decisión estratégica para

los operadores que buscan ofrecer la mejor experiencia a sus clientes.

La calidad del agua no solo afecta el sabor del café, sino también de otras bebidas como el té, el chocolate y los batidos.

En la preparación de café, por ejemplo, el agua es el medio a través del cual se extraen los compuestos del grano de café molido, dando lugar a la rica y aromática bebida que tanto amamos.

Sin embargo, a menudo se pasa por alto que un grano de café de alta calidad puede ofrecer un resultado decepcionante si se combina con agua de mala calidad.

La influencia del agua en el sabor y la calidad de las bebidas calientes es innegable. Entre un 95% y un 98% de la taza de café es agua, lo que subraya la importancia de utilizar agua de buena calidad para lograr un resultado óptimo.

Lo mismo ocurre con las bebidas a base de cacao y leche en polvo, donde el agua equilibrada y de calidad es esencial para mantener las características originales de los ingredientes y elevar el sabor a la máxima excelencia.

**Es importante tener en cuenta que el agua de la red a menudo no es la opción ideal para este propósito, ya que puede contener impurezas o características que afectan negativamente el sabor y la apariencia de las bebidas.**

Es por eso que el uso de agua filtrada se ha convertido en una solución clave para garantizar que el sabor, el aroma y la calidad de las bebidas calientes en las máquinas de vending sean consistentes y satisfactorias.

En resumen, la calidad del agua en las máquinas automáticas no es un detalle menor. Es un factor determinante en la creación de bebidas excepcionales que deleitan a los consumidores.

Los operadores y dueños de negocios unattended que deseen destacarse en un mercado competitivo deben prestar la debida atención al agua que utilizan en sus máquinas, asegurándose de que sea de la más alta calidad posible.

Después de todo, una bebida caliente perfectamente elaborada es el resultado de una combinación precisa de ingredientes de calidad, tecnología avanzada y, por supuesto, agua excelente.



# El fenómeno cultural del gaming: Más allá de las pantallas y hacia la distribución automática



En este contexto de expansión y diversificación del impacto de los videojuegos, surge una interesante pregunta: ¿por qué no aprovechar la pasión y la demanda generada por esta cultura gamer en la distribución automática? La combinación de tecnologías de vanguardia en las máquinas expendedoras con la popularidad de los videojuegos podría llevar a la creación de una experiencia única para los consumidores.



**En un mundo en constante cambio, donde la tecnología redefine nuestras formas de entretenimiento, el fenómeno del gaming se alza como un protagonista indiscutible. Los videojuegos han dejado de ser meras actividades de ocio para transformarse en un completo universo cultural que abarca mucho más que solo la experiencia de juego en sí.**

La reciente III Radiografía del Gaming en España, elaborada por el especialista en tecnología PcComponentes, arroja luz sobre cómo los videojuegos están tejido una red de influencia que abarca series, películas, música y más. Y en este punto, nosotros nos planteamos la siguiente pregunta: ¿por qué no llevar

este fenómeno también a la distribución automática?

**El dato es contundente: un 91% de los gamers permite consumir diversas formas de entretenimiento relacionados con los videojuegos. Esto demuestra que el alcance de los juegos trasciende las pantallas y se integra en las vidas cotidianas de una amplia variedad de personas.**

Las series y películas basadas en videojuegos capturan la atención de la mitad de los jugadores (50%), dando vida a narrativas digitales que influyen en la industria cinematográfica

y televisiva. Desde la famosa película "Super Mario Bros" hasta las adaptaciones de títulos recientes como "The Last of Us", la conexión entre los mundos del gaming y el cine se hace cada vez más sólida.

No solo las imágenes, sino también los sonidos, desempeñan un papel fundamental en la experiencia del juego. Un 22% de los gamers españoles reconocen disfrutar de las bandas sonoras de videojuegos, subrayando cómo la música creada para estos títulos trasciende el mundo virtual para convertirse en parte integral de la cultura musical de los jugadores.



Artistas y grupos emergentes se encuentran en estas bandas sonoras una plataforma única para dar a conocer su trabajo y conectarse con una audiencia apasionada y diversa.

Además, el estudio revela que aproximadamente un tercio de los encuestados (30%) elige los streamings y podcasts especializados como su forma preferida de entretenimiento.

Esto resalta la creciente importancia de las plataformas en línea como espacios para socializar, establecer amistades y construir comunidades globales unidas por su amor compartido por los videojuegos.

#### TRASLADANDO ESTE POTENCIAL DE LA CULTURA GAMER EN LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA

La combinación de tecnologías de vanguardia en las máquinas expendedoras con la popularidad de los videojuegos podría llevar a la creación de una experiencia única para los consumidores. Imagina encontrarte con una máquina que no solo ofrece bebidas y snacks, sino también contenido relacionado con tus juegos favoritos: desde códigos de descarga exclusivos hasta ediciones especiales de bandas sonoras y productos temáticos.

En un mundo donde la comodidad y la innovación son clave, la implementación de elementos del gaming en la distribución automática podría ser un camino prometedor.

La tecnología y la cultura gamer están en constante evolución, y las empresas que se aventuran en esta dirección podrían encontrarse abriendo la puerta a una nueva dimensión de entretenimiento en la vida diaria de las per-



sonas.

A nosotros se nos ocurren diferentes aplicaciones e ideas, como las que os relatamos a continuación:

**🌐 CÓDIGOS DE DESCARGA Y CONTENIDO EXCLUSIVO:** Como decíamos antes, podríamos desarrollar una máquina expendedora que no solo dispense productos, sino que también ofrezca códigos de descarga para contenido exclusivo de videojuegos.

Desde máscaras y trajes especiales hasta niveles adicionales o elementos desbloqueables, esta experiencia podría atraer a los jugadores ansiosos por mejorar su experiencia de

juego.

