

hostelVending^v

Especial Ranking Operadores 2023 nº 140

OS DESEAMOS

Felices
Fiestas



Dr. coffee

**COFFEE MASTER PLUS
EVERYWHERE EXTRAORDINARY**

COFFEE MASTER ES LA SOLUCIÓN IDEAL PARA
CUALQUIER NEGOCIO QUE QUIERA OFRECER A SUS
CLIENTES, UNA EXPERIENCIA DE CAFÉ EXCEPCIONAL.

aev
www.aevending.com

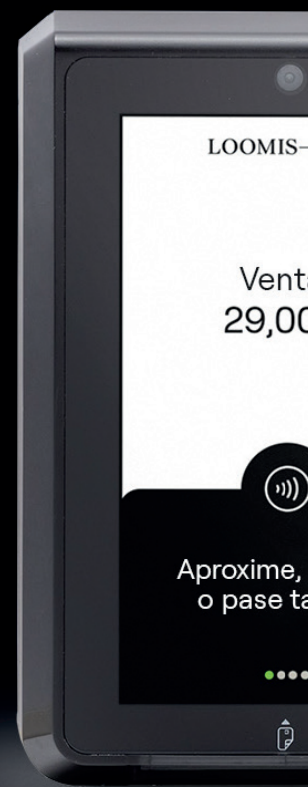
Agrupación Empresas Vending, S.L.

LOOMIS—PAY

Pay—Unattended

Redefiniendo la experiencia de pago sin asistencia para:

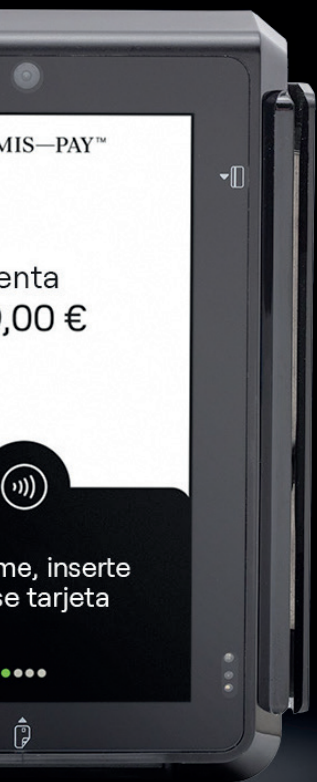
- Autoservicio
- Máquinas expendedoras
- Entradas
- Aparcamientos
- Estaciones de servicio
- Lavaderos de coches
- Quioscos
- Y más



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



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:



VISA

AM
EX

Google Pay



Apple Pay

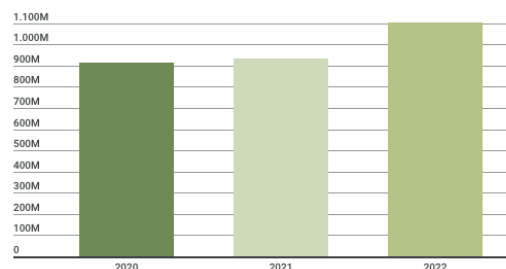


LOOMIS—PAY
loomispay.es



ESPECIAL FACTURACIÓN EMPRESAS OPERADORAS

40/ LOS DATOS DEL FACTURADO DE LOS 30 PRIMEROS OPERADORES DE ESPAÑA



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



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

ENTREVISTAS

6/ Josep Margalef, director General de IVS Ibérica.

CAFÉ

- 8/** Cuando dos generaciones se encuentran en un café: el éxito del Café Moutai en China
- 10/** Casi el 50% de los consumidores combinan su café con bebida vegetal: Las razones del cambio
- 12/** Café en España: Producción al alza, hábitos de consumo cambiantes y exportaciones en ascenso

EMPRESAS

- 14/** El Metro de Madrid escoge los servicios de vending de IVS Ibérica
- 20/** Azkoyen y Embeblue firman un acuerdo de colaboración hasta 2027

22/ La ruta oriental de Franke: Las superautomáticas suizas se abren paso en el mercado asiático

PRODUCTOS

- 28/** El futuro del café llega rodando: La primera estación de café autoconducida de Rhea
- 31/** Eficiencia energética y sostenibilidad a la vanguardia: Las novedades de Jofemar
- 35/** Las Soprano: Innovación y versatilidad made in Italy en la gama impulse
- 36/** Bebidas a la carta: Del indian chai al clásico cacao para conquistar al usuario final

ARTÍCULOS

- 26/** Restaurantes automatizados... ¿Una vuelta a los orígenes?
- 40/** Tendencias: Restauración automática de autor y obradores en los hoteles

Hostel Vending • nº 140 noviembre-diciembre

SUMARIO 140



@hostelvending



/hostelvending

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



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

80/ El auge de la restauración automatizada experiencial y 'premium' llega a HIP 2024

ASOCIACIONES

38/ Éxito rotundo en la 'Comida de Amigos del Vending' de la ACV

39/ Asamblea de Aneda; aprobación de las cuentas, debates sobre RRHH y planning de actividades de 2024

NOTICIAS

55/ Frente al 'peak coin', los pagos digitales continúan su revolución

59/ Por primera vez el OCS representa más de un tercio total en término de máquinas

61/ La megalicitación de Stellantis sacude el mercado de la distribución automática en Europa

69/ Entender el valor nutricional del café para

para propulsar un servicio premium.

FERIAS

71/ Un viaje alrededor del porvenir' de la distribución automática: Calendario de 2024

77/ Venditalia 2024 ya es récord de inscripciones

78/ Salón Gourmets 2024: Fortaleciendo la internacionalización de la industria española



JOSEP MARGALEF, DIRECTOR GENERAL DE IVS IBÉRICA

Servicio, compromiso e innovación. IVS marca su rumbo con la experiencia del consumidor



IVS IBÉRICA, UNO DE LOS OPERADORES LÍDERES EN DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA, NOS AVANZA SUS PROYECTOS CLAVE Y METAS AMBICIOSAS EN UNA ENTREVISTA EXCLUSIVA CON JOSEP MARGALEF, DIRECTOR GENERAL DE LA COMPAÑÍA. CON MÁS DE 35 AÑOS EN ESPAÑA, IVS IBÉRICA BUSCA CONSOLIDARSE COMO REFERENTE NACIONAL Y EXPANDIR SU PRESENCIA A TRAVÉS DE LA MARCA YOUR BEST BREAK, DESTACANDO SU RECIENTE ADJUDICACIÓN PARA OFRECER SERVICIOS DE DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA EN EL METRO DE MADRID COMO UN HITO SIGNIFICATIVO. CON UN ENFOQUE EN LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO, LA EMPRESA ESPERA NO SOLO MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR; TAMBIÉN AUMENTAR SU VISIBILIDAD Y RECONOCIMIENTO EN LA INDUSTRIA NACIONAL. EL DESAFÍO, SEGÚN MARGALEF, RADICA EN SUPERARSE A SÍ MISMOS Y OFRECER UNA PROPUESTA DE VALOR QUE DESTAQUE EN UN MERCADO COMPETITIVO Y EXIGENTE. LA VISIÓN DE IVS IBÉRICA PARA EL 2024 INCLUYE CONSOLIDARSE COMO LÍDER, INCREMENTAR LA FACTURACIÓN, FORTALECER EL EQUIPO Y EXPLORAR NUEVAS OPORTUNIDADES EN NUEVOS MERCADOS.

H: ¿Cuáles son los proyectos clave en los que IVS Ibérica está actualmente involucrado?, ¿Podríamos conocer detalles de algún proyecto innovador que estéis llevando a cabo actualmente?

J.M: Las propias licitaciones periódicas en las que participamos las consideramos más o menos clave en función de la zona, sector o recaudación prevista. Como líder europeo, trabajamos constantemente en proyectos que

deben mejorar la experiencia del consumidor, facilitar nuestra gestión o incrementar nuestra cuenta de resultados.

Estamos trabajando en implementar novedades en nuestra aplicación, en la sistemática de reposición de máquinas, en el desarrollo de optimización del control de gestión y especialmente en cómo mejorar la actividad y la satisfacción de nuestros equipos. Este último es clave en la actividad.

H: Hablando de proyectos innovadores, actualmente, IVS Ibérica ha sido la elegida para dar servicio de distribución automática (vending) al Metro de Madrid, un ambicioso proyecto que puede catapultar la presencia de la compañía en nuestro país. ¿Existen expectativas específicas en cuanto a la mejora de la visibilidad de la marca y el reconocimiento dentro de la industria del unattended?

J.M: La verdad es que Metro Madrid nos hace especialmente ilusión y hemos volcado en ello muchos recursos. Como otras capitales europeas, estamos contentos de que Madrid disponga del vending de una de las empresas referente.

“Confiamos en poder realizar un buen servicio y que los usuarios tengan en nuestros distribuidores automáticos una manera eficiente y de calidad para poder tomar un buen café o saborear un snack”.

Ello nos llevará a que el azul de IVS y nuestro YOUR BEST BREAK sea más reconocido en Madrid. Queríamos un empuje en la capital, y junto con Atocha cercanías y alguna posición más en breve, consolidamos nuestra presencia.

Nuestra CoffecApp, la aplicación que usamos en IVS Group, será perfectamente válida en nuestras máquinas; tanto para los consumidores propios de Metro como para todos los usuarios que disponen de máquinas IVS en sus puestos de trabajo.

“Y por descontado, todas las novedades de producto que nuestros proveedores quieran incorporar en las máquinas, tanto en bebidas como snack. Y acompañarlo todo de un buen café”.

En Metro Madrid, la compañía ha creado unos espacios similares a los realizados por la compañía en París, marcados por el dinamismo y la interacción. Los usuarios de Metro encontrarán pantallas táctiles en todas sus máquinas. Unas pantallas, implementadas en la mayoría de laterales de la estructura, que impulsan una interacción diferente entre consumidor y máquina; al mismo tiempo, alternan imágenes y vídeos de sus partners, y sugerirán diferentes productos.

H: ¿Consideras que esta instalación contribuirá significativamente al posicionamiento de la empresa en el segmento travel, abriendo la posibilidad de estar en más posiciones?

J.M: Sin duda, contribuye. Somos líderes en este segmento en otros países. Y en España, vamos a por ello. Esperemos que se abran nuevas oportunidades en este tipo de emplazamientos.

“La competencia aprieta y eso es bueno. Tenemos grandes competidores y un mercado exigente que debe saber valorar nuestra calidad”

H: ¿Cómo define IVS Ibérica su alcance de mercado actual?

J.M: IVS está en España desde hace más de 35 años. La compañía está perfectamente consolidada y nuestra valoración es positiva. Pero somos ambiciosos: Queremos incrementar nuestra presencia en todo el territorio. Hay algunas zonas de España en la que nuestra presencia podría ser más amplia y queremos sumar allí. Además de volcarnos en la captación de más clientes en nuestras zonas de referencia y seguir siendo competitivos en los concursos a los que nos presentemos.

“Queremos explorar nuevas oportunidades y nuevos mercados en los que por ahora nuestra presencia es residual”.

H: Hablemos ahora de tecnología e innovación. Sabemos que el vending se ha transformado hacia nuevas formas más inteligentes, vanguardistas y de calidad. Debido a ello surgen nuevas oportunidades de negocio vinculadas a las Smart fridges, coffee corners y micromarkets. ¿De qué manera está presente la compañía en esas innovaciones?

J.M: En todo. No somos ajenos a los retos actuales y de futuro, por lo que estamos trabajando en nuevas maneras de ofrecer nuestros productos. Ofrecemos a nuestros clientes todas las soluciones existentes y evolucionamos con ellos para adaptarnos a sus necesidades.

Pero tenemos varios aspectos claros. Debe primar la rentabilidad de las posiciones, por lo que nosotros instalaremos todo aquello que creamos que funcionará: en tipología, volumen y dimensiones de acuerdo con la realidad del cliente. Primará la calidad del producto, la frescura del producto que requiere temperatura o bien la frecuencia que algunas máquinas requieren.

“Por lo tanto, innovamos y nos adaptamos. Pero con la coherencia y la sensatez que el volumen de algunas inversiones requieren”.

H: ¿Cómo estáis utilizando la tecnología para mejorar vuestros servicios y productos?, ¿Hay iniciativas significativas en términos de digitalización dentro de la empresa?

J.M: Estamos en constante evolución. Tanto con la gestión del dato de consumo, para mejorar y acercarnos a nuestros usuarios; como también a nivel interno, mejorando nuestros

procesos.

H: Con todo el recorrido sobre innovaciones, mercados y proyectos, ¿cuál es la visión de IVS Ibérica para el año 2024?, ¿Hay metas o hitos específicos que la empresa espera alcanzar en los próximos años?

J.M: Tenemos buenas perspectivas, un equipo preparado y muchas ganas para conseguir nuestros objetivos. Unos objetivos que se basan en consolidarnos en el liderazgo en el sector, incrementar nuestro volumen de facturación, reforzar con talento nuestro equipo, aportar innovación y sumar más en el conjunto de la actividad de IVS Group.

“Nos espera un año entusiasmante. Nos sentimos fuertes y queremos demostrarlo”.

H: ¿Cuáles considera que son los mayores desafíos para IVS Ibérica en la actualidad?

J.M: Nuestro mayor desafío somos nosotros mismos: Convencernos de nuestros pasos y desarrollarnos todavía más y mejor como empresa de servicios.

“La competencia aprieta y eso es bueno. Tenemos grandes competidores y un mercado exigente que debe saber valorar nuestra calidad y propuesta de valor”.

Demos lo que el cliente necesita, atendámosle como espera y ganemos lo que tengamos que ganar por ello.

H: Y para finalizar: ¿Existen oportunidades clave que la empresa esté buscando aprovechar en los próximos años?

M.G: IVS, #yourbestbreak, bajo la premisa de que #somosvending, ha crecido sumando captación de nuevos clientes e incorporando operadores a su actividad. Existen oportunidades y sabremos aprovecharlas.



Cuando dos generaciones se encuentran en un **café**: el éxito del *Café Moutai* en **China**



China, una nación arraigada en la tradición del té, ha experimentado en las últimas dos décadas una creciente pasión por el café. Impulsada por una población urbana cada vez más joven y con un poder adquisitivo en constante aumento, esta tendencia ha encontrado también un aliado en la distribución automática.



En este contexto, ha surgido una bebida que está causando sensación: el café Moutai, una fusión audaz entre el café y el baijiu, el licor chino más exclusivo y apreciado. En este reportaje, exploraremos cómo el concepto premium del café Moutai, impulsado por la cooperación entre dos gigantes, Luckin Coffee y Moutai, está revolucionando el mercado y acercándose a la juventud china.

LA ASCENSIÓN DE LUCKIN COFFEE: COMPETIDOR DIRECTO DE STARBUCKS

Desde su aparición en 2017, Luckin Coffee ha logrado establecerse como la contraparte china de Starbucks. Inicialmente, su modelo de negocio se basaba en la compra de café a tra-

vés de una aplicación móvil y la recogida en mini puntos de distribución.

Sin embargo, con el tiempo, Luckin ha evolucionado y ampliado su presencia en el mercado, desafiando directamente a marcas como Starbucks, Costa Coffee y Pacific Coffee. Actualmente, cuenta con cerca de 11.000 establecimientos en toda China, superando los 6.500 de Starbucks en el país.

LA ATRACCIÓN DE MOUTAI

¿Por qué la adición de licor al café con leche ha causado sensación en un país que tradicionalmente consume té y rara vez café, y mucho

menos combinados con alcohol? La respuesta se encuentra en Moutai, un baijiu conocido por su exquisitez y precio elevado.