#### 🌐 EDICIONES ESPECIALES DE BANDAS SONORAS:

Para los amantes de la música de videojuegos, la distribución automática podría ofrecer ediciones físicas especiales de bandas sonoras. Esto permitiría a los jugadores llevar consigo la música que los ha acompañado en sus aventuras virtuales y profundizar aún más su conexión con sus juegos favoritos.

**Dispensar tu café favorito mientras escuchas la banda sonora de tu juego favorita, un momento completamente inmersivo.**

💡 **MERCANCÍA TEMÁTICA Y COLECCIONABLES:** Desde figuras de acción hasta pósters y artículos de colección, la máquina automática podría ser una fuente de mercancía temática de videojuegos.

Los jugadores podrían obtener productos relacionados con sus franquicias favoritas, lo que les permitiría mostrar su pasión por el juego en la vida cotidiana.

💡 **MINI CONSOLAS RETRO:** Las mini consolas retro que ofrecen una colección de juegos clásicos podrían ser una incorporación emocionante a las máquinas expendedoras. Los usuarios podrían revivir los momentos nostálgicos de su infancia al tener acceso a títulos icónicos directamente desde la distribución automática.

💡 **REALIDAD VIRTUAL Y REALIDAD AUMENTADA:** Algunas máquinas expendedoras, de hecho, ya están equipadas con tecnología de realidad virtual o realidad aumentada para ofrecer experiencias de juego cortas y envolventes.

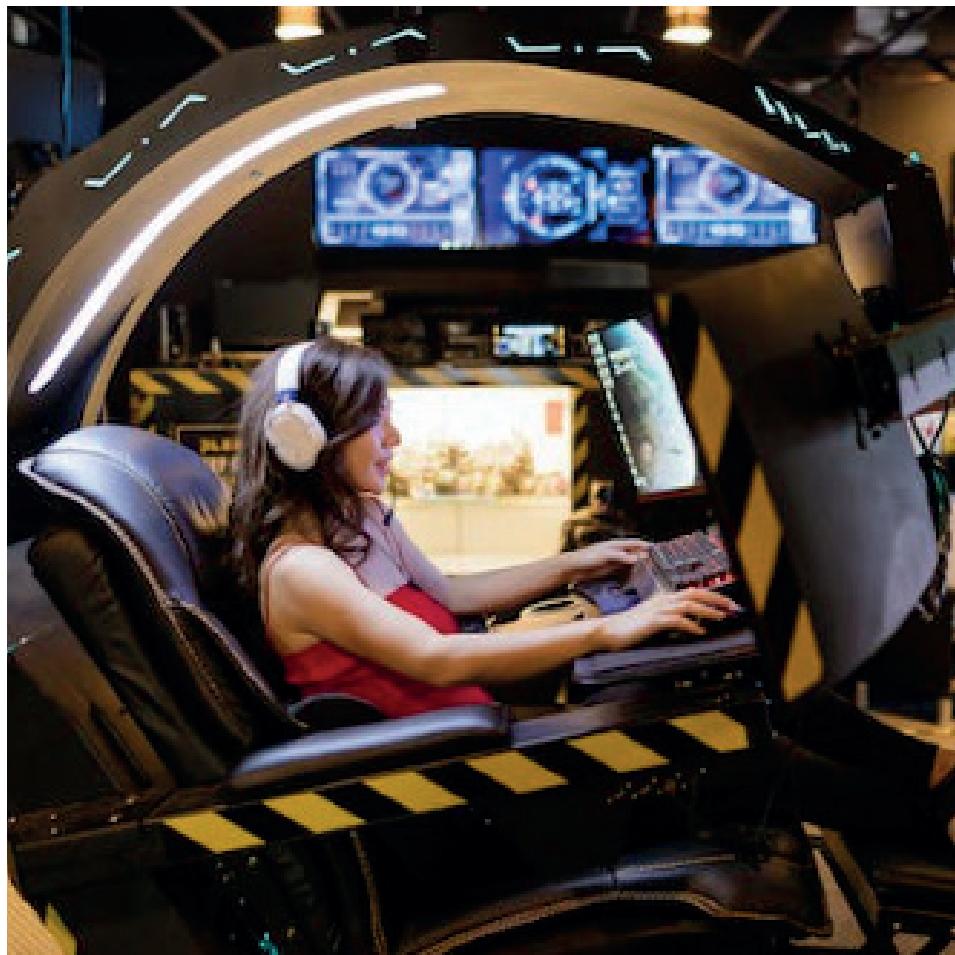
💡 **TORNEOS Y COMPETENCIAS EN LA MÁQUINA EXPENDEDORA:** ¿Por qué no convertir la distribución automática en una actividad competitiva? Las máquinas expendedoras podrían albergar torneos breves de juegos sencillos y adictivos.

**Los jugadores podrían competir por premios o descuentos en productos.**

💡 **TRIVIA Y PREGUNTAS RELACIONADAS CON VIDEOJUEGOS:** A todo esto, la distribución automática también podría suponer un desafío mental adicional al presentar preguntas de trivía de cualquier temática; donde los jugadores/usuarios ganasen recompensas o descuentos al responder correctamente.

💡 **PERSONALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON TEMÁTICA GAMER:** No podíamos acabar este listado sin aprovecharnos del potencial y posibilidades de personalización en la distribución automática.

Al igual que ocurre en muchas temporadas, cambios estacionales o campañas, los consumidores podrían tener la opción de personalizar sus productos (como latas de bebidas o envases de snacks) con gráficos y diseños inspirados en sus juegos favoritos. Esto añadiría un toque personalizado y emocionante a la experiencia de compra.