Esta bebida con más de 50 grados de alcohol ha sido un símbolo de prestigio y distinción durante décadas en China. Se ha brindado con él en eventos históricos, como cuando Mao Tse-tung celebraba, o cuando Zhou Enlai lo ofreció a Richard Nixon en los años 70.

UNA ALIANZA PERFECTA

La colaboración entre Luckin Coffee y Moutai ha resultado ser una combinación poderosa. Por un lado, Luckin Coffee se dirige principalmente a la juventud urbana china y se comercializa principalmente a través de una aplicación móvil, lo que facilita el acceso a la genera-



ción más joven.

Por otro lado, la inclusión del prestigioso Moutai en el café Moutai ofrece a los consumidores la oportunidad de probar este licor tradicional a un precio asequible. Jóvenes como Phoenix Yan, de 25 años, ven en esta alianza una oportunidad para experimentar el lujo que antes estaba reservado a las generaciones mayores.

La introducción del café Moutai en China representa un hito emocionante en la evolución de las tendencias de consumo en el país. La combinación de café premium con un licor de alta calidad ha creado un producto único que atrae tanto a la juventud urbana como a generaciones mayores.

El café con leche con alcohol Moutai de Luckin Coffee generó 13,7 millones de dólares en ventas el primer día.

Esta colaboración entre Luckin Coffee y Moutai no solo es un ejemplo de la importancia de las grandes alianzas en la industria, sino que también está contribuyendo a redefinir la cultura del café en una nación que ha sido durante mucho tiempo amante del té.

En este viaje, China está demostrando que puede tener un lugar destacado en el mundo del café premium.





Casi el 50% de los consumidores combinan su café con **bebida vegetal**: Las razones del cambio

4 DE CADA 10 CONSUMIDORES YA COMBINAN SU CAFÉ CON BEBIDA VEGETAL. ESTE CAMBIO EN LAS PREFERENCIAS NO SOLO HA REDEFINIDO EL RITUAL DEL CAFÉ, SINO QUE TAMBIÉN HA IMPULSADO UN MERCADO EN CRECIMIENTO QUE SUPERA LOS 350 MILLONES DE EUROS.

El café, esa fragante taza de energía mañanera, ha experimentado una notable transformación en los últimos años. El uso de bebidas vegetales en lugar de la leche tradicional se ha convertido en una práctica común para los amantes del café en España. Un estudio impulsado por YOSOY, la marca de bebidas vegetales, revela que 4 de cada 10 consumidores ya eligen una bebida vegetal para acompañar su café.

TEXTURA CREMOSA Y SABOR SUAVE: LAS RAZONES DETRÁS DEL CAMBIO

El estudio de YOSOY desglosa las razones detrás de esta tendencia en auge. Más del 55% de los consumidores optan por las

bebidas vegetales baristas para su café debido a su textura cremosa, mientras que el 41,7% lo atribuye a su sabor suave al combinarlo con el café.

Estas cifras subrayan la importancia de la experiencia organoléptica para los consumidores de café, ya que el 95% afirma notar la diferencia al utilizar bebidas vegetales baristas en lugar de las opciones tradicionales.

EL CRECIMIENTO IMPARABLE DE LAS BEBIDAS VEGETALES EN ESPAÑA

El mercado de bebidas vegetales en España no para de crecer. Actualmente, estas bebidas llegan al 40% de los hogares españoles; aproximadamente 7,2 millones de

hogares. Con un mercado que ya supera los 350 millones de euros, las bebidas vegetales han pasado a ser una elección popular.

EL CAMBIO HACIA LA SOSTENIBILIDAD Y LA SALUD

El aumento del consumo de bebidas vegetales con café no se debe únicamente al placer de sabor. Los consumidores se sienten atraídos por la sostenibilidad, el bienestar animal y la diversidad de sabores que estas opciones ofrecen.

A pesar de que el 77% de los encuestados no es consciente de que cambiar a bebida vegetal en su café matutino podría ahorrar 45.733 litros de agua al año, el 68% estaría dispuesto a hacer el cambio si conociera este dato.

Esta tendencia refleja la creciente conciencia de los consumidores sobre la importancia de sus elecciones alimentarias para el medio ambiente y su propia salud.

UN MUST PARA LAS MÁQUINAS AUTOMÁTICAS DE CAFÉ

Con estos datos encima de la mesa, el sector de la distribución automática ha de entender la importancia de incorporar estas opciones en las máquinas. La tecnología ya está ahí, permitiendo servir varios sabores, opciones sin contaminación cruzada y una emulsión de la leche igual que el que se pueda conseguir con la leche de origen animal.

Lo pudimos comprobar en los modelos de máquinas superautomáticas presentados por la compañía fabricante Franke, con gamas como las de Mytico, que bajo su apariencia tradicional, oculta un conjunto de características que revolucionan la preparación de café y leche.

Lo que más llama la atención es su capacidad para operar de manera totalmente automática, gracias a la incorporación de una nevera destinada a la leche fresca.

Esta nevera permite almacenar hasta dos tipos diferentes de leche; es decir, abre la ventana al mundo de las bebidas vegetales; de hecho, su sistema de PrecisionFoam Milk puede emulsionar cualquier tipo de leche, ofreciendo opciones tanto para bebidas vegetales como para las de origen animal.



BEBIDAS VEGETALES "BARISTAS"

Vinculado al consumo creciente de las opciones veganas está el lanzamiento de versiones baristas de las mismas. Ejemplo de ello es YOSOY Barista, una de las últimas innovaciones de YOSOY, es la bebida vegetal que ha conquistado los corazones de los amantes del café.

Elaborada con agua del Parque Natural del Montseny, avena de origen 100% europeo, aceite de nabina y sal marina, esta bebida no contiene aditivos, gluten ni azúcares añadidos. Sobre todo, no se corta al mezclarla con el café. El resultado es un café cremoso y espumoso.

Anna Rovira, directora de Marketing de YOSOY, destaca: "Observando el comporta-

miento del consumidor, desde YOSOY decidimos impulsar un estudio que identificara las razones que lo llevan a elegir bebidas vegetales en combinación con el café, así como las posibles limitaciones con las que se encuentra ya sea por precio o organolépticas. Como resultado, hemos podido comprobar que nuestra YOSOY Barista cumple con todos los requisitos para ser la bebida vegetal perfecta para complementar al café."

El café con bebida vegetal ha llegado para quedarse. Con un enfoque en la salud, la sostenibilidad y la experiencia del consumidor, esta tendencia se ha arraigado en la cultura cafetera española, transformando la manera en que disfrutamos de nuestro café matutino.

Café en España: Producción al alza, hábitos de consumo cambiantes y exportaciones en ascenso



Las exportaciones de café soluble han experimentado un impresionante crecimiento del 35% en valor y un 2,7% en volumen, totalizando 51.000 toneladas.

En el universo aromático del café, España destaca como un actor clave en la producción, consumo y exportación. Los datos recientes de la Asociación Española del Café (AECafé) revelan cifras sorprendentes sobre la dinámica del café en el país ibérico durante los años 2021 y 2022.

Desde la cantidad de toneladas producidas hasta los hábitos de consumo, España se posiciona como un verdadero amante del café.

España ha tostado y producido 210.000 toneladas de café tostado y soluble durante el período analizado.

Esto coloca al país en una posición destacada en el ámbito europeo, siendo el segundo mayor fabricante de café soluble, el tercer productor en café tostado descafeinado, y el cuarto en producción de café tostado con cafeína.

CONSUMO DOMÉSTICO VS OUT OF HOME

Los españoles, conocidos por su pasión por el café, consumieron en promedio 3,81 kg de café al año, lo que equivale a más de 500 tazas

anuales.

Respecto al tipo de consumo, el escenario muestra que de cada 100 tazas, 61 se disfrutaban en casa, mientras que las 39 restantes se saborean en bares y cafeterías.

Aunque el consumo en el hogar ha experimentado un leve descenso del 5,1%, el canal horeca ha experimentado un notable crecimiento del 14%, con 22 millones de tazas diarias y 67.000 toneladas.

Dentro del sector horeca, el 72% del café consumido proviene del tueste natural, un 24% de mezclas, un 2% de cápsulas y otro 2% de solubles. La cafeína sigue reinando con un impresionante 87% de preferencia entre los consumidores.

IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES

En cuanto a las importaciones de café verde, España importa 347.000 toneladas, siendo Vietnam y Brasil los principales proveedores que concentran el 53% en volumen y el 56% en valor.

Por otro lado, las importaciones de café tostado muestran una ligera disminución del 1,1% en volumen, mientras que las de café soluble crecen un 7,9% con 20.000 toneladas adi-

cionales.

En el ámbito de las exportaciones, España ha enviado 23.000 toneladas de café tostado, experimentando un crecimiento significativo del 14,5% en valor a pesar de una disminución del 8,4% en volumen.

Por otro lado, las exportaciones de café soluble han experimentado un impresionante crecimiento del 35% en valor y un 2,7% en volumen, totalizando 51.000 toneladas.

DESTINOS Y ORÍGENES

Los destinos principales para el café tostado son Portugal, Francia, Italia, Marruecos y Rusia. En cambio, el café soluble encuentra su camino hacia el Reino Unido, Turquía, Grecia, Polonia y Francia.

El café en España no solo es una bebida cotidiana, sino un componente crucial de su economía.

Con una producción sólida, un consumo diversificado y una presencia destacada en los mercados internacionales, el sector del café en España sigue desplegando su aroma y sabor, consolidándose como un actor relevante en la escena mundial del café.



Servicio de activos en punto de venta



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

www.seractive.com



El **Metro de Madrid** escoge los servicios de vending de **IVS Ibérica**

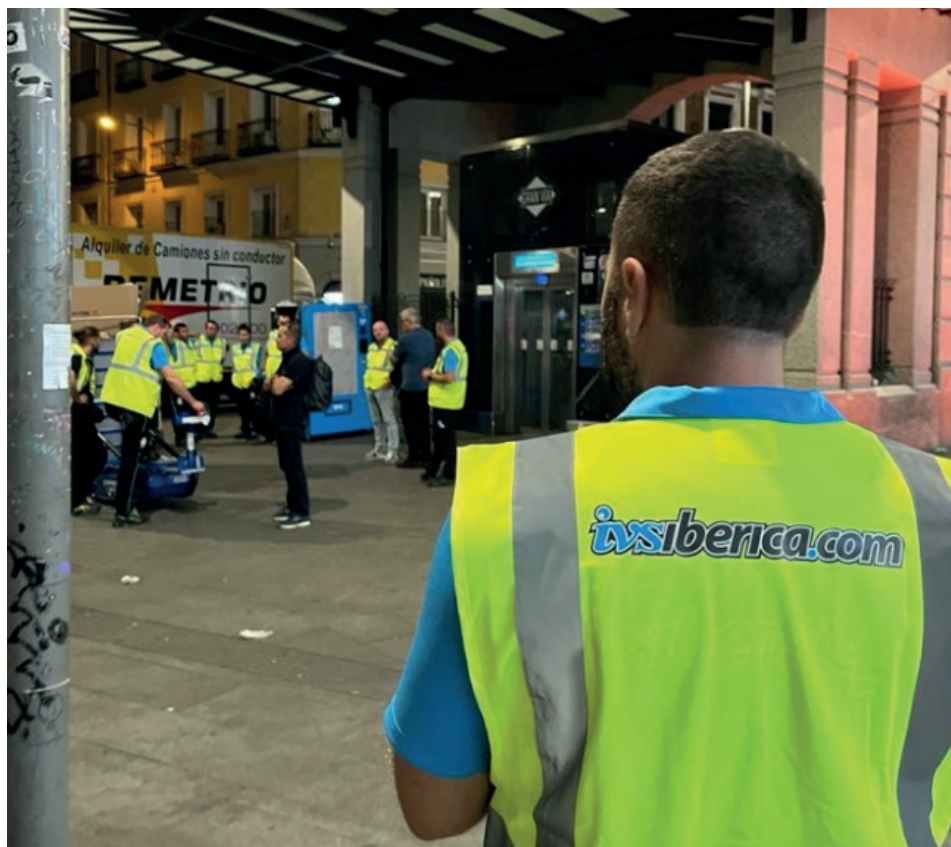
IVS Ibérica inicia la instalación de sus máquinas de vending en el Metro de Madrid, quien se prepara para ofrecer a sus 572 millones de pasajeros una experiencia de consumo cómoda, moderna y eficaz a través de la distribución automática.

La red de transporte metropolitano de Madrid, una de las más extensas de Europa, se renueva con la implementación de máquinas de vending de última generación de la compañía operadora, IVS Ibérica; escogida para dar servicio de distribución automática en 49 de sus principales estaciones.

UN TOTAL DE 180 DISTRIBUIDORES AUTOMÁTICOS PARA UN SERVICIO COMPLETO

El Metro de Madrid, la segunda red de transporte metropolitano más larga de Europa después de Londres, ha dado un paso audaz hacia el futuro al asociarse con IVS Ibérica para la instalación de 180 distribuidores automáticos de vanguardia en 49 de sus principales estaciones.

Este ambicioso proyecto está en marcha





durante todo octubre y se espera que eleve la experiencia de los 572 millones de pasajeros que utilizarán el servicio.

Las máquinas de vending que IVS Ibérica está desplegando en Metro de Madrid ofrecen una amplia variedad de productos, entre los que destacan bebidas calientes, frías y snacks. Los consumidores encontrarán en los distribuidores automáticos Your Best Break las principales marcas del mercado de la alimentación, lo que garantiza que siempre tendrán a su disposición productos de alta calidad.

Pero lo que realmente distingue a estas máquinas es su tecnología de vanguardia: Todas ellas están equipadas con telemetría, interfaces táctiles, monitores, promociones digitales y la opción de pago a través de la innovadora Coffee CApp.

No solo se trata de tecnología avanzada, sino que IVS Ibérica también está comprometida con la sostenibilidad, y eso se refleja en el

servicio: Las máquinas expendedoras distribuidas en las 49 estaciones están diseñadas para ser eficientes en el consumo de energía, utilizando materiales reciclables y procesos enfocados en la reducción de dióxido de carbono. Esto no solo beneficiará a los pasajeros; también contribuirá a la protección del medio ambiente.

572 MILLONES DE PASAJEROS EN 2022

El acuerdo nace en un contexto de cifras récord en la red de transportes: Las cifras de Metro de Madrid son impresionantes, y durante todo el 2022, 572 millones de personas utilizaron su servicio de transporte.

Estaciones icónicas como Sol y Moncloa mueven a más de 17 millones de pasajeros al año. Este nuevo servicio de vending de IVS Ibérica seguramente se convertirá en una parada obligada para todos estos viajeros.

Para el equipo de IVS Group e IVS Ibérica, este proyecto es un desafío emocionante y

una oportunidad para ofrecer el mejor servicio de distribución automática en el entorno del Metro de Madrid.

Como Grupo, cuentan con una amplia experiencia en la colaboración con redes de transporte público de importancia en toda Europa, incluyendo el metro de París, Milán, estaciones de ferrocarriles y aeropuertos internacionales.

Este nuevo capítulo en la evolución del Metro de Madrid promete una experiencia de viaje más placentera, conveniente y sostenible para sus pasajeros.

Con IVS Ibérica a la vanguardia de esta transformación, las estaciones de Metro se convertirán en mucho más que un punto de tránsito; serán destinos de calidad para satisfacer las necesidades de todos los viajeros.

Cambios en el ranking de operadores: **Delikia** estima cerrar 2023 con una facturación de **52 millones de euros**

En Hostelvending, nos complace anunciar que ya estamos preparando uno de nuestros reportajes más esperados: el ranking de facturación de las 30 principales compañías operadoras de distribución automática a nivel nacional. Este informe promete desvelar cambios significativos en las posiciones, alianzas y movimientos estratégicos dentro de la industria del unattended en España.

Además, examinaremos en detalle el comportamiento de consumo en las máquinas automáticas, desde las ubicaciones más populares hasta las preferencias en bebidas frías y calientes.

Analizaremos el volumen total de máquinas por segmentos, la facturación en nuestro país y su comparativa europea, y ofreceremos valiosas perspectivas de futuro.

EL CRECIMIENTO DE LA COMPAÑÍA GALLEGA

Este año, Delikia se destaca con un anuncio que está dando que hablar. La empresa prevé superar los 52 millones de euros de facturación, lo que representa un aumento del 15% con respecto al año pasado.

Estos números evidencian la positiva evolución y el éxito continuo que está experimentando Delikia durante los últimos dos años.

En palabras de Manuel Quelle, socio y director Comercial de Delikia, "2023 se ha convertido en el año de consolidación de la empresa y donde hemos superado con creces los resultados prepandemia. A lo largo de 2023, hemos acometido algunas de las instalaciones más importantes de los últimos años, consolidando nuestra posición en el mercado y reforzando nuestra presencia en empresas del IBEX. BBVA, Acerinox, Inditex, Mapfre, Grupo Meliá, Amadeus, Grupo Planeta, Generali, Amazon, Lidl y DHL son algunas de las empresas punteras e innovadoras de nuestro país que han decidido apostar por nuestra compañía para ofrecer en sus instalaciones nuestros productos."

Delikia opera actualmente 12.100 máquinas automáticas que ofrecen hasta 500 productos diferentes, incluyendo 200 de su propia marca



y 300 en rotación.

La empresa alcanza anualmente la cifra de 80 millones de unidades vendidas y presta servicio a más de 350.000 personas diariamente. Estos números hablan de la gran presencia de Delikia en el mercado y su capacidad para satisfacer las necesidades de un amplio público.

El 2023 trae consigo nuevas expansiones para Delikia. Además de las delegaciones recién inauguradas en 2022 en Tenerife, Illescas, Tarragona y Puertollano (Ciudad Real), se añade la de Elda (Alicante).

Esto eleva el total de centros de operaciones a 27, con los cuales Delikia se acerca a más de 1.450 clientes distribuidos por todo el territo-

rio nacional.

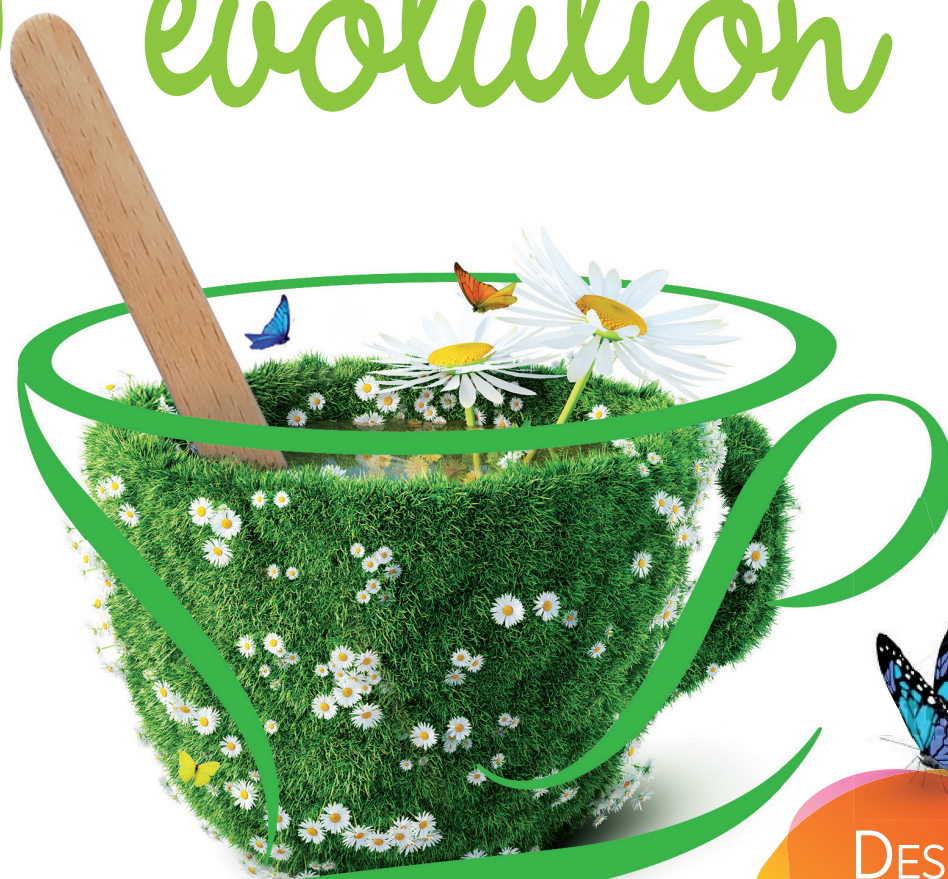
El objetivo es ofrecer un trato más cercano, inmediato y operativo en las áreas en las que la empresa está presente.

En el ámbito corporativo, cabe destacar el nombramiento de John Lawrie como nuevo director General de Delikia, sustituyendo a José Gainzarain, quien estuvo al frente de este cargo durante casi los últimos cuatro años.

Lawrie, con una amplia experiencia profesional, ha ocupado diferentes puestos de dirección general, operaciones y finanzas en empresas del sector de alimentación.

El sector del unattended en España se encuentra en constante evolución, y las principales empresas operadoras son un claro ejemplo de esta tendencia.

Green evolution



DESDE
1978

la paletina natural

en madera de abedul y haya



www.nisisrl.com - Tel. +39 031 480591





Meritxell Alegre: La Renovación Sostenible al frente de Cafés de Nestlé España

Nestlé España da la bienvenida a una figura destacada en el mundo de los cafés: Meritxell Alegre, una profesional con una dilatada experiencia en el negocio cafetero que, tras su paso por la matriz en Suiza, regresa a su país natal para liderar la dirección de Cafés de Nestlé. Este nombramiento marca un hito significativo en el compromiso de la compañía con la sostenibilidad y la innovación en la industria del café.

UN REGRESO TRIUNFAL A CASA

Meritxell Alegre, nacida en Barcelona, ha recorrido un apasionante camino dentro de Nestlé a lo largo de 23 años de servicio.

Comenzó en el departamento de marketing de Cafés y, a lo largo de su trayectoria, ocupó puestos de responsabilidad en áreas que abarcan desde el desarrollo comercial hasta la gestión de cuentas clave y la administración de marcas. Su éxito la llevó a ser nombrada Business Manager de NESCAFÉ Dolce Gusto en 2015.

En 2018, cruzó fronteras y se trasladó a Vevey, Suiza, como responsable de marketing de la prestigiosa marca NESCAFÉ Gold.

UN LIDERAZGO SOSTENIBLE A NIVEL EUROPEO

El capítulo más reciente de la carrera de Meritxell Alegre nos lleva al 2021, cuando asumió el liderazgo del área de Café Soluble para toda la

región de Europa. Durante su mandato, logró impulsar proyectos de sostenibilidad pioneros que no solo consolidaron el liderazgo de NESCAFÉ en el mercado, sino que también estableció un estándar para la industria.

Estos proyectos han sido fundamentales para el crecimiento sostenible y la responsabilidad medioambiental en el ámbito cafetero.

No solo se le atribuye el mérito de liderar iniciativas de sostenibilidad vanguardistas, sino que Meritxell Alegre también ha desempeñado un papel crucial en la construcción de un equipo de trabajo sólido.

Este equipo ha permitido una mayor eficiencia y la creación de sinergias entre los mercados europeos, lo que a su vez ha impulsado la competitividad de la marca y ha mantenido la relevancia local en cada uno de ellos.

UN COMPROMISO INQUEBRANTABLE CON LA SOSTENIBILIDAD

El regreso de Meritxell Alegre a España no solo es un acontecimiento importante para Nestlé, sino que también es una declaración de intenciones para la industria del café en su conjunto.

Alegre ha expresado su entusiasmo por liderar la dirección de Cafés en su país natal y se ha comprometido a continuar con el legado de excelencia de la marca.

Además, ha destacado la importancia de las iniciativas de sostenibilidad, como el programa NESCAFÉ Plan 2030, que se enfoca en la agri-

cultura regenerativa, la reducción de emisiones y la mejora de las condiciones de vida de los caficultores.

Estos esfuerzos son fundamentales para garantizar un futuro sostenible en la industria del café.

Meritxell Alegre toma el relevo de Silvia Escudé, quien ha estado al frente de la dirección de Cafés de Nestlé España durante más de una década. Escudé ha liderado exitosos lanzamientos y colaboraciones, como la alianza con Starbucks, NESCAFÉ Farmer's Origins y NESCAFÉ Black Roast. Este relevo marca un nuevo capítulo en la dirección de Cafés de Nestlé y demuestra el compromiso continuo de la compañía con el talento femenino en posiciones de liderazgo.

EL FUTURO DEL CAFÉ EN ESPAÑA

Con Meritxell Alegre como nueva directora de Cafés de Nestlé España, la compañía se embarca en una emocionante travesía hacia un futuro más sostenible, innovador y apasionante en el mundo del café.

Su vasta experiencia y su enfoque en la sostenibilidad son una prometedora señal de que los amantes del café pueden esperar no solo productos de alta calidad, sino también una visión responsable y comprometida con el medio ambiente en cada taza que disfruten.

Azkoyen y Embeblue firman un acuerdo de colaboración hasta 2027



Con esta alianza, la multinacional española complementará la capacidad innovadora de sus equipos de I+D+i de las divisiones de café y distribución automática, así como de medios de pago de Azkoyen.

En un paso significativo hacia el futuro de la innovación tecnológica, Azkoyen, fabricante de soluciones de distribución automática, y Embeblue, una destacada ingeniería electrónica con enfoque en Internet de las Cosas (IoT) y la Industria 4.0, han sellado una colaboración estratégica hasta 2027.

Este acuerdo, concebido en las oficinas centrales de Azkoyen en Tajonar, Navarra, tiene como objetivo principal impulsar la capacidad innovadora de las divisiones de café y vending, así como la de medios de pago de Azkoyen.

UN IMPULSO TECNOLÓGICO CON VISIÓN A LARGO PLAZO

El director general de Azkoyen, Juanje Alberdi, destaca la importancia de la innovación en el ADN de la compañía. "En Grupo Azkoyen, estamos comprometidos con la constante mejora de

nuestros productos y servicios. Este acuerdo con Embeblue refleja nuestra disposición a incorporar soluciones tecnológicas de confianza para elevar aún más nuestros estándares", comentó Alberdi durante la firma del acuerdo.

La colaboración con Embeblue permitirá a Azkoyen integrar soluciones tecnológicas de vanguardia, con un enfoque inicial en la introducción de una tecnología innovadora en Europa.

Además de mejorar la calidad y eficiencia de los productos, la iniciativa pretende reducir los costes de producción, impulsando así la competitividad de la empresa en los mercados globales en los que opera.

UNA ALIANZA ESTRATÉGICA PARA POTENCIAR LA INDUSTRIA NAVARRA

El acuerdo, que representa un paso adelante en términos de innovación para la compañía fabricante, también destaca la fortaleza y capacidad de innovación del sector industrial de Navarra, región en la que la distribución automática es un peso pesado.

La colaboración entre dos empresas de la comunidad foral demuestra cómo la sinergia

entre recursos puede generar beneficios mutuos y contribuir al desarrollo económico de la región.

Juanje Alberdi subraya la importancia de esta colaboración para dinamizar la industria local: "Este acuerdo está basado en la confianza mutua, en el conocimiento que proporciona la cercanía y en el compromiso de ambas empresas por contribuir a dinamizar la industria de nuestra tierra. Además, es una buena muestra para que otras empresas sigan este camino".

Embeblue, con más de 10 años de experiencia y una cartera de más de 180 proyectos para empresas líderes como Alstom, Acciona y Gestamp, se posiciona como pionera en la importación de tecnología innovadora en Europa.

Mikel Meoki, responsable de Desarrollo de Negocio de Embeblue, comenta la importancia de este acuerdo para aplicar la tecnología en el sector del café y distribución automática, así como en el de medios de pago, a través de desarrollos a medida.



AEV colabora con la Fundación Ave María brindando inclusión con cava solidario

En un gesto loable de responsabilidad social corporativa, la empresa de distribución automática AEV ha fortalecido su compromiso con la comunidad al colaborar estrechamente con la Fundació Ave María. Este año, la firma ha adquirido una selección especial de cavas para regalar a clientes, amigos y empleados, convirtiendo cada brindis en una oportunidad para apoyar a quienes más lo necesitan.

La iniciativa, concebida con el propósito de contribuir a acciones sociales en beneficio de personas con diversidad funcional, es un ejemplo inspirador de cómo las empresas pueden ser catalizadores de cambio positivo en la sociedad.

La totalidad de los ingresos generados por la venta de estos cavas se destinará a respaldar los nobles objetivos de la Fundación Ave María.

La Fundación Ave María, en catalán, Fundació Ave Maria, es una institución privada sin

ánimo de lucro reconocida por la Generalitat de Cataluña desde 1987, se ha dedicado incansablemente a proporcionar atención especializada a personas adultas con discapacidad intelectual. Su enfoque, basado en criterios rigurosos de calidad y sostenibilidad, ha permitido atender las crecientes necesidades de una comunidad que a menudo se encuentra marginada.

Actualmente, las actividades de la Fundación benefician a más de 800 personas, marcando una diferencia significativa en sus vidas y contribuyendo a la construcción de una sociedad más inclusiva.

Desde la detección de nuevas necesidades hasta la provisión de recursos esenciales, la Fundació Ave Maria ha demostrado un compromiso continuo con el bienestar y la integración de las personas con diversidad funcional.

El gesto solidario de AEV no solo representa una colaboración empresarial ejemplar, sino que también destaca el papel vital que las compa-

ñías pueden desempeñar en la promoción de la inclusión social.

Al elegir apoyar a la Fundació Ave Maria, AEV no solo ha brindado momentos de alegría a sus clientes, amigos y empleados, sino que también ha contribuido a construir un futuro más equitativo para aquellos que enfrentan desafíos únicos en su día a día.

Este acto de generosidad no solo ilustra la importancia de la distribución automática solidaria; también invita a otras empresas a seguir el ejemplo de AEV. En un mundo donde la responsabilidad social empresarial se ha convertido en una prioridad, acciones como esta demuestran que la colaboración entre el sector privado y las organizaciones sin ánimo de lucro puede ser una fuerza positiva y transformadora para la sociedad.



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

Portal iQ

Acceso a datos
del estado de
los filtros en
tiempo real



Agua optimizada

Máquina siempre protegida



Taza de calidad constante



La ruta oriental de **Franke**: Las **superautomáticas** suizas se abren paso en el **mercado asiático**

El viaje apasionante de Franke, la renombrada compañía suiza dedicada a la fabricación de soluciones automatizadas para la preparación de bebidas, ha llevado a su joya tecnológica, Mytico, a deslumbrar en Corea del Sur, un país que ha caído rendido ante el aroma y el sabor del café de calidad.

La travesía asiática de Franke tomó un giro emocionante en la Taiwan International Coffee Show (TICS), donde los asistentes fueron testigos de los vibrantes debates en torno a Mytico, la innovadora solución de café de la compañía. El embajador de la marca, el experto Wojciech Tysler, no solo participó en estos diálogos sino que también inspiró a los visitantes con sus vastos conocimientos y apasionadas opiniones sobre el café.