# La nueva tecnología de **Nestlé** para reducir los **azúcares intrínsecos** de los ingredientes



Esta innovadora tecnología puede aplicarse a distintas categorías de productos y ofrece una solución para reducir el contenido de azúcar sin comprometer el sabor ni la textura. Además, abre las puertas al desarrollo de productos lácteos desnatados y bajos en lactosa, respondiendo así a la creciente demanda de alternativas más saludables en la industria láctea.

La gigante multinacional de la alimentación y las bebidas, ha presentado una tecnología de reducción de azúcares revolucionaria que promete transformar el panorama nutricional de sus productos.

Esta tecnología no solo promete versatilidad y rentabilidad, sino que también ofrece beneficios que van más allá de la reducción de azúcares, lo que la convierte en un hito importante en el compromiso de la empresa de ofrecer opciones más saludables y sostenibles a los consumidores.

## LA NUEVA TECNOLOGÍA REDUCE HASTA UN 30% LOS AZÚCARES INTRÍNSECOS

La innovación desarrollada por Nestlé puede aplicarse a distintas categorías de producto, ofreciendo una solución para reducir el contenido de azúcar sin comprometer el sabor ni la textura.

Asimismo, abre una ventana más a la producción de productos lácteos desnatados y bajos en lactosa, respondiendo así a la creciente demanda de alternativas más saludables en la industria láctea.

La magia de esta tecnología pionera reside en su proceso enzimático, que reduce eficazmente hasta un 30% los azúcares intrínsecos de ingredientes clave como la malata, la leche y los zumos de frutas.

A diferencia de muchos métodos tradicionales de reducción de azúcares que pueden alterar el sabor o la consistencia del producto final, esta tecnología, tal y como trasladan desde la compañía garantiza un impacto mínimo en la experiencia sensorial.

Una vez obtenidos los ingredientes reducidos en azúcar, pueden integrarse en diversas recetas de productos.

Al contrario que en las producciones habituales, no es necesario recurrir a edulcorantes artificiales o agentes de carga para sustituir el volumen del azúcar eliminado, lo que hace que esta innovación sea aún más atractiva desde el punto de vista saludable.

## APLICACIÓN A LOS PRODUCTOS LÁCTEOS: AUMENTO DE FIBRAS PREBIÓTICAS

Uno de los aspectos más destacables de esta tecnología es su aplicación a los productos lácteos, lo que aporta el beneficio adicional del

aumento de fibras prebióticas.

Se ha descubierto que las fibras prebióticas favorecen el crecimiento de bacterias beneficiosas en el intestino, contribuyendo a una composición más saludable del microbioma en los adultos.

Stefan Palzer, director de Tecnología de Nestlé, expresa su entusiasmo por este avance revolucionario: "La reducción del azúcar en toda nuestra cartera sigue siendo una prioridad absoluta. Esta nueva tecnología es un verdadero avance, ya que podemos reducir el azúcar sin añadir edulcorantes y conservando un gran sabor, todo ello con un aumento mínimo del coste. Además, nuestros científicos descubrieron que la reducción de azúcar genera fibras prebióticas que favorecen el microbioma, lo que supone un beneficio adicional. Ahora estamos acelerando el lanzamiento mundial en todos los formatos y categorías".

El desarrollo de esta tecnología es un testimonio del compromiso del grupo, presente en la distribución automática, con la mejora del valor nutricional de sus productos.

Al reducir el contenido de azúcar y aumentar las fibras prebióticas, Nestlé pretende apoyar el consumo responsable como parte de una dieta equilibrada y hacer frente a la creciente preocupación por la ingesta excesiva de azúcar.

## UN ÉXITO QUE PARTE DE LAS BEBIDAS RTD

El éxito de esta tecnología de reducción del azúcar comenzó con las bebidas listas para beber a base de cacao y malta en el sudeste asiático.

En el último año, Nestlé ha ampliado su implantación, introduciéndola en las líneas de producción de bebidas en polvo a base de cacao y malta, como Milo, en varios países de Asia, África y América Latina.

**Con más de 200.000 toneladas de bebidas a base de cacao y malta que ya se benefician de esta tecnología desde 2021, la implantación continúa, con planes para extenderla a otras categorías de productos, incluidos los lácteos en polvo.**

Esta innovadora tecnología de reducción de azúcar complementa una amplia gama de soluciones existentes que Nestlé ha desarrollado en colaboración con socios de innovación y proveedores externos.

Entre ellas se encuentran los edulcorantes naturales, los sabores que potencian el dulzor



o enmascaran el amargor, así como los agentes de carga naturales como fibras, cereales y polvos lácteos y de cacao hechos a medida.

Dado que los consumidores buscan cada vez más opciones saludables, la dedicación de

Nestlé a superar los límites de la tecnología alimentaria y la mejora nutricional demuestra su compromiso de liderar la industria hacia un futuro más sostenible y saludable, en el que la tecnología juega un papel clave.

# Venditalia ya tiene fecha: volverá en mayo de 2024



**Después del éxito obtenido en Vending Show, la feria parisina de la distribución automática, en la que Venditalia participó como coorganizadora y atrajo a casi 4.000 inscripciones para 119 expositores de 17 países diferentes, todas las expectativas están puestas en la edición italiana de 2024, que promete superar todas las marcas anteriores.**

La industria de la distribución automática tiene una cita ineludible en el calendario para mayo de 2024, ya que se llevará a cabo la próxima edición de Venditalia, la feria italiana destacada tanto a nivel europeo como internacional en el ámbito del unattended, del 15 al 18 de mayo. Fieramilano Rho se vuelve a convertir en el epicentro global para los actores de la distribución automática.

Venditalia es un evento internacional de gran relevancia organizado por Venditalia Servizi y promovido por CONFIDA, la Asociación

Italiana de Vending. Esta feria representa una oportunidad para que las empresas y profesionales del sector se conecten, aprendan y crezcan a nivel internacional.

Tras su paso en Vending Show, la feria parisina en la que Venditalia actuó como coorganizadora que y atrajo a casi 4.000 inscripciones y 119 expositores, todas las expectativas están puestas en la edición italiana del año que viene, que promete ser una celebración sin precedentes.

Así lo confirma Ernesto Piloni, presidente de Venditalia, quien traslada su ambición por superar el éxito de la edición anterior y establecer nuevas marcas en 2024.

Con el objetivo de atraer una mayor audiencia internacional, la feria ampliará su presencia a expositores y compradores de países como China, Japón, Estados Unidos, Oriente Medio y Norte de África.

Con una ubicación privilegiada en el innova-

dor barrio de Fieramilano Rho, Venditalia 2024 se presenta como un evento orientado hacia el futuro.

El centro de exposiciones ofrece funcionalidad en los espacios, así como una amplia variedad de servicios y accesibilidad, lo que permitirá a los participantes disfrutar de experiencias innovadoras, como la señalización digital para una gestión eficiente del flujo de asistentes y una información actualizada durante toda la feria.

La oferta en Venditalia 2024 será amplia y variada, abarcando máquinas, productos y servicios para la distribución automática, y se complementará con un programa de encuentros que enriquecerá aún más la experiencia de los visitantes.

De esta forma, la feria italiana se perfila como una de las citas principales tanto a nivel nacional como internacional para los operadores del sector.

Por su parte, la Asociación Europea de la Distribución Automática y OCS (EVA) ya ha confirmado su participación en el encuentro, contribuyendo a hacer de Venditalia 2024 un evento inolvidable para todos los profesionales.

Sin duda, Venditalia 2024 será una oportunidad para explorar las últimas tendencias, conocer las innovaciones más destacadas y establecer conexiones clave en el competitivo mundo de la automatización.

**Así que, no olvides apuntar los días 15, 16, 17 y 18 de mayo de 2024 en tu calendario de la industria.**

## VENDITALIA 2022

Innovación, encuentros y grandes números: Venditalia 2022 cierra sus puertas con 20.000 visitantes y se confirma como una de las principales ferias internacionales del sector de la distribución automática.

La exposición tuvo lugar del 11 al 14 de mayo en Fieramilanocity, dando cabida a 300 empresas expositoras en un ambiente de gran optimismo, un hecho que se suscribe a las cifras alcanzadas: 20.000 visitantes, el mismo número registrado en la edición anterior a la pandemia.

# Hostelco y Restaurama: Una fusión que sacudirá el mundo horeca en Europa

*El presidente de Hostelco, Pere Taberner, resalta la relevancia de esta alianza y la oportunidad que crea para el sector. Señala que el enfoque en soluciones conjuntas e innovadoras es esencial para satisfacer las necesidades cambiantes de los profesionales de los servicios de alimentación.*

*Taberner se muestra optimista en cuanto a la propuesta conjunta para 2024, que está diseñada para abordar directamente las demandas de las empresas y los profesionales del sector.*



**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),**

**En un emocionante paso hacia la unificación y fortalecimiento de la industria de la restauración, hostelería y servicios alimentarios, Hostelco y Restaurama anuncian su fusión para crear una oferta conjunta sin precedentes. Estos dos destacados eventos, que han sido pilares en la industria durante años, están uniendo fuerzas para formar la cita europea de referencia en el sector, marcando un hito en el calendario para los profesionales y entusiastas del ámbito horeca -y de la distribución automática-.**

La fusión de Hostelco, el afamado Salón Internacional del Equipamiento y Maquinaria para la Restauración, Hostelería y Colectividades, con Restaurama, el influyente Salón de Alimentaria orientado al canal horeca y el Foodservice, promete llevar la experiencia de la exposición al siguiente nivel.

Con 600 expositores previstos, la feria conjunta se llevará a cabo en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona del 18 al 21 de marzo de 2024.

El objetivo de esta unión es claro: dinamizar el negocio del sector, abrir nuevos mercados internacionales y presentar las últimas innovaciones de la industria.

Los organizadores están comprometidos con la creación de una plataforma donde los profesionales puedan explorar una amplia gama de productos y servicios, desde equipamiento de vanguardia hasta deliciosos alimentos y bebidas.

La propuesta renovada de Hostelco y Restaurama tiene como objetivo reunir tanto la oferta de equipamiento como la de productos alimenta-

rios en un solo espacio.

Esta combinación única no solo proporcionará a los visitantes una visión integral del panorama horeca, sino que también servirá como plataforma para compartir experiencias y ofrecer múltiples actividades educativas.

La innovación y la sostenibilidad también ocuparán un lugar destacado en el evento, subrayando su importancia en el crecimiento continuo de la industria.

La fusión de Hostelco y Restaurama no solo reúne a los actores más destacados de la industria, sino que también da paso a nuevas áreas y ofertas agrupadas dentro del evento. Entre estas, el área "Coffee, Bakery and Pastry" ocupará la mayor parte del pabellón 7, proporcionando un espacio integral para la oferta en café, bares, panaderías, pastelerías e heladerías.

Además, "The Horeca Hub" será el epicentro de la innovación y el conocimiento, con exhibiciones en vivo, charlas y concursos para abordar los desafíos clave del sector.

La unificación de Hostelco y Restaurama en los pabellones 4 y 6 simboliza una colaboración sinérgica de equipos, maquinaria, accesorios,



productos alimentarios y tecnología.

Esta fusión es más que un evento; es un testimonio de la determinación del sector horeca por avanzar hacia un futuro más vibrante y exitoso. En la última edición de Alimentaria & Hostelco, más de 3.000 empresas expositoras

y 100.000 visitantes demostraron la importancia y el éxito de esta colaboración.

La edición del próximo año promete elevar aún más estos estándares, ofreciendo una experiencia incomparable para los profesionales y líderes del sector horeca.