Antes de regresar a Corea del Sur, Franke ya dejó su huella en la 22ª edición de la Seoul Int'l Cafe Show 2023 en el icónico Centro de Exposiciones y Convenciones de Seúl (COEX). Durante el evento, que se extendió del 8 al 11 de noviembre, el stand D241 de Franke en el COEX se convirtió en un punto de encuentro para amantes del café, baristas, empresarios y entusiastas de la tecnología por igual.

La elección estratégica de Franke de participar en esta feria es particularmente significativa

dado el auge de la cultura del café en Seúl.

La ciudad, sumida en la actualidad vibrante, se ha convertido en un destino de referencia para los consumidores atraídos por la rica cultura coreana y la efervescente escena de cafeterías. Franke, con sus innovadoras soluciones de café, ha contribuido a esta revolución de sabores y experiencias en la ciudad.

Al igual que en el resto de eventos, Wojciech Tysler, embajador de la marca, fue el punto culminante en el Seoul Int'l Cafe Show, presentando Mytico en demostraciones interactivas que deslumbraron a la audiencia.

Y, por supuesto, deleitó a los presentes con exquisitas bebidas de café preparadas con la magia de las diferentes superautomáticas del grupo.

¿Qué mejor manera de hablar de oportunidades de negocio que disfrutando de una taza de café exquisitamente preparado? Franke ha demostrado una vez más que la innovación y el placer pueden ir de la mano, ofreciendo a los consumidores una experiencia única en cada sorbo.

Así, la gira asiática de Franke está dejando una huella imborrable en la escena del café en Corea del Sur, llevando consigo la promesa de una nueva era de preparación de café automatizada y de alta calidad. Mytico no solo es una

máquina; es la culminación de la pasión por el café, la tecnología de vanguardia y la flexibilidad de formatos y opciones.





Evoca se suma al Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Evoca, una de las compañías fabricantes de máquinas de café profesionales más destacadas a nivel mundial, anuncia su adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la iniciativa de sostenibilidad corporativa más grande del mundo, que engloba a más de 18.000 empresas y 3.800 participantes no profesionales en más de 160 países.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es una plataforma de liderazgo voluntario que anima a las empresas a desarrollar, implementar y divulgar prácticas comerciales responsables, alineando sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en las áreas de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción.

Giusi Bonini, directora de Sostenibilidad del Grupo Evoca, explica: “La participación en la iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas es un paso más en la evolución de la estrategia de sostenibilidad de Evoca y se alinea con la dedicación de la Compañía para apoyar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas (ONU). Como grupo, Evoca se compromete a promover un entorno de trabajo saludable, sostenible e inclusivo y a desempeñar un papel positivo y contribuir a un futuro brillante”.

Por su parte, Evoca Group cuenta con una gama completa de productos para el out of home, cuya oferta alcanza tres segmentos: máquinas de café dedicadas al sector horeca, máquinas automáticas más compactas para el OCS y máquinas automáticas (expendedoras) de café, snacks y bebidas frías.

Para este despliegue, el grupo aporta firmas como Gaggia Milano (horeca), Saeco (OCS) y Necta (distribución automática), a las que se suman otras marcas como Wittenborg, Cafecton, Visacrem, Futurmat, Ducale, Macas y Newis, que operan en áreas geográficas específicas mediante gamas de productos dedicadas para brindar toda una experiencia al consumidor.

Las características comunes de todas las marcas del Grupo son el enfoque en el café, las tecnologías avanzadas y la digitalización respaldadas por importantes inversiones en investigación y desarrollo.

Todo ello, en beneficio de una rica propuesta de valor puesta a disposición por una plataforma de distribución articulada y una importante red de servicio posventa. En concreto, el Grupo cuenta con 6 centros de I+D y ha registrado más de 700 patentes.

El crecimiento *non stop* de **IVS Group**: A punto de alcanzar los **1.000 millones de desembolsos**



IVS Group continúa reforzando su posición líder en la industria de la distribución automática con unos resultados de negocio marcados por el crecimiento, la diversificación y la eficiencia operativa. En términos de ingresos consolidados, la empresa reportó un total de 538,6 millones de euros, anotando un notorio aumento del 49,7%.

El Consejo de Administración de IVS Group se ha reunido recientemente para revisar y aprobar el informe provisional correspondiente al período de nueve meses finalizado el 30 de septiembre de 2023.

Los resultados presentados revelan un crecimiento continuo de los ingresos consolidados, destacando la sólida dirección estratégica liderada por Paolo Covre.

Siendo una de las empresas líderes en el sector de la distribución automática, IVS Group S.A., está en camino de alcanzar un ambicioso hito: la marca de los 1.000 millones de desembolsos a finales de 2023.

Una proyección que hemos podido ir comprobando en los diferentes resultados y cuentas que el grupo va publicando periódicamente.

CRECIMIENTO SOSTENIDO DE INGRESOS CONSOLIDADOS

La cifra de negocios consolidados alcanzó los 538,6 millones de euros, registrando un sor-

prendente aumento del 49,7% en comparación con el mismo período del año anterior.

Este crecimiento se atribuye, en parte, a la integración de nuevas actividades a través de la combinación de negocios con Liomatic, GeSA y Vendomat, reflejando la expansión exitosa del grupo en diversos segmentos del mercado.

SEGMENTOS OPERATIVOS: DIVERSIFICACIÓN Y LIDERAZGO EN MERCADOS CLAVE

La diversificación de las actividades del grupo se traduce en un rendimiento positivo en varios segmentos operativos. El negocio de vending, que abarca Italia, Francia, España y otros países, experimentó un impresionante aumento del 33,2%, alcanzando los 364,7 millones de euros.

Además, las actividades de venta y horeca han surgido como sectores clave, contribuyendo con 99,5 millones de euros y 16,3 millones de euros, respectivamente.

El éxito en la división de monedas, con un aumento del 45,6%, refleja la adquisición del Grupo N-And y el sólido desempeño de la aplicación de pago CoffeecApp®, que cuenta con más de 1,5 millones de usuarios registrados.

RENTABILIDAD Y EFICIENCIA OPERATIVA

El EBITDA de 78,6 millones de euros, un 27,3% más que en septiembre de 2022, demuestra la eficiencia operativa del grupo. El EBITDA ajustado consolidado, que alcanzó los 81,4 millones de euros, representa un aumento significativo del 30,2%.

A pesar de los desafíos específicos en nuevas geografías como Alemania y la debilidad del volumen de consumo en septiembre, la empresa ha demostrado su capacidad para mantener un sólido rendimiento operativo.

FLUJO DE CAJA Y PERSPECTIVAS FUTURAS

Durante los primeros nueve meses de 2023, IVS Group generó un fuerte flujo de caja operativa de 62,0 millones de euros, marcando un notable incremento en comparación con el mismo período del año anterior. El grupo también ha demostrado su compromiso con la eficiencia financiera mediante el continuo aumento de los precios de venta, una política que planea mantener a largo plazo.

En términos de inversiones, se realizaron pagos por inversiones fijas netas y adquisiciones, reflejando la dedicación de la compañía operadora al crecimiento sostenible.

PREVISIONES PARA EL EJERCICIO 2023

A pesar de los desafíos económicos, IVS Group anticipa una sólida recuperación de los volúmenes de ventas. La empresa ha asegurado contratos significativos con grandes grupos internacionales del sector automotriz y en ubicaciones estratégicas en el sector del transporte, lo que respalda su proyección de superar el importante umbral de mil millones de entregas a finales de 2023.

La alta inflación y su impacto en el consumo se abordan mediante una estrategia de asignación eficiente de recursos y la búsqueda continua de ahorros identificables. Con estos enfoques, IVS Group está posicionada para continuar liderando en sus principales mercados y negocios, cumpliendo con las expectativas de la integración iniciada en julio de 2022 y consolidando su posición como líder en la industria de la distribución automática.



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

Restaurantes automatizados... ¿Una vuelta a los **orígenes**?

La falta de personal en el sector hostelero ha sido un tema recurrente en los últimos tiempos, llevando a la reflexión sobre proyectos tecnológicos que buscan automatizar bares y restaurantes para reducir la dependencia de trabajadores tras la barra. Aunque esta idea suena innovadora, vale la pena recordar que los bares automáticos ya tuvieron su auge en la primera mitad del siglo XX, como lo revela un reciente documental que explora la historia de estos establecimientos en España.

En 1932, el Bar Automático abrió sus puertas en la Rambla de Canalejas, marcando el inicio de este fenómeno en España. Durante esa década, ciudades como Madrid también vieron la popularidad de locales como el Toki Ona y el Tanger, con un diseño moderno y mostradores llenos de pequeños casilleros de cristal que permitían a los clientes recoger su propia comida tras insertar una moneda.

La génesis de los restaurantes automáticos se encuentra en Alemania, pero fue en Estados Unidos donde florecieron, destacando la cadena Horn & Hardart, que llegó a tener más de 150 restaurantes por todo el país y servir a 800,000 clientes al día durante las décadas de 1920 a 1950.

El documental "The Automat," conducido por Mel Brooks, arroja luz sobre la importancia cultural e histórica de estos locales, que cerraron su último establecimiento en 1991.

La clave del éxito de los automáticos en su época dorada radicaba en la comida asequible, sencilla y de calidad.

En 2002, el libro "The Automat: The History, Recipes, and Allure of Horn & Hardart's Masterpiece" recopilaba recetas populares, destacando pasteles salados, tartas, espinacas con crema y judías. Además, el café de calidad era una pieza clave del negocio.



¿NOS DIRIGIMOS HACIA UN FUTURO AUTOMÁTICO EN LA RESTAURACIÓN?

Aunque los automatismos actuales siguen involucrando a la presencia humana, la colaboración con máquinas automatizadas busca hacer más eficiente el trabajo.

Desde que un cliente realiza un pedido, la espera máxima para recibir los alimentos es de cuatro minutos, un valor que, según los expertos, es crucial en un mundo donde el tiempo se ha vuelto un factor determinante.

La restauración automatizada plantea una vuelta a los orígenes, recordando una época en la que estos establecimientos eran símbolos de modernidad.

La combinación de la nostalgia por el pasado y la necesidad actual de eficiencia podría impulsar una nueva ola de bares y restauran-

tes automatizados, reinventando la forma en que experimentamos la gastronomía.

HIP 2024, LA NUEVA MECA DE LA RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA: Si estás interesado en participar o visitar el evento, escríbenos a info@hipala.es para obtener mayor información.

EL POTENCIAL DE LA RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA EN LA ÉPOCA ACTUAL

En un mundo donde la eficiencia y la rapidez son imperativos, la restauración automática emerge como una opción con un potencial significativo para transformar la industria gastronómica.

Más allá de ser simplemente una reminis

cencia de la época dorada de los bares automáticos, la restauración automática se presenta como una respuesta contemporánea a desafíos específicos que enfrenta el sector.

🌐 Solución a la escasez de personal:

La escasez de personal en la industria hostelera es una realidad persistente. La restauración automática se posiciona como una alternativa que no solo mitiga este problema, sino que también ofrece eficiencia y consistencia en la prestación de servicios.

Al integrar sistemas automatizados en la cadena de producción, se reduce la dependencia de mano de obra, permitiendo a los negocios adaptarse a fluctuaciones en la demanda sin comprometer la calidad del servicio.

🌐 Velocidad y eficiencia:

Vivimos en una era en la que el tiempo es un recurso valioso. Los consumidores actuales buscan experiencias rápidas y eficientes, y la restauración automática ofrece precisamente eso. La capacidad de recibir alimentos en tan solo unos minutos desde que se realiza el pedido se alinea perfectamente con las expectativas contemporáneas. La integración de tecnologías avanzadas, como sistemas de pedidos automáticos y cocinas robotizadas, garantiza una velocidad sin precedentes en la entrega de alimentos.

🌐 Adaptación a estilos de vida actuales:

La restauración automática no solo se trata de eficiencia operativa, sino también de adaptación a los estilos de vida modernos. En un mundo donde la movilidad es clave, la capacidad de acceder a alimentos de calidad sin sacrificar tiempo se convierte en un factor determinante.

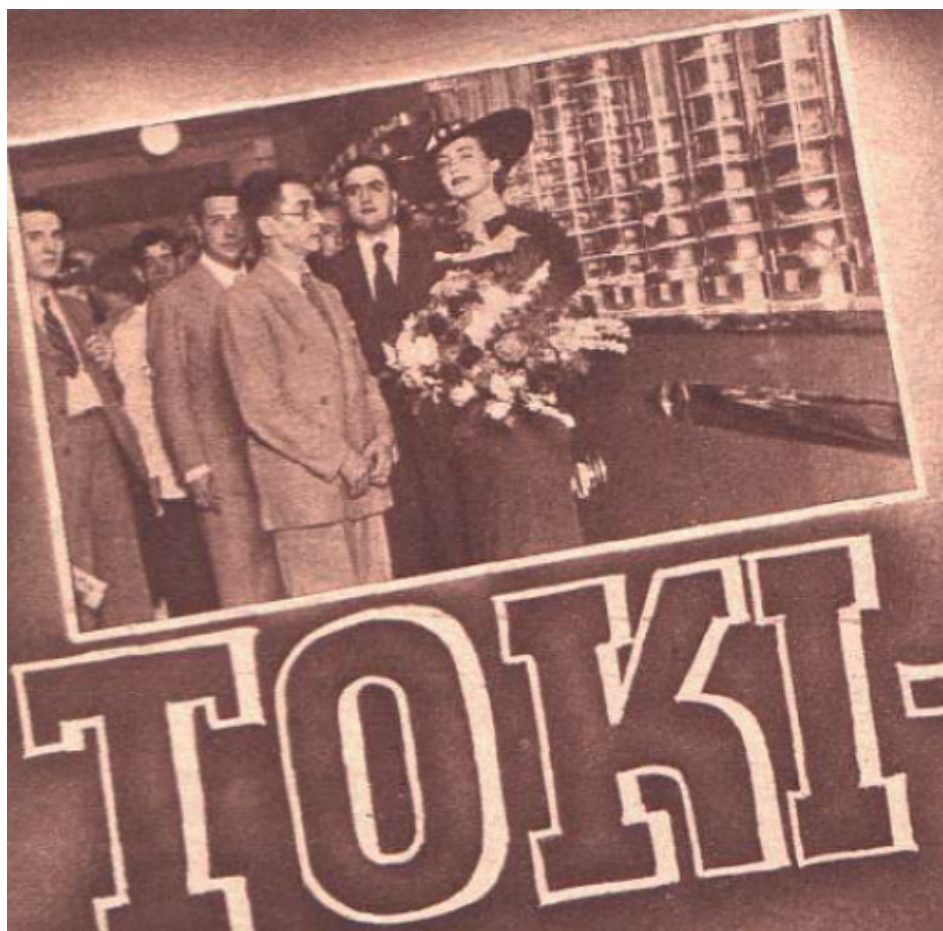
La automatización permite la implementación de modelos de negocio que se ajustan a la demanda de consumidores ocupados y siempre en movimiento.

🌐 Personalización y experiencia del cliente:

Contrario a la percepción de la automatización como fría o impersonal, las tecnologías actuales permiten una personalización sin precedentes.

La restauración automática puede ajustarse a preferencias individuales, recordar historiales de pedidos y ofrecer recomendaciones personalizadas.

Esto no solo mejora la experiencia del cliente,



te, sino que también crea una conexión más profunda entre el consumidor y la marca.

🌐 Innovación en el menú y calidad del producto:

La restauración automática no se trata solo de rapidez, sino también de innovación en el menú y calidad del producto. La integración de tecnologías avanzadas en la preparación de alimentos permite explorar nuevas recetas, técnicas y presentaciones. Esto puede abrir la puerta a una oferta gastronómica más

diversa y atractiva, elevando el estándar de la experiencia culinaria automatizada.