## TU BILLETE HACIA UN VENDING SMART

**PAGOS DIGITALES  
RÁPIDOS, CONVENIENTES, UNIVERSALES**



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

Bonificación inmediata en el Banco al realizarse la venta.



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

**OPTO**



 **Payment Technologies S.r.l.**  
[www.optopayment.com](http://www.optopayment.com)  
+39 02 9696 141 | [Info@paytec.it](mailto:Info@paytec.it)



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.



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

[necta.evocagroup.com](http://necta.evocagroup.com)



# GAMA **IMPULSE**

Erogamos un mundo mejor



 **NECTA**



# 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.

Descubre todas nuestras soluciones digitales

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

[newis.evocagroup.com](http://newis.evocagroup.com)

# La **EVEX 2023** reúne a la comunidad europea de la distribución automática en Rumanía



**Este evento, que se celebra cada año, marcó un hito al ser la primera vez que se llevó a cabo en Europa del Este, lo que refleja el crecimiento y la expansión de la industria en esta región.**



**La vibrante ciudad de Bucarest, Rumanía, se convirtió en el epicentro del mundo de la distribución automática durante los días 5 y 6 de septiembre de 2023, al acoger el European Vending Experience (EVEX) anual, organizado por la Asociación Europea de Vending y Servicios de Café (EVA).**

El prestigioso Hotel Radisson Blu, ubicado en el corazón de Bucarest, fue el lugar elegido para albergar el EVEX 2023. Para los asistentes que aún no estaban familiarizados con la ciudad anfitriona, se organizó una visita guiada a pie por el centro de Bucarest.

Esta experiencia no solo sirvió como una introducción perfecta a la ciudad, sino que también brindó a los participantes la oportunidad de establecer contactos desde el principio. La noche inaugural se destacó con un elegante cóctel que oficialmente dio inicio al programa

in situ de EVEX.

El segundo día estuvo repleto de actividades, con un enfoque en la exposición comercial de día completo, la reunión de la Asamblea General Anual de EVA (AGM), la Conferencia EVEX y discursos de los patrocinadores sobre cómo sus productos pueden impulsar los negocios de distribución y restauración automáticas.

Todo esto se desarrolló en la misma área del hotel, incluyendo pausas para café y almuerzo, lo que facilitó la transición de los asistentes entre las sesiones educativas y la exposición comercial.

La Junta General de Accionistas de EVA destacó el crecimiento significativo de las actividades de la Asociación en 2023, especialmente en asuntos públicos y en la introducción

de nuevos servicios para sus miembros.

Se presentó por primera vez el nuevo informe de mercado de EVA, que abarca 24 mercados europeos de vending, así como datos clave del informe 2023 de EVA sobre el comportamiento de los consumidores.

Un momento destacado de la conferencia fue la presentación de los interesantes resultados de un reciente experimento académico sobre opciones sostenibles en las máquinas expendedoras.

Después de cada presentación, un panel de debate compuesto por operadores destacados de Rumanía, España y Portugal exploró más a fondo estos desarrollos y cómo están impactando en sus negocios.

Es importante destacar que toda esta infor-



mación de la industria está disponible de forma gratuita para los miembros de EVA, proporcionando una valiosa fuente de datos para las inversiones en el sector.

Las presentaciones de EVEX culminaron con un inspirador discurso de Andrei Rosu, uno de los mejores atletas de resistencia de Rumanía.

Andrei compartió su viaje desde su primer maratón en el Polo Norte hasta pruebas de ultra resistencia en todos los continentes y cruzar a remo más de 5.000 km en el Atlántico. Utilizando su experiencia deportiva como metáfora, demostró claramente a los asistentes que la motivación es la chispa, pero la introducción de hábitos te lleva a alcanzar grandes metas en la vida y los negocios.

La jornada concluyó con una cena de gala en el elegante restaurante Tuya, ubicado en un parque con vistas a un lago, donde se anunciaron los ganadores de los premios EVA a la "Sostenibilidad" y la "Innovación".

Los proyectos y productos presentados en ambas categorías impresionaron al jurado antes de que se revelaran los galardonados:

📍 **Premio EVA 2023 a la Imagen del vending por la Sostenibilidad: Herramienta de cálculo de la evaluación del ciclo de vida (ECV) - Nestlé Professional.**

📍 **Premio EVA 2023 a la Imagen del vending por la Innovación: MIA Leche Fácil - Azkoyen.**



📍 Además, la EVA entregó un premio especial a la Asociación Alemana de Vending (BDV) en conmemoración de su 50 aniversario.

La EVEX 2023 marcó el regreso al formato tradicional del evento después de dos ediciones ligeramente diferentes en 2022.

Dado el crecimiento positivo del mercado rumano en la industria de la distribución automática, la EVA y la Asociación Rумana de Vending (PRIV) se mostraron muy satisfechas con la asistencia de más de 170 participantes registrados, que incluyeron una mezcla de actores internacionales del vending y empresas locales

# HostMilano 2023: En primer plano la innovación sostenible en un momento de crecimiento



La ciudad de Milán se prepara para recibir a profesionales de la hostelería, la restauración y el comercio minorista de todo el mundo en el evento más importante del sector: HostMilano. Esta exposición, que se llevará a cabo del 13 al 17 de octubre en Fieramilano, en Rho, promete ser un escaparate impresionante de innovación sostenible y crecimiento económico en un mercado global en constante expansión.



**Con más de 1800 expositores procedentes de 50 países, HostMilano 2023 reúne a los líderes de la industria de la hostelería y la restauración -con una presencia cada vez más fuerte del unattended-, con el acento de Estados Unidos y Europa. La feria también ha atraído a compradores de alto perfil de 63 países, destacando la participación de Norteamérica y los países del Golfo, con el regreso de Asia, lo que subraya la importancia de este evento a nivel internacional.**

El mercado mundial de equipamiento para servicios alimentarios se encuentra en constante crecimiento y se espera que alcance los

44.000 millones de dólares en 2023. Italia, como uno de los líderes en este campo, reportó una facturación de 4.560 millones de euros en 2022, consolidando su posición en la industrias globales.

La exposición se organiza en tres macroáreas que agrupan los sectores relacionados por afinidad industrial: Restauración Profesional-Panadería, Pizza y Pasta; Café-Té, Bar-Máquinas de café-vending; Heladería-Pastelería; Mobiliario-Tecnología y Vajilla. Este enfoque permite una visión completa de la hostelería profesional y resalta las similitudes entre sectores especializados.

## EL PROTAGONISMO DE LA INNOVACIÓN SOSTENIBLE

Un punto culminante de la Host será el regreso de Smart Label, el premio a la innovación sostenible en colaboración con POLI.design y patrocinado por ADI. Este reconocimiento destaca las soluciones responsables y sostenibles que buscan promover la economía circular en la industria.

Además, Milán albergará más de 800 eventos, desde demostraciones culinarias hasta formación para arquitectos, que atienden a las necesidades del mercado.



La innovación sostenible también se refleja en la propia organización de HostMilano como parte de la estrategia ESG de Fiera Milano. Iniciativas como el uso de energías renovables, la reducción del consumo de agua y energía, y la gestión responsable de los materiales utilizados demuestran el compromiso del evento con la sostenibilidad ambiental.

#### DIGITAL OUT OF HOME (DOOH): NAVEGANDO EN EL MAR DE LA AUTOMATIZACIÓN

La transformación digital está sacudiendo los cimientos de la industria de la hostelería y la restauración. Lo que una vez fue simplemente tomar una foto de un plato en un restaurante se ha convertido en una experiencia Digital Out Of Home (DOOH) completamente inmersiva e integrada.

Esta revolución se basa en la combinación de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial, la distribución automática, la realidad aumentada y el uso ingenioso de las redes sociales.

**Los códigos QR, que anteriormente se utilizaban principalmente para acceder a menús digitales, están evolucionando hacia algo mucho más grande: Ahora se convierte en un medio para transmitir los valores y características únicas de un lugar.**

Además, proporciona información esencial, como detalles sanitarios y nutricionales de los productos. Esta trazabilidad ofrece a los consumidores una mayor transparencia y confianza



en lo que consumen.

En cuanto a la experiencia del cliente, la realidad virtual y aumentada están tomando protagonismo, comenzando con la incorporación de videos en 3D.

Esto permite a los comensales sumergirse en un mundo digital que complementa su experiencia gastronómica, y el ejemplo más claro es la propia industria unattended, que hacen de sus máquinas automáticas auténticas ventanas al producto, y una experiencia inmersiva para el usuario final.

Por otro lado, en el ámbito operativo, se están utilizando datos ambientales recopilados a través de sensores para ofrecer una experiencia más personalizada.

Esto impulsa la eficiencia y la satisfacción

del cliente al adaptar el entorno según sus preferencias.

Paralelamente, las soluciones tecnológicas que hemos visto en los últimos años continúan su desarrollo. Interfaces de usuario más intuitivas hacen que la interacción sea más sencilla y placentera; sistemas cada vez más conectados que además pueden ser gestionados de forma remota, lo que permite una mayor flexibilidad y eficiencia operativa.

Y por su puesto, la automatización, tanto del servicio en sí como de las de tareas rutinarias, que libera recursos humanos para actividades más creativas e importantes.

Todo ello lo podremos ver en algo más de un mes en esta nueva entrega de HostMilano 2023.

# Transformando juntos la imagen del vending y forjando un futuro brillante con el relevo generacional



El pasado 4 de octubre, la industria de la distribución automática se dio cita en la emblemática Bodega Marqués de Riscal, en el corazón de la Rioja Alavesa, para celebrar la XXI jornada de la EVE. Un día que estuvo cargado de momentos emotivos, despedidas, relevos generacionales y, sobre todo, del firme propósito de mejorar la imagen de una industria incansable, innovadora y liderada por grandes profesionales.



**Carlos Abad, presidente de la Asociación y una de las figuras más del sector a nivel nacional, dio la bienvenida a los asistentes con su característico entusiasmo y cedió el turno al moderador del evento. La jornada prometía ser un espacio de aprendizaje y reflexión sobre el futuro del vending en España. Y así fue.**

## APUESTA POR LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE

La jornada como tal empezaba con la presentación de "La Seguridad Alimentaria, las normas de calidad y la alimentación saludable dentro del vending", a cargo de Nerea Barinagarrementeria, consultora de calidad y alimentación saludable de Eurofins.

Esta ponencia resaltó el potencial del ven-

ding saludable, un nicho de mercado en crecimiento que ha demostrado que es posible ofrecer opciones de comida y bebidas saludables a través de las máquinas expendedoras.

A pesar de la desinformación y la demonización que ha enfrentado este sector en algunos medios generalistas, la distribución automática saludable ha evolucionado en términos de cantidad y calidad de su oferta, contribuyendo así a mejorar la alimentación de las personas.

## SOSTENIBILIDAD COMO PRIORIDAD

Rocío Seoane Otín, coordinadora de Sostenibilidad de Calidad Pascual, compartió la estrategia de sostenibilidad de la compañía. Su ponencia destacó la importancia de la responsabilidad medioambiental en la industria y cómo Calidad Pascual ha asumido un firme

compromiso en este sentido.

La sostenibilidad se ha convertido en un pilar fundamental para las empresas del sector, no solo como una obligación moral, sino como una estrategia que garantiza la continuidad de sus negocios en un mundo cada vez más consciente del impacto ambiental.