Con esto presente, la restauración automática no es simplemente una vuelta a los orígenes, sino una evolución estratégica y moderna para abordar los desafíos contemporáneos.

Al aprovechar la tecnología de manera inteligente, este enfoque promete no solo satisfacer las demandas del presente, sino también allanar el camino hacia el futuro de la industria gastronómica.

El futuro del café llega rodando: La primera estación de café autoconducida de **Rhea**



En lugar de que los clientes tengan que desplazarse a una cafetería o una máquina expendedora, este innovador vehículo lleva el café a los consumidores. Equipado con una máquina de café Rhea BL Doppio & Cup, los usuarios pueden pedir su café favorito con un solo clic en una aplicación móvil. Se trata del primer prototipo de tienda móvil del mundo que gestiona una cafetería de calidad en un vehículo sin conductor.

Revolucionar la experiencia del café: este es el objetivo de Barista On-Demand, la primera estación de café móvil desarrollada por Rhea Vendors Group y Neolix, que integra máquinas de café automáticas en un vehículo de conducción autónoma.

Un auténtico “barista”, disponible 24/7, listo para servir un café de calidad a la carta: con un simple clic desde la aplicación móvil, los consumidores pueden pedir un café y recibirlo donde quieran, en casa, en el parque o en la oficina.

Un proyecto de innovación que lleva al mundo la excelencia del Made in Italy y allana el camino a nuevos y extraordinarios desarrollos en el campo del vending aplicado a la conducción autónoma.

Barista On-Demand realiza la rica tradición del café italiano, poniendo a las personas en el centro de una experiencia inclusiva, innovadora y sostenible. Este emocionante proyecto repre-

senta una unión perfecta entre el café italiano y la tecnología de vanguardia, brindando a los amantes del café una forma completamente nueva de disfrutar de su bebida favorita.

La asociación con Neolix Technologies, una empresa china pionera en el campo de los vehículos autónomos, se basa en la colaboración de ambas compañías por un futuro más automatizado y sostenible. Barista On-Demand no solo ofrece una experiencia de café de primer nivel, sino que también funciona con fuentes de energía renovable, reafirmando el compromiso de Rhea con soluciones de hostelería innovadoras y sostenibles.

En palabras de YU Enyuan, fundador y CEO de Neolix Technologies: “En un mundo en rápida transformación, vemos que el ritmo de las rutinas diarias se acelera a una velocidad sin precedentes, lo que exige soluciones que satisfagan la demanda inmediata. Este proyecto responde Precisamente a este cambio y ofrece una nueva perspectiva de la movilidad inteligente en el nuevo comercio minorista. Ya no son las personas las que se desplazan para llegar a las máquinas expendedoras de café, sino las cafeterías las que, gracias a la tecnología, llegan a los consumidores. Estamos a la vanguardia de las soluciones de movilidad global y nuestro objetivo no es solo mejorar la movilidad, sino también mejorar las industrias tradicionales, garantizando, por ejemplo, que los amantes del café reciban una experiencia satisfactoria sobre la marcha.”

El CEO de Rhea Vendors Group, Andrea Pozzolini, añade: “Con Barista On-Demand abri-

mos el camino a nuevas perspectivas de consumo. Este proyecto es el resultado emblemático de la cooperación empresarial entre Italia y China hacia la innovación y una nueva forma de experimentar la hostelería. Hemos combinado el diseño italiano y nuestros 60 años de experiencia en el sector del café, con el potencial innovador de Neolix, para ofrecer una experiencia cafetera de primera clase que mira a las ciudades del futuro.”

La presentación del primer prototipo del Barista On-Demand tuvo lugar en la CIIE, China International Import Expo, la principal feria de comercio internacional con China, que se inauguró el 5 de noviembre en Shanghai. Este innovador vehículo autónomo promete cambiar la forma en que las personas disfrutan del café y marca un emocionante paso adelante en la convergencia de la tradición italiana del café y la tecnología de vanguardia en China.

Rhea Vendors Group, que fue fundado en 1960, es uno de los principales productores de máquinas expendedoras personalizadas en todo el mundo. Por su parte, Neolix, con sede en Beijing, se destaca como uno de los principales fabricantes de vehículos autónomos del mundo especializados en la entrega automatizada. Han colaborado con empresas de renombre como JD y FedEx, desplegando más de 1.000 vehículos en más de 12 países.

Chocolovetería, el nuevo concepto de Nestlé para conquistar la demanda de bebidas de especialidad



Una de las presentaciones más destacadas de Nestlé Professional en Iberhoreca 2023 fue su colaboración con Starbucks. Este audaz modelo “We Proudly Served” ofrece a las cafeterías en hoteles la oportunidad de incorporar la prestigiosa marca internacional Starbucks a su oferta.

El evento anual de Iberhoreca, que tuvo lugar en las espléndidas instalaciones del Grand Palladium Palace Ibiza, fue una ocasión excepcional para que la industria hotelera y sus proveedores se reunieran, compartieran ideas y exploraran las últimas tendencias en el mundo de la hostelería.

En esta edición, Nestlé Professional dejó su huella una vez más, presentando sus últimas innovaciones y escuchando atentamente las necesidades del sector. Así, exploramos las novedades que Nestlé Professional trajo al

evento y cómo están revolucionando el mercado.

EVOLUCIONANDO CON UNA ESCUCHA ACTIVA AL USUARIO FINAL

Para Nestlé Professional, Iberhoreca representa más que un evento anual; es una oportunidad para escuchar activamente a la industria y proporcionar respuestas a sus necesidades en constante evolución.

Este compromiso con la mejora continua ha llevado a la compañía a presentar tres emocionantes modelos de negocio que están destinados a cambiar la forma en que los hoteles y restaurantes atienden a sus clientes.

MODELO “WE PROUDLY SERVED” DE STARBUCKS

Una de las presentaciones más destacadas de

la compañía en Iberhoreca 2023 fue su colaboración con Starbucks. Bajo el concepto de “We Proudly Served”, ofrece a las cafeterías en hoteles la oportunidad de incorporar la marca internacional Starbucks a su oferta.

La noticia no pasó desapercibida en el evento, y las expectativas son altas para futuras implementaciones de esta exitosa unión. Los amantes del café pronto podrán disfrutar de la calidad y el sabor distintivos de Starbucks en los entornos de hospitalidad.

SOLUCIÓN EN BEBIDAS DE ESPECIALIDAD: CHOCOLOVETERÍA DE NESTLÉ

El deseo de ofrecer experiencias únicas a los huéspedes ha llevado a Nestlé Professional a presentar la “CHOCOLOVETERÍA DE NESTLÉ”.

En respuesta a la creciente demanda de bebidas de especialidades en el sector, esta

solución promete endulzar las estancias de los huéspedes en los buffets y otros puntos de consumo de los hoteles. Con una amplia gama de opciones de bebidas de chocolate y otros sabores, esta propuesta se convierte en un elemento esencial para satisfacer los gustos variados de los visitantes.

EL PROTAGONISMO DEL RECETARIO DE BEBIDAS FRÍAS

El cambio estacional y el aumento de las temperaturas han inspirado a Nestlé Professional a desarrollar una solución de bebidas frías. Esta innovación permite a los hoteles ofrecer té, café o chocolate frío en una sola solución, adaptándose perfectamente a las necesidades de un entorno cálido a través de las máquinas automáticas.

Con la versatilidad de opciones refrescantes, los negocios de hostelería pueden mantener a los clientes satisfechos independientemente de la temporada.



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

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

PIDE INFORMACIÓN

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

CON RESPETO HASTA LA TAZA

NESCAFÉ

Para los amantes del café.



Eficiencia energética y sostenibilidad a la vanguardia: Las novedades de Jofemar

Una de las diferencias más notables con respecto a las máquinas ESPLUS V8 es que las ESPLUS TM no requieren un módulo de control adicional, como el Taos 21, para llevar a cabo el registro de los procesos de entrega de productos. Esto simplifica y agiliza la operación, permitiendo un control total de la máquina.

En la constante búsqueda de la innovación y la mejora de sus productos, Jofemar, la destacada compañía española fabricante de soluciones automatizadas con alcance internacional, ha lanzado al mercado sus nuevas máquinas ESPLUS TM, un avance tecnológico que está marcando la experiencia en la industria de la distribución automática. Estas máquinas se presentan en dos modelos principales: ESPLUS TM BASIC y ESPLUS TM TOUCH, disponibles ambas tanto en versión refrigerada como ambiente.

REVOLUCIONANDO LA AUTOMATIZACIÓN

La familia ESPLUS TM de Jofemar ha sido diseñada para satisfacer las necesidades de un mercado en constante evolución. Estas máquinas incorporan un módulo TM que se integra directamente en la máquina, lo que permite reducir significativamente su tamaño, sin com-

prometer la calidad y eficiencia que caracteriza a la marca.

DIFERENCIAS CON EL MODELO ESPLUS V8

Una de las diferencias más notables con respecto a las máquinas ESPLUS V8 es que las ESPLUS TM no requieren un módulo de control adicional, como el Taos 21, para llevar a cabo el registro de los procesos de entrega de productos.

Además, la versión ESPLUS TM TOUCH incluye una pantalla táctil que facilita la gestión del proceso de dispensación de productos, brindando a los usuarios una experiencia más interactiva y amigable.

INNOVACIÓN MEDIOAMBIENTAL: EL GAS R290

Jofemar no solo destaca por su compromiso con la innovación; también con el medio ambiente. Ejemplo de ello lo vemos en las máquinas ESPLUS TM, que incorporan el refrigerante R290 en lugar del R-513A, lo que se traduce en una notable mejora del 35% en la eficiencia energética.

Esta elección demuestra la responsabilidad ambiental de la compañía y su contribución a la sostenibilidad.

Las certificaciones medioambientales y de calidad, como NAMA, UL, ETL y NSF, validan los altos estándares de Jofemar en cuanto a calidad y sostenibilidad.

VENTAJAS DE LAS ESPLUSTM

Todas estas mejoras se traducen en una serie de beneficios para el negocio del unattended, entre los que podríamos destacar cinco aspectos clave tanto para el usuario final como para el dueño del parque de máquinas, como el control del negocio: Gracias a la eliminación del módulo de control externo, estas máquinas ofrecen un control total de los procesos de venta y dispensación de productos.

Por otro lado, la integración de múltiples opciones de pago: Un aspecto crucial en la distribución automática es el momento del pago, algo que desde la compañía fabricante tienen presente. Así, las máquinas ESPLUS TM están equipadas con múltiples opciones de pago, lo que hace que sean adecuadas para una amplia variedad de sectores y productos.

Otro punto es la adaptabilidad: Al igual que otros productos de Jofemar, las ESPLUS TM pueden adaptarse a una amplia gama de productos; desde snacks hasta productos más específicos -y más delicados- como, por ejemplo, pintauñas o botellas de vino.

Lavazza revoluciona el **café premium** en **España** con *La Reserva de iTierra! Cuba*



Este café, proveniente de la isla de Cuba, es el último integrante de la gama La Reserva de iTierra! y será distribuido exclusivamente en España por Espressa Coffee & More, socio de Lavazza para los sectores de la distribución automática y horeca desde 2012.

El aroma embriagador del café cubano se fusiona con la promesa de sostenibilidad en la última creación de Lavazza, uno de los nombres más reverenciados en el mundo del café.

En un evento exclusivo en Madrid, la marca italiana presentó su joya más reciente: La Reserva de iTierra! Cuba, un café premium orgánico que refleja el compromiso de la marca con la calidad sostenible.

El evento de presentación fue una celebración de la cultura cubana, con música, bailes y un show de café de la mano de los mejores baristas de Lavazza.

La estrella de la noche fue, sin lugar a dudas, La Reserva de iTierra! Cuba, que deleitó a restauradores, distribuidores y amantes de la gastronomía. Este café ofrece una experiencia contemporánea de calidad sostenible que encarna los valores de responsabilidad social y medioambiental que son esenciales para Lavazza.

Víctor Santos, Iberia Regional Sales Manager de Lavazza, destacó la importancia de la Fundación Lavazza en este proyecto, que tiene como objetivo no solo ofrecer a los clientes españoles un café de origen cubano excepcional, sino también contribuir al desarrollo del país. Lavazza se ha fijado como meta consolidar su liderazgo en España como el principal productor de café premium y superpremium en todos los canales.

UN BLEND DE CAFÉ ORGÁNICO QUE COMBINA UN 65% DE ARÁBICA TURQUINO

La historia de La Reserva de iTierra! Cuba se remonta a 2018, cuando Lavazza lanzó un programa de desarrollo sostenible en Cuba en colaboración con diversas instituciones y autoridades locales. Este programa tenía dos objeti-



vos fundamentales: revitalizar el cultivo de café en la isla, que había disminuido reducido debido a la explotación y enfermedades como la roya del café, y restaurar la excelencia del café verde cubano que había sido famoso en todo el mundo.

Esto se tradujo en mejoras significativas en las condiciones de vida de las comunidades locales que cultivan café, con un enfoque especial en las mujeres y los jóvenes, así como en la implementación de prácticas agrícolas más sostenibles.

El resultado es La Reserva de iTierra! Cuba, un blend de café orgánico que combina un 65% de Arábica Turquino Especial lavado, un 25% de Robusta lavado y un 10% de Robusta fermentado. Este equilibrio único le otorga un sabor dulce y elegante, con notas de almendras, chocolate con leche y un sabor a vino.

Además, la trazabilidad del café se garantiza a través de la tecnología blockchain, que permite a los consumidores rastrear cada eta-

pa del proceso, desde la plantación hasta la taza.

El compromiso de Lavazza con Cuba va más allá de la producción de café excepcional. La marca ha introducido innovaciones tecnológicas para ayudar a los agricultores a enfrentar los desafíos del cambio climático, supervisando constantemente las condiciones de las plantaciones y ofreciendo formación y apoyo a los productores locales.

Un proceso de fermentación controlado también ha mejorado la complejidad del sabor, desbloqueando toques exóticos y agregando un toque extra de dulzura y elegancia al producto final.

Con la Fundación Lavazza, el Grupo demuestra su liderazgo en la industria en términos de sostenibilidad social, medioambiental y económica. La Fundación ha lanzado 33 proyectos en más de 20 países en tres continentes, impactando positivamente en más de 180.000 caficultores y sus comunidades.

La mejora de la calidad de la producción de café, el fomento del espíritu empresarial entre los productores y la mejora de las condiciones de vida son algunos de los objetivos de estos

proyectos.

ESPAÑA, MERCADO CRUCIAL PARA LAVAZZA

España se ha convertido en un mercado crucial para Lavazza en los últimos años, con un crecimiento impresionante en ventas. La marca italiana es ya un actor destacado en el mercado español de café molido, en grano y cápsulas.

Además, ha experimentado un crecimiento notable en el canal Horeca, con una presencia alrededor de 4.350 puntos de venta y 240 operadores en Office Coffee Service (OCS) y Vending.

La Reserva de iTierra! Cuba ano es solo un café premium, es un testimonio de la dedicación de Lavazza a la sostenibilidad, la calidad y el compromiso con las comunidades productoras. En un mundo donde los consumidores buscan cada vez más productos con un impacto positivo, este nuevo café de origen cubano es un claro ejemplo de cómo la industria del café puede marcar la diferencia.



METRO24st

TU TIENDA VENDING 24 HORAS

HASTA » 8 NEGOCIOS EN 1



LIBRE DE HORARIOS

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



VENDE LAS 24 HORAS

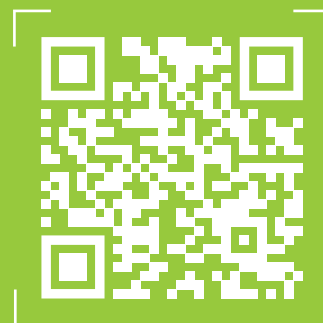
Haz posible generar nuevos ingresos mientras descansas. Nuestros equipos automatizados venden tus productos las 24 horas los 365 días del año.