## OPTIMIZACIÓN FINANCIERA PARA EL ÉXITO

Tras el descanso del café para continuar intercambiando impresiones, Gorka Arregi, director Territorial de Álava de Elkargi, tomó la palabra para abordar la optimización de las finanzas en el negocio de vending.

Su charla fue una fuente valiosa de consejos prácticos para los operadores, destacando la importancia de la gestión financiera eficiente

como clave para el éxito en esta industria en constante evolución.

### INNOVACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA: LA VISIÓN DE LOS FABRICANTES

Tres pesos pesados de la fabricación de soluciones automatizadas: Evoca, Azkoyen y Fas, volcaron sus visiones en una mesa redonda sobre la innovación en la distribución automática, en la que participaron destacados representantes del sector: Juan José Alberdi, director General de Azkoyen; Juan Antonio García, director Técnico de Evoca Iberia; y Luigi Camagnoli, responsable comercial de Fas para España y Portugal.

Durante esta conversación, se debatió la evolución del sector y la aplicación de tecnología para elevar la calidad de los productos y servicios ofrecidos.

Un tema clave en la mesa redonda fue la valentía necesaria tanto por parte de los fabricantes de máquinas como de los operadores y otros eslabones de la cadena de suministro para escuchar a los usuarios y ofrecerles un servicio vanguardista e innovador.

Además, se discutió en detalle cómo la inteligencia artificial (IA) está impactando positivamente en la industria de la distribución automática, mejorando la eficiencia operativa, la personalización de las ofertas y la experiencia del cliente.

### CASOS DE ÉXITO Y MOMENTOS EMOCIONANTES

Las ponencias de la jornada culminaron con una serie de inspiradoras historias de éxito que reflejaron la determinación y el compromiso de la distribución automática. Uno de los momentos más destacados fue la intervención de Patricia Zarzosa, socia Gerente en Gotxikoa Vending, quien regresó este año para compartir la historia de su compañía.

Con firmeza, sinceridad y determinación, Patricia explicó cómo Gotxikoa Vending ha apostado por la innovación y la calidad, lo que les ha permitido un crecimiento constante en el territorio vasco. Su experiencia sirvió como un recordatorio de los valores fundamentales para operar en la industria: la pasión por la innovación y el compromiso con la calidad.

A Patricia se unió posteriormente Ainhoa Chanca, gerente en Sistiaga Lasa Vending Group, quien compartió los valores que impulsan a su compañía. Destacó la importancia de saber escuchar a los clientes, una habilidad



esencial para entender sus necesidades y ofrecer soluciones personalizadas. Ainhoa demostró que el éxito en el vending va más allá de la tecnología y la oferta de productos; se trata de construir relaciones sólidas con los clientes y brindar un servicio excepcional.

No podemos olvidar la intervención de Leire Odriozola, de Urkotronik, que compartió la inspiradora historia de su compañía bajo el hashtag #adisposicióndequienlonecesite.

Urkotronik, en calidad de distribuidora oficial de Azkoyen en el territorio vasco, se convirtió en un ejemplo de apoyo y aliento durante los

tiempos difíciles de la pandemia. Durante la época de la tempestad que representó la pandemia, Urkotronik no se quedó de brazos cruzados.

En lugar de eso, canalizó su espíritu emprendedor y colaborativo para crear proyectos que fueran de utilidad para la comunidad. Un ejemplo de esto fue la iniciativa de desarrollar máquinas expendedoras de mascarillas, una respuesta creativa a las necesidades urgentes de protección personal.

La historia de Urkotronik y su compromiso con la comunidad durante la pandemia resonó



profundamente en la audiencia. Demostró cómo las empresas en la industria del vending pueden no solo sobrevivir en tiempos de crisis, sino también prosperar y ser un apoyo valioso para la sociedad en general.

La intervención de Leire de Urkotronik sirvió como un poderoso recordatorio de la resiliencia y la solidaridad que caracterizan a la industria del vending. En momentos de adversidad, este sector ha demostrado una vez más que está listo y dispuesto a responder con innovación y empatía, poniéndose **#adisposicióndequienlo-necesite**.

El evento concluyó con una serie de momentos emotivos, marcados por amargas despedidas de figuras destacadas del sector y de la asociación, como la de Roberto, uno de los pioneros no solo de la EVE; también del sector. Los homenajes fueron emotivos y reflejaron las diferentes miradas que estos líderes aportaron a la distribución automática.

Las lágrimas brotaron en este cierre lleno de nostalgia y gratitud, recordando la importancia de honrar y valorar la contribución de aquellos que han dedicado su vida al vending.

Tras la emotiva despedida, el encuentro continuó en las bodegas de Marqués de Riscal, donde los asistentes tuvieron la oportunidad de hacer un recorrido por el proceso de producción de su afamado vino.

Este paralelismo con el sector del vending se hizo evidente al observar cómo, al igual que en la elaboración del vino, en el sector se trabaja minuciosamente para ofrecer un producto final de calidad.

Ambas industrias comparten el compromiso con la excelencia y la dedicación constante para satisfacer a sus clientes.

#### UN ALMUERZO ESPECTACULAR EN MARQUÉS DE RISCAL

Tras una jornada llena de aprendizaje, inspiración y emoción, los asistentes tuvieron el placer de continuar intercambiando opiniones en un espectacular almuerzo que tuvo lugar en el Salón San Vicente de Marqués de Riscal.

Este momento de camaradería y networking destacó el espíritu unido y apasionado de la Asociación de Vending de Euskadi, que se ha convertido en un referente en la industria y en la organización de celebraciones emblemáticas.

La EVE, con su incansable esfuerzo, ha estado trabajando arduamente para elevar la imagen de la industria del vending, desafiando las percepciones obsoletas que algunos aún mantienen.

El evento, bajo el manifiesto de continuar el camino de la promoción de un relevo generacional tan necesario para aportar frescura y dinamismo al sector, demostró ese cambio notable en la industria, con una creciente participación de mujeres en un ámbito normalmente dominado por hombres.

Este progreso refleja la apertura y la adaptación de la industria a las realidades cambiantes y la diversidad de talentos que puede contribuir a un sector que debemos hacer entre todos.

Lo que más destacó en este almuerzo fue la sensación de que este evento era realmente por y para el sector. No era solo una actividad de la directiva de la asociación, sino una celebración de los socios y de todos los profesionales que se unieron a este día.

La EVE se ha convertido en un compañero de viaje indispensable para todos los que trabajan en el sector en el País Vasco. Su compromiso con dar voz a los profesionales y su disposición a navegar por las aguas bravas del mercado, en conjunto con sus socios, se han convertido a la EVE en un faro de inspiración. Han demostrado que cuando todos trabajan juntos en armonía, pueden superar cualquier desafío y alcanzar nuevos horizontes.

La XXI jornada de la EVE fue un evento lleno de momentos emotivos y aprendizaje, en el que se destacó el compromiso de la distribución automática con la alimentación saludable, la sostenibilidad, la optimización financiera y la innovación tecnológica.

Esta reunión no solo sirvió para unir a profesionales apasionados por el vending, sino también para demostrar que esta industria está lista para un futuro brillante y lleno de oportunidades.

# El Fórum Coffee Festival en imágenes: Una fiesta del café para el consumidor



**La Farga de l'Hospitalet, en Barcelona, se convirtió en el epicentro de la pasión por el café durante el emocionante Fórum Coffee Festival, que se celebró del 29 de septiembre al 1 de octubre de 2023.**



**Este evento no fue solo un evento del café; fue una verdadera celebración que reunió a todos los actores de la cadena de valor del café, desde los dedicados caficultores hasta los consumidores finales ávidos de su taza diaria de café. El Festival logró destacar la importancia de cada eslabón de esta cadena y ofreció un escenario perfecto para su protagonismo.**

## BRITA: ELEVANDO EL PAPEL DEL AGUA EN EL CAFÉ

Una de las figuras más destacadas en el Fórum Coffee Festival fue BRITA, la reconocida marca especializada en soluciones de filtración de agua. BRITA no solo participó como socio oficial de agua en el evento, sino que también fortaleció su relación con el Fórum del Café al ser su socio de filtración de agua durante mucho tiempo.

Además, respaldó campeonatos de baristas y se sumó a esta nueva iniciativa emocionante

para seguir promoviendo la importancia del agua en el mundo del café.

En el evento, los asistentes tuvieron la oportunidad de descubrir innovaciones como el portal iQ, que permite acceder a los datos del estado de los filtros de agua en tiempo real, vinculado al cabezal del filtro BRITA PURITY C iQ, que ofrece un control continuo de las propiedades del agua y reaccionan automáticamente a cualquier cambio en su calidad.

Estas innovaciones reflejan el compromiso de BRITA con la calidad del agua en la preparación del café.

Otra empresa que se unió al Fórum Coffee Festival con gran entusiasmo fue la empresa fabricante Rheavendors Apliven. Con su meta de brindar calidad y experiencias en cada taza de café, Rheavendors Apliven se convirtió en socio del Fórum Cultural del Café.

Esta colaboración les permitió expandir horizontes y conectarse a una red global de conocimientos, innovación y tendencias en el universo del café.

## UNA CELEBRACIÓN CAFÉ-CÉNTRICA

Entre las numerosas actividades programadas se destacaron catas de café de clase mundial, exhibiciones cautivadoras, concursos desafiantes que pusieron a prueba la destreza y creatividad de los baristas, así como una serie de simposios que exploraron las últimas tendencias y avances en la industria del café.

En una entrevista exclusiva con el presidente del Fórum Cultural del Café, David Tomás, en Hostelvending, se resaltó la importancia del consumidor en el mundo del café, y en concreto, en este festival.

El evento buscó fusionar la profesionalidad de los baristas con la experiencia del consumidor final, ofreciendo una variedad de métodos de extracción y tuestes para satisfacer los gustos de todos.



Además, los visitantes tuvieron la oportunidad de interactuar con caficultores que explicaron el origen del café a través de catas brasileñas, conectando al consumidor con la fuente de su bebida favorita.

El Fórum Coffee Festival fue una celebración de principio a fin, desde la finca hasta la taza, con el consumidor como ingrediente final en la mezcla de esta emocionante experiencia. Además de las actividades relacionadas con el café, el evento ofreció conciertos y actuaciones musicales, convirtiéndolo en una verdadera fiesta del café.

Por su parte, la compañía Quality Espresso, especializada en máquinas de café espresso profesionales, también se unió activamente a la celebración del Fórum Coffee Festival.

De hecho, uno de los puntos destacados del evento fue el patrocinio de Gaggis al Campeonato Barista Pro Fórum del Café, una competición que buscó coronar al mejor barista nacional. Esta actividad resaltó la importancia de la destreza y la pasión en la preparación de café.

En resumen, el Fórum Coffee Festival en La Farga de l'Hospitalet fue un evento excepcional que celebró la pasión y la diversidad del café en todas sus formas.

Desde la calidad del agua hasta la habilidad de los baristas y la conexión con los productores, este festival demostró que el café es mucho más que una bebida: es una experiencia que une a personas de todo el mundo. El evento dejó una huella duradera en la comunidad cafetera y promete seguir siendo un punto de encuentro para amantes del café en el futuro.



Ofrece el mejor  
**Sabor y  
calidad**



¡Descubre  
nuestra web!



**your  
best  
break  
.com**



**Sabes que en nuestros  
distribuidores puedes encontrar...**



**Los mejores cafés seleccionados,  
ecológicos y de comercio justo**