RENTABILIDAD ASEGURADA

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

DESCUBRE TODOS NUESTROS MODELOS DE TIENDA



WWW.METRO24ST.COM

EL FUTURO DE LAS TIENDAS 24 HORAS



605 30 36 84



@metro24st

» SOLICITA TU VIABILIDAD GRATUITA «

Las **Soprano:** Innovación y versatilidad made in Italy en la **gama** **impulse**

La nueva máquina Soprano de la gama Impulse (Snack & Food) de Evoca Group destaca por su gran capacidad para albergar productos, contando con 10 espirales en su interior.

En el competitivo mundo de las máquinas expendedoras, la búsqueda constante de innovación y versatilidad es esencial para satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores. En este contexto, Evoca Group ha presentado su último modelo, Soprano, una máquina que redefine la experiencia de la distribución automática con un destacado listado de nuevas características y mejoras.

MÁS CAPACIDAD, MAYOR FLEXIBILIDAD

Uno de los aspectos más sobresalientes de la Soprano es su gran capacidad. Con 10 espirales disponibles, esta máquina tiene la posibilidad de albergar una variedad excepcional de productos; un punto crucial para satisfacer los diversos gustos de los consumidores y garantizar una amplia selección de productos, desde snacks hasta comidas preparadas.

Así, Soprano cuenta con siete bandejas, cada una con hasta 10 selecciones individuales, lo que permite una configuración óptima y una gran flexibilidad en la disposición de productos, incluyendo la posibilidad de indicar etiquetas de precios en las bandejas o ETL. A ello se suma la opción de incluir más espacio entre bandeja y vitrina para una óptima dispensación de artículos o embalajes más voluminosos -fuera del tamaño estándar-, lo que abre la ventana a la venta de platos preparados, ensaladas, y en definitiva, fórmulas de restauración automática.

El modelo también ha mejorado el cajón de recogida con una mayor apertura, y hace posible la configuración de hasta tres temperaturas diferentes en el interior de la vitrina.

ELEGANCIA EN EL DISEÑO Y EXPERIENCIA DE USUARIO MEJORADA

El diseño de la Soprano es una muestra de elegancia y tecnología. Con un diseño sin marco y una estructura ordenada, la máquina no solo se integra perfectamente en cualquier entorno, sino que también atrae la atención de los usuarios finales más exigentes.



La Soprano ofrece una experiencia de usuario avanzado con un teclado capacitivo y una pantalla TFT de 4,3 pulgadas para mostrar información nutricional, publicidad y videos. La iluminación LED en el interior del mueble de color blanco garantiza una visibilidad máxima de los productos, mientras que el cajón de recogida se ha mejorado para una mayor comodidad y facilidad de uso.

EFICIENCIA ENERGÉTICA: CLASE C ALCANZADA

En un mundo cada vez más preocupado por la sostenibilidad, la Soprano demuestra su compromiso al lograr la Clase C del protocolo EU 50597. Su unidad de refrigeración de alta eficiencia con tecnología R290 y gabinete aislado con espuma garantizan un rendimiento óptimo y eficiente en el consumo de energía.

Además, la electrónica de la máquina es compatible con soluciones innovadoras como Hi! Breasy y la selección de aplicaciones in-app de Newis, lo que agrega un nivel adicional de flexibilidad y funcionalidad.

La máquina Soprano de Evoca Group es la culminación de años de investigación y desarrollo, ofreciendo a los operadores de máquinas expendedoras y a los consumidores una solución de alta calidad que combina capacidad, versatilidad, eficiencia, energética y tecnología de vanguardia. Con su diseño atractivo y su enfoque en la experiencia del usuario, la Soprano tiene todos los rasgos para convertirse en una elección protagonista en el mundo de la distribución automática.

Bebidas a la carta: Del *indian chai* al *clásico cacao* para conquistar al usuario final



Exploramos el potencial de las bebidas premium a base de solubles que pueden dispensarse con máquinas automáticas, con un enfoque especial en la nueva gama de productos Laqtia Q Frappé, diseñada para sorprender a los clientes con sus bebidas frías dulces, suaves y cremosas.

La industria de la hostelería y la restauración se caracteriza por su constante búsqueda de innovación y calidad para satisfacer a los clientes más exigentes. En este contexto, la oferta de bebidas premium se ha convertido en un factor determinante para la diferenciación y el éxito de restaurantes y hoteles.

EXPERIENCIA ÚNICA EN TORNO A UNA BEBIDA

Renovar la carta de bebidas es una estrategia clave para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los habituales. En este sentido, las bebidas frías han ganado protagonismo, especialmente en climas cálidos y en momentos de relax.

La gama de productos Laqtia Q Frappé ofrece una propuesta única para los restaurantes y hoteles que buscan destacarse en este segmento.

VARIEDAD DE SABORES PARA SATISFACER TODOS LOS GUSTOS

Las bebidas frías a base de solubles de la compañía están disponibles en una variada gama de sabores, lo que permite a los establecimientos adaptarse a las preferencias de sus clientes. Los sabores disponibles incluyen:

-Indian Chai: Con su mezcla de especias y té negro, esta opción ofrece una experiencia refrescante y exótica.

-Moka: Para los amantes del café, este sabor combina la intensidad del café con la cremosidad característica de un frappé.

-Cacao: La dulzura del cacao y la suavidad del frappé se unen para crear un auténtico placer para el paladar.

-Yogur: La frescura del yogur se fusiona con la textura cremosa de un frappé, ideal para quienes buscan una opción más ligera.

-Frappé Mix: Esta base versátil permite a los establecimientos de hostelería dar rienda suelta a su creatividad, creando bebidas personalizadas que se adapten a sus propias combinaciones y recetas exclusivas.

Las bebidas frappé Laqtia Q están diseñadas para ser preparadas con máquina batidora, lo que garantiza una consistencia y textura

ideales en cada servicio. Los clientes no solo disfrutarán del sabor, sino también de la presentación y la experiencia visual que estas bebidas ofrecen.

La gama de productos Laqtia Q Frappé se presenta como una solución para aquellos restaurantes y hoteles que buscan renovar su oferta de bebidas. Con una variedad de sabores que satisfacen diferentes gustos y una preparación sencilla, estas bebidas a base de solubles ofrecen una experiencia única para los clientes. La innovación y la calidad se unen en cada sorbo, lo que permite destacarse en un mercado competitivo y sorprender a los paladares más exigentes.





Nuevas soluciones para nuevos hábitos
rheavendors group



Ganador del Vending
Star Awards de 2015

Éxito rotundo en la ‘Comida de Amigos del Vending’ de la ACV



El pasado 7 de noviembre, el restaurante La Vinya d'Alella se convirtió en el epicentro de la distribución automática a nivel nacional, donde se celebró la tradicional “Comida de Amigos del Vending”. Este evento anual, organizado por la ACV (Asociación Catalana de Vending), ha consolidado su posición como un clásico en el sector, ofreciendo una oportunidad para el networking, la colaboración y, por supuesto, para disfrutar de una comida entrañable entre colegas y amigos.

La jornada del vending catalán, que se llevó a cabo en honor a San Félix, uno de los fundadores de la Asociación y figura emblemática del sector, resultó ser un rotundo éxito. La edición de este año contó con la participación de 95 personas, entre operadores, proveedores, representantes de otras asociaciones como Aneda y la EVE, miembros de la prensa especializada como Hostelvending y, como no podía ser de otra manera, las “viejas glorias” que han marcado el camino de esta industria en Cataluña.

La elección de la encantadora localidad de Alella para llevar a cabo este evento no fue casual. Alella, conocida por su tradición vitivinícola, ofreció un escenario idílico para este

encuentro. El restaurante La Vinya d'Alella, que goza de una espectacular vista al mar y se distingue por su cocina exquisita, resultó ser el lugar perfecto para albergar a los asistentes y ofrecer una experiencia inolvidable.

Los organizadores del evento expresaron su gratitud hacia todos los que asistieron y contribuyeron al éxito de la “Comida de Amigos del Vending”.

Reconocieron que la participación activa y el apoyo constante de todos los involucrados son fundamentales para el crecimiento y el éxito de la distribución automática en Cataluña.

“Gracias a todos y todas. Esperamos verlos el próximo año en otro encuentro memorable de Amigos del Vending”, concluyeron, destacando el compromiso de seguir fortaleciendo los lazos y la colaboración en esta industria que continúa creciendo y evolucionando.

La “Comida de Amigos del Vending” en La Vinya d'Alella no solo fue un evento gastronómico excepcional, sino también una muestra de la unidad y el compromiso de todos los actores del sector en Cataluña.

Sin duda, este encuentro anual seguirá siendo una cita imprescindible en el calendario de todos aquellos que forman parte de esta vibrante industria.



Asamblea de Aneda; aprobación de las cuentas, debates sobre RRHH y planning de actividades de 2024



El Teatro Albéniz de Madrid fue el centro de reunión de la industria de distribución automática, congregando a los profesionales en el evento sectorial organizado por la Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos (ANEDA). La jornada, que comenzó con la Asamblea General, destacó por la participación activa de líderes del sector y la discusión de temas cruciales para la industria.

La Asamblea General, presidida por Juan Luís Hernández y el vicepresidente Saúl Álvarez, fue inaugurada por la directora general Yolanda Carabante. Carabante extendió una cálida bienvenida y agradecimiento a los profesionales asistentes y destacó el respaldo de Sistiaga para la realización de este evento. Durante la Asamblea, se aprobaron los presupuestos para el próximo ejercicio y se presentó un saldo financiero positivo, con un beneficio de explotación de 1.525,00 euros.

Un tema que generó interés fue la propuesta de ANEDA sobre el control biométrico para la venta de alcohol en las máquinas, destacando la preocupación por la regulación en este ámbito.

La mesa de debate sobre recursos humanos exploró las últimas tendencias y desafíos en la gestión del talento en la distribución

automática. La falta de mano de obra, la motivación post-COVID y la creciente movilidad laboral fueron algunos de los puntos clave discutidos por figuras destacadas del sector como Josep Margalef, director General de IVS Ibérica; Susana García, CEO de Automaticos Rogar; y Antonio Guillorme, propietario de Infovending Navarra. Se destacaron los cambios recientes en la legislación laboral, como la regulación de la contratación temporal, el control horario y el aumento del salario mínimo. Además, se abordaron aspectos como la seguridad social y los contratos formativos para la obtención de prácticas profesionales.

La jornada no solo fue de debates y reflexiones, sino que también ofreció una experiencia única con microteatros, combinando arte y entretenimiento de manera original. ANEDA compartió su próximo plan de actividades, destacando la participación en Hostelco en marzo de 2024, actividades complementarias en junio y la asamblea anual en noviembre.

Después de las intensas sesiones, los participantes tuvieron la oportunidad de relajarse y fortalecer lazos profesionales durante un cóctel y comida, fomentando el networking en un ambiente propicio para el intercambio de ideas y el establecimiento de contactos estratégicos.

La culminación del evento estuvo a cargo

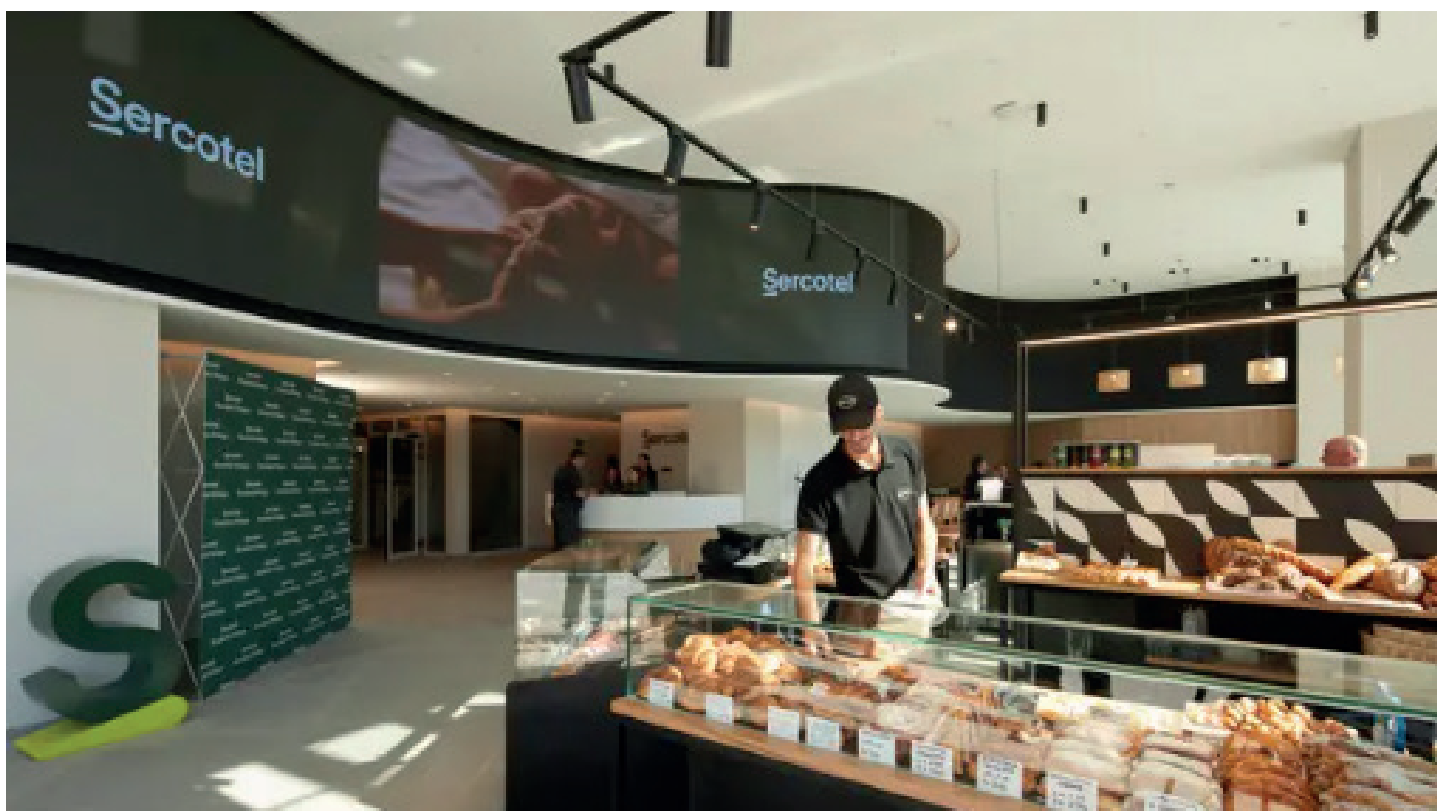
de María Teresa Mallada de Castro, Senadora, quien clausuró la jornada ofreciendo perspectivas y reflexiones sobre el papel crucial de la industria de distribución automática en la sociedad actual.



Tendencias: **Restauración automática de autor** y **obradores** en los **hoteles**



En un mundo donde la comodidad y la innovación son pilares fundamentales, la externalización de servicios de restauración se erige como una tendencia transformadora en la industria hotelera, buscando no solo optimizar la experiencia del huésped, sino también generar sinergias beneficiosas para la comunidad local.



El recién inaugurado Sercotel Rosaleda Málaga se destaca como un ejemplo paradigmático de esta nueva ola de propuestas, redefiniendo la hospitalidad mediante una colaboración pionera con la reconocida cadena nacional Granier.

“ArteSano”, el primer obrador desde el hotel Bajo el nombre “ArteSano”, la alianza entre Sercotel y Granier aspira a llevar la restauración a otro nivel. El hotel no solo ofrece servicios de alojamiento de alta categoría, sino que también integra un centro neurálgico de servicios premium en su lobby.

Así es, el lobby no es simplemente un espacio de tránsito; se transforma en un punto de

encuentro donde los huéspedes pueden disfrutar de una cafetería con obrador propio a la vista.

Esta iniciativa va más allá de alimentar a los visitantes; se trata de crear una experiencia sensorial única que fusiona la integración de un propio obrador artesanal y la innovación de las nuevas tendencias.

Como decíamos, un ejemplo de externalización de servicios de restauración que podría aplicarse, sin duda, a empresas dedicadas a la restauración automática.

MÁS ALLÁ DE LA ESTANCIA CONVENCIONAL: EL MODELO DE NEGOCIO DEL SERCOTEL

Ubicado estratégicamente en Martiricos, cerca del Centro Comercial Rosaleda y el estadio La Rosaleda, este hotel de 4 estrellas con 150 habitaciones no solo ofrece alojamiento de calidad, sino también una amplia gama de servicios.

Desde un rooftop con piscina y vistas panorámicas hasta seis salones para eventos y reuniones, el Sercotel Rosaleda Málaga se presenta como un referente en la integración de servicios en la industria hotelera.

RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA DE AUTOR: ENRIQUE TOMÁS Y SUS BOCADILLOS GOURMET

En este contexto, la restauración automática de autor emerge como una alternativa fascinante. Enrique Tomás, reconocido por su excelencia en productos ibéricos, ha llevado su experiencia a un nuevo nivel al introducir su propuesta en máquinas automáticas.

Este enfoque innovador no solo garantiza la frescura de los productos, sino que desafía las percepciones tradicionales sobre la calidad de los alimentos servidos en entornos automáticos.

La restauración automática no se limita solo a bocadillos gourmet. Otras innovaciones, desde máquinas expendedoras de platos elaborados hasta sistemas automatizados de preparación de alimentos, están transformando la manera en que las personas acceden a alimentos en diversos entornos.

INTEGRACIÓN DE SERVICIOS EN HOTELES: SIGUIENDO EL EJEMPLO DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO

Siguiendo la estela de las estaciones de servicio, los hoteles están adoptando un enfoque similar al integrar la restauración automática.

Esta sinergia de servicios no solo ofrece mayor comodidad para los huéspedes, sino que también optimiza la operación hotelera, permitiendo una gestión más eficiente de los recursos y espacios.

La externalización de la restauración y la introducción de servicios automatizados se presentan como estrategias clave para mejorar la experiencia del cliente y mantenerse competitivos en un mercado en constante evolución. La apertura del Sercotel Rosaleda Málaga marca un hito en esta dirección, presentando una propuesta que va más allá de lo convencional y redefine la forma en que concebimos la hospitalidad y la restauración en la era moderna.



Casual food

NUEVO
ARTESANO'S

Con Aceite de Oliva

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

Ensalading

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

BLOOMER

NUEVAS RECETAS
NUEVA IMAGEN
15 DÍAS VIDA ÚTIL

Jamón Cocido Extra · Pollo Asado
Pavo Braseado

OCA
CERTIFICACIÓN DE CALIDAD
ISO 9001

OCA
CERTIFICACIÓN DE CALIDAD
ISO 9001

www.n-aming.es



El Gran Ranking: Un 2022 marcado por el crecimiento y los cambios de posiciones

RANKING OPERADORES 2022:
SE PRODUCE UN AUMENTO
EN TODA LA TIPOLOGÍA
DE MÁQUINAS, QUE EN SU
CONJUNTO PRESENTAN UN
CRECIMIENTO DEL 24,5%

El telón caía sobre 2022, un año que se erigiría como un gran capítulo para la industria de la restauración automática en España. En estos doce meses, el sector no solo se recuperó de los embates de la pandemia, sino que desplegó sus alas hacia nuevas alturas, abrazando la calidez, la inteligencia y la calidad como pilares fundamentales de su evolución.

Todo ello, ha conseguido que el ejercicio de 2022 de la distribución automática cierre con buenas sensaciones ante una recuperación paulatina del consumo y del movimiento de las máquinas automáticas.

Las 377.000 máquinas de alimentos y bebidas en funcionamiento generaron ingresos por valor de 1.170 millones de euros en 2022, marcando un asombroso aumento del 24,5%.

Aquí, las máquinas expendedoras de bebidas calientes tomaron la delantera con un incremento del 30.6%, alcanzando la impresionante cifra de 640 millones de euros en ventas.

Las máquinas automáticas venden unos 5,7 millones de productos de alimentación y bebidas a diario.

La cifra total de ventas del sector, según la EVA, ascendió a 2.067 millones de euros en el año, marcando un crecimiento del 8.9% respecto a 2021. Sin embargo, la verdadera magnitud se revela al notar que solo las cuatro primeras empresas del ranking anotan aproximadamente 230 millones de euros de esa cifra, según un



estudio propio de Hostelvending.

Aumentos que se experimentaron en toda la tipología de máquinas, que en su conjunto presentan un crecimiento del 20% respecto a 2021.

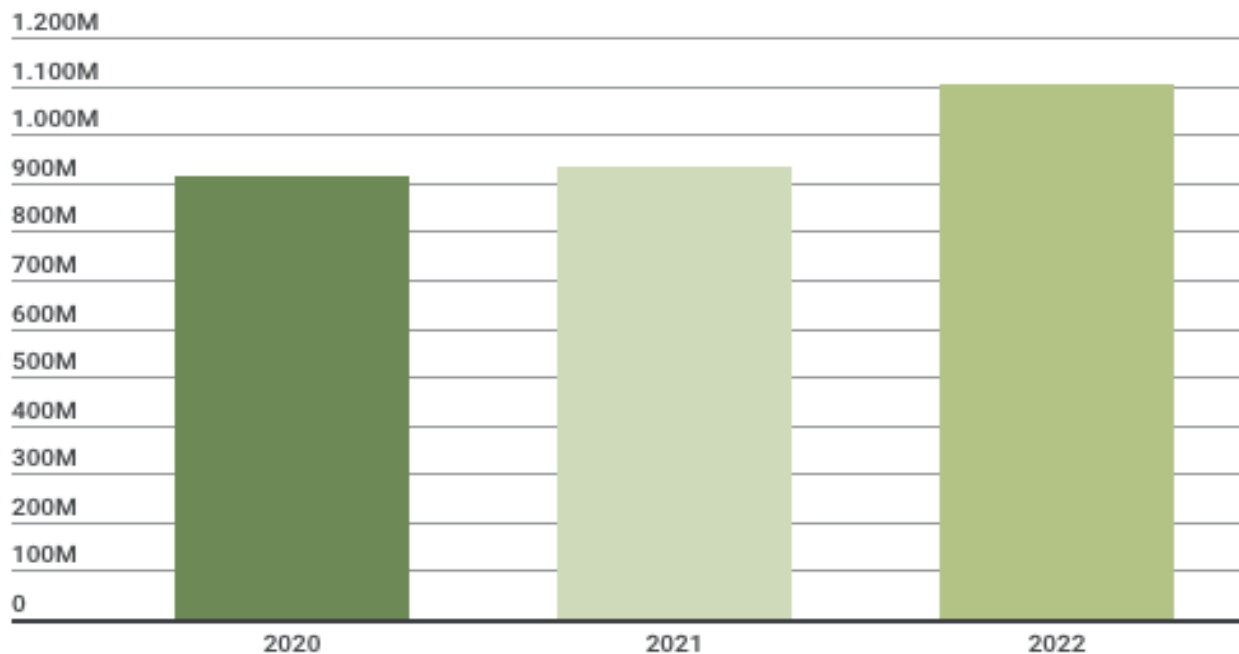
La cuota española de la base total de máquinas OCS y vending en toda Europa es ligeramente superior al 8%.

Siguiendo ese análisis en profundidad del escenario de la restauración automática en nuestro país, sigue marcado por las grandes fusiones y adquisiciones que se vivieron en el sector años anteriores, y que marcan el viraje de la tabla y el cambio de posiciones de algunas empresas.

Tal es el caso de Iparvending Group y Easy Vending, una fusión que se produjo justo al empezar el año 2022, y que sin duda, ha supuesto toda una revolución en los resultados del ranking del año analizado, y que podréis comprobar a continuación.

Los números indican que, aunque las bebidas frías vieron un aumento más modesto, siguen siendo una parte importante del mercado, a pesar de la creciente competencia de las máquinas mixtas que ofrecen una variedad de opciones.





Datos propios de Hostelvending basados en estudios de Einforma, 2023.

Las **cuatro primeras** aglutinan una **facturación de 230 millones de euros**



SELECTA SIGUE SU REINADO

El crecimiento de las soluciones foodtech, como los micromarkets, las neveras inteligentes y la nueva generación de máquinas automáticas más digitalizadas han sido clave.

2022, como adelantábamos, arroja una fotografía distinta del sector de los operadores de vending a nivel nacional en las primeras posiciones. Las fusiones y alianzas de unos, y la puesta en marcha de diferentes proyectos innovativos de otros, han dado lugar a interesantes movimientos en el podium de la restauración automática española.

Al igual que en 2021, AB Servicios Selecta mantiene su posición líder en el ranking, que se asegura una cómoda primera posición. Sus más de 102 millones de facturación suponen todo un aumento de la facturación anual respecto al año anterior, en el que consiguió crecer sus cifras unos 2 millones (82 frente a los 80 de 2020).

Así, atestigua toda una mejora en la rentabilidad de su actividad en el sector que se refleja en los resultados de negocio, que en 2022, son de más de 10 millones de euros.

En sintonía con ello, el grupo también logra un EBITDA de 4.467.790 millones de euros.

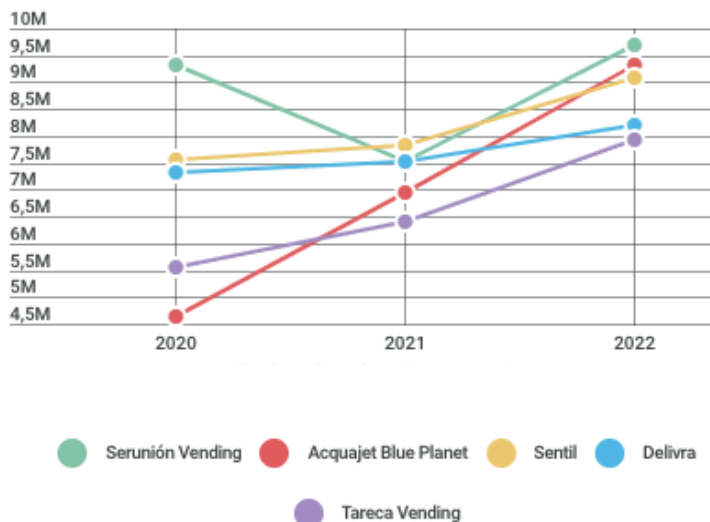
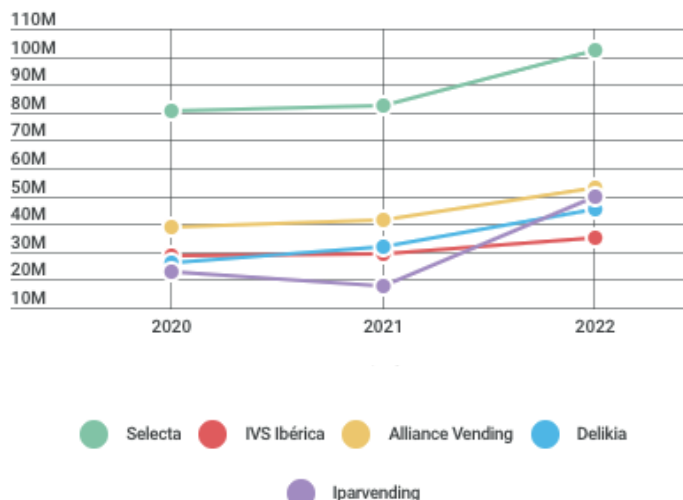
Ese crecimiento de base se ha conseguido en todos los mercados y territorios en los que Selecta está presente.

Además, el grupo presenta un récord de ventas diarias por máquina (llegando a los 10,8 euros al día), lo que representa un incremento del 33,3% respecto a 2021.

En concreto, el modelo de negocio de micromarkets del grupo, Foodies, ha crecido un 45% en lo que va de año, alcanzando los 930 puntos de venta.

“La expansión de la telemetría en nuestro parque de máquinas a lo largo del trimestre mejora aún más nuestro servicio e impulsa una mejora de la productividad. A través de la planificación dinámica y el pre-kitting”, indica la compañía. De esta forma, Selecta tiene acceso a datos de ventas en tiempo real que permiten optimizar las rutas, preparar con antelación los ingredientes para las visitas de los clientes y lograr una mayor eficiencia en almacén y en las instalaciones del cliente.

Evolución de las 30 con **mayor facturación**

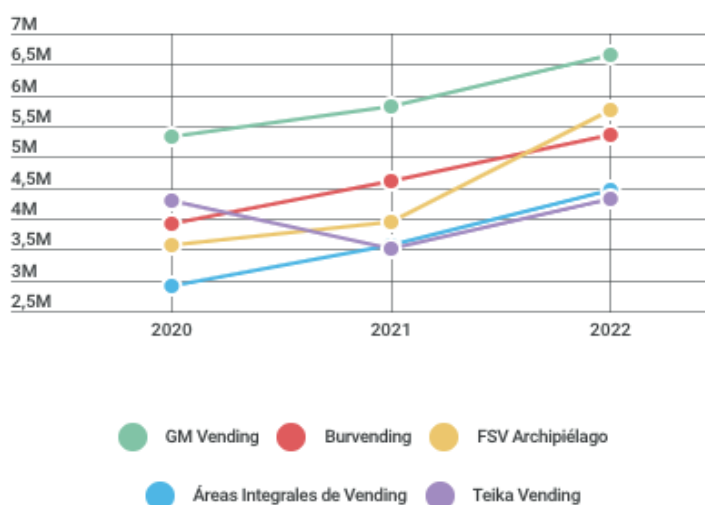
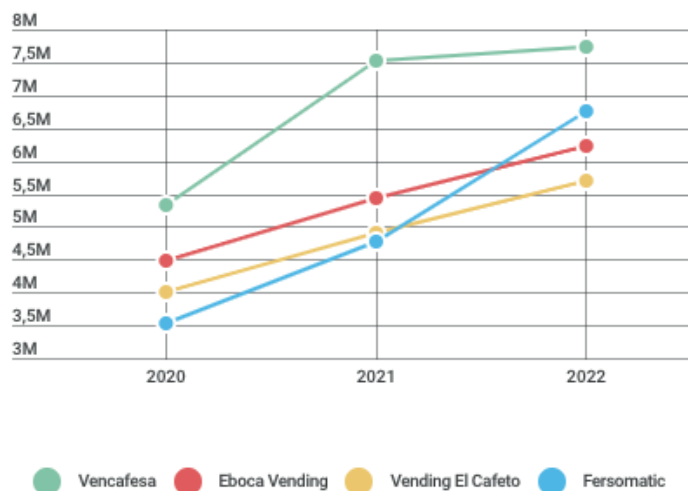


Iparvending se hace con la 3ª posición

Entre las cinco primeras empresas, este año, el gran cambio se produce en la tercera posición con el increíble repunte de Iparvending al fusionarse con Easy Vending, consiguiendo los 50 millones de euros.

Más cambios en el top 10

En esta ocasión, es Acquajet Blue Planet la que mayor crecimiento presenta, consiguiendo escalar hasta la octava posición; alcanzando los 9,3 millones. El resto la acompañan con un buen balance de cifras y aumentos de facturación.

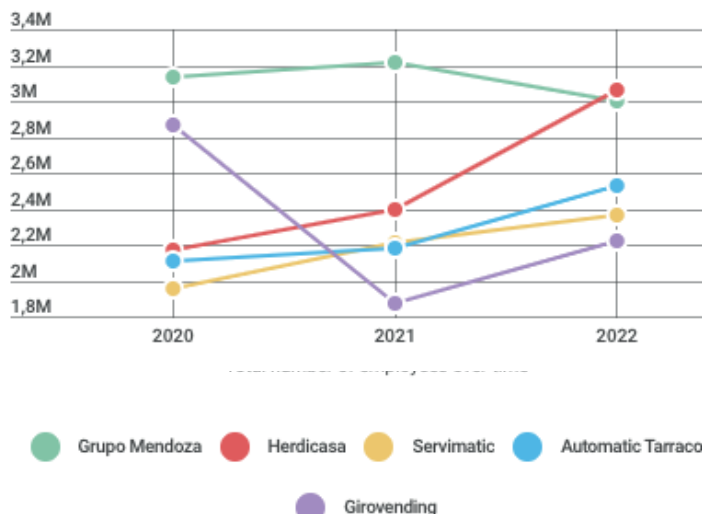


Aumentos generalizados

Llegamos a la parte media de la tabla donde el 2022 ha traído consigo un aumento de la facturación de todas las compañías; aumentos que se mueven entre los 1 y los 2 millones de media.

Repunte de FSV Archipiélago

Entre las siguientes empresas de la zona media de la tabla, empezamos a encontrar más cambios de posiciones, como el ascenso de FSV Archipiélago, que pasa de 3,9 millones en 2021 a 5,7 millones de euros en 2022.



Cambios en la última posición

Este año, el último puesto, consiguiendo entrar en el ranking, pertenece a Girovending, que vuelve a entrar en el ranking con 2,2 millones. Grupo Mendoza baja varios puestos al ser la única que presente un descenso de la facturación respecto a 2021.



Por su parte, Alliance Vending refuerza en esta edición la segunda posición, con una facturación de 52,9 millones de euros; cifra que va acercándose a sus números de 2019, y que suponen casi 10 millones de euros más que en 2021.

Así, actualmente ha conseguido diferentes concursos para dar servicio a zonas de vending como el centro comercial Palacio del Hielo en Madrid, el entorno corporativo de Nextlane; Solbyte, así como espacios educativos como la Escuela Internacional de Administración Hotelera Vatel.

A cierre de 2022, Alliance Vending contaba con un total de 14.536 máquinas.

EL TERCER PUESTO MÁS DISPUTADO EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS

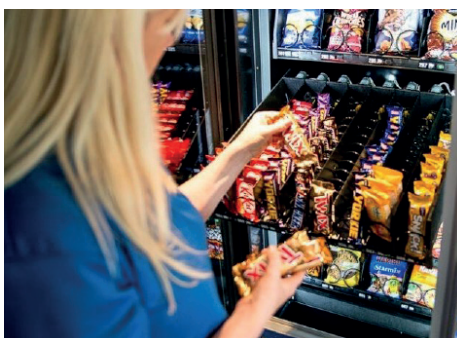
Uno de los grandes cambios de nuestro especial anterior -relativo a datos de 2021- lo encontramos en la tercera posición: Delikia adelantaba al que continúa siendo un peso pesado, IVS Ibérica, la filial española de IVS Group; haciéndose con el tercer puesto.

Y ahora, en este ejercicio, es Iparvending quien consigue ese tercer puesto al fusionarse con Easy Vending.

En lo que respecta a IVS Ibérica, contó en

2022 con un gran número de ventas, 34 millones, lo que supone un aumento de 5,4 millones de euros; manteniendo una estratégica posición en el pódiums.

IVS Ibérica también presenta crecimiento en el EBITDA, aglutinando un total de 3.723.000 euros en 2022.



En un nivel más global, IVS Group, la segunda empresa operadora en el ranking europeo, ha hecho del 2021 y 2022 los años de recuperación. Basándonos en los últimos datos presentados, de este año, el grupo ha demostrado su crecimiento, confirmando las buenas decisiones respecto a sus inversiones y alianzas, como la ampliación de capital y la combinación de negocios con Liomatic y GeSA.

Asimismo, IVS Group, compañía operadora líder en Italia y en el top europeo, consigue cerrar el presupuesto de 2022 con un crecimiento del 52,3% en los ingresos consolidados. La cifra de negocios supera los 680 millones de euros proforma.

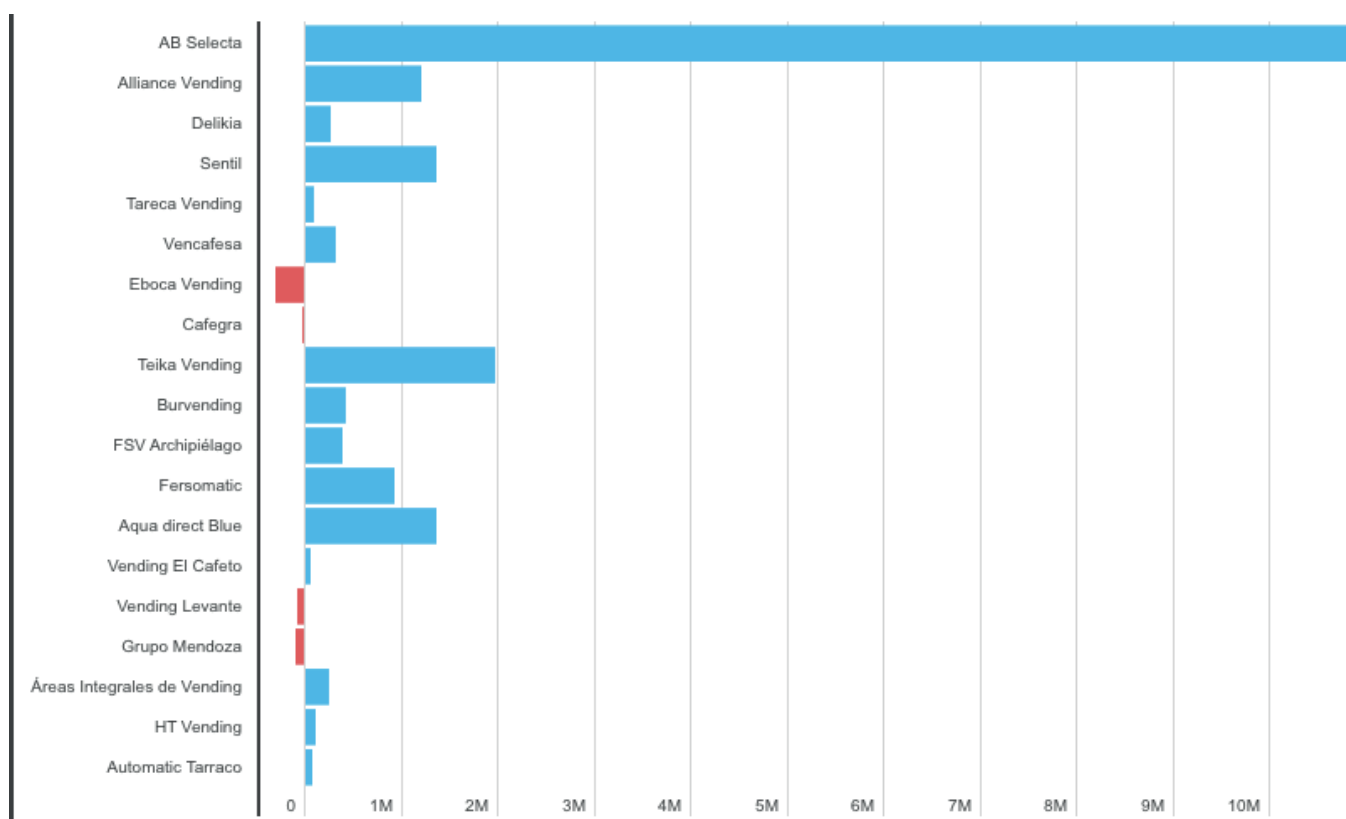
A cierre del año, el grupo consigue unos ingresos consolidados de 542,1 millones de euros; es decir, un 52,3% más.

Por su parte, IVS Ibérica ha mantenido su línea de negocio basada en la innovación y la sostenibilidad. La apuesta continúa siendo por las 'break areas' bajo el lema 'Your best break', trasladado también al segmento de movilidad y estaciones de servicio.

Hablando de grandes crecimientos, otra en presentar un balance positivo este año vuelve a ser Delikia, aumentando su facturación más de 10 millones de euros; y siendo, hasta ahora, la tercera posición tras dos años en el cuarto; pasando de 31,5 millones a casi 45 millones de euros: Unas ventas que la empresa operadora ha conseguido gracias a la captación de cuota de mercado en el sector sanitario, industrial y de transporte, fundamentalmente.

Por cifras, Delikia contaba en 2022 con un parque de máquinas total de 11.143, de las que

RESULTADO DE NEGOCIO 2022



Datos propios de Hostelvending basados en estudios de Einforma, 2023.

5.119 eran máquinas de bebidas calientes; 718 dedicadas a las bebidas frías y 5.306 a alimentos sólidos.

Pese al gran posicionamiento de sendas empresas, es Iparvending quien se hace con el tercer puesto al alcanzar los 50 millones de euros; enmarcada esta consecución a la fusión con otra empresa operadora destacada a nivel nacional: Easy Vending.

Ambas compañías se fusionaron en enero de 2022, y ha supuesto un aumento sin precedentes de la compañía. Y es que, según los datos a los que hemos tenido acceso, extraídos directamente del Registro Mercantil, Iparvending cerraba 2021 con 17.608.871 millones, (cifras aproximadas al sumar las ventas de las empresas que conforman el grupo). En otras palabras, un aumento de casi 40 millones de euros.

CAMBIOS EN LA TABLA

En la parte media de la tabla, todas ellas han conseguido aumentar como mínimo 1 millón de euros de facturación, lo que reafirma la premisa que manteníamos al principio:

Ejemplo de superación es, sin lugar a dudas, Acquajet Blue Planet, quien ha logrado aumentar las ventas de 2021 con creces; pasando de los 6,9 millones de euros a los 9,3 millones de euros. En concreto, recoge un resultado de negocio positivo de 1.357.226 millones de euros, y consigue escalar varios puestos hasta posarse en la octava posición.

Sentil sigue la estela, aunque superada por la anterior, logra aumentar su facturación casi 2 millones de euros, 9 millones de euros en 2022.

Destaca el crecimiento de Serunion Vending que, con un crecimiento de más de 3 millones de euros, consigue volver a su facturación por encima de los 9 millones.

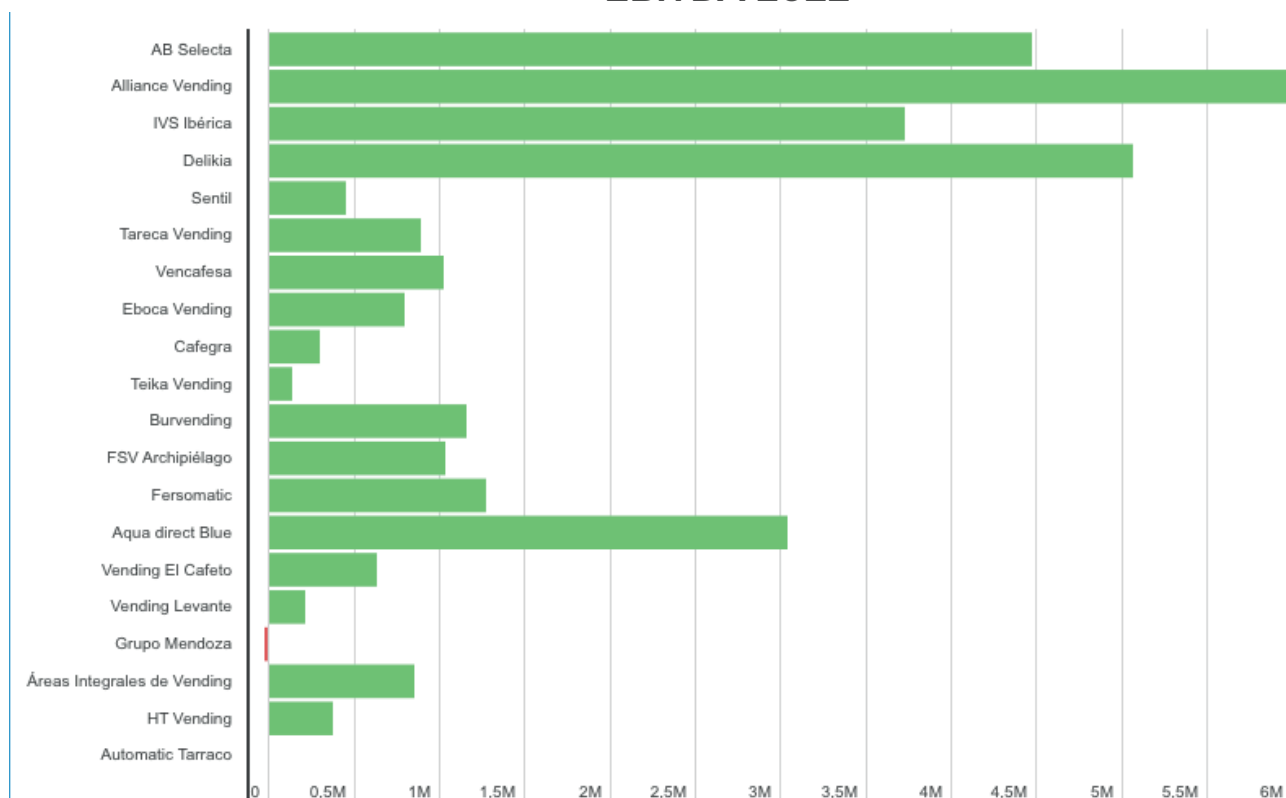
Por otro lado, otro de los ascensos en la tabla más notorios en la tabla lo encarna Fersomatic, que con sus 6,7 millones de euros supera de posición a compañías como GM Vending, Vending el Cafeto y Eboca. Esta facturación le hace escalar numerosos puestos en la tabla que veremos a lo largo de este reportaje.



Micromarkets e innovación para crecer

La mayoría de las grandes operadoras continúan apostando por la innovación, con la creación de micromarkets como una de las principales tendencias a las que se han ido apuntando todas las grandes del sector y una apuesta por innovar hacia productos más sanos.

EBITDA 2022



Datos propios de Hostelvending basados en estudios de Einforma, 2023

El número de **ventas** aumenta los **1.818 millones** de euros

Si bien la recaudación aumentó a nivel general, el parque de máquinas presenta en España un descenso global marginal en todas las categorías de máquinas (-1,3%); es decir, 361.200 máquinas. De nuevo, a excepción de la tipología OCS, que presentaron en 2021 un total de 40.500 unidades, un notorio 11% más que en 2021.

Por otro lado, como adelantábamos en la introducción, el sector consigue aumentar el número de ventas un gran 13,7%; alcanzando los 1.818 millones, y obteniendo así un aumento de los ingresos del 18,7% (por un total de 931 millones de euros).

CRECIMIENTO SIGNIFICATIVO DE LAS SEMIAUTOMÁTICAS TABLE TOP, PRINCIPALMENTE CON CAFÉ EN GRANO

Como decíamos, por categoría de producto, se observa una ligera disminución general de las unidades en todos los segmentos, a excepción del OCS, que continúa demostrando el potencial de las bebidas calientes.

Manteniendo la tradición de los últimos años, las máquinas de bebidas vuelven a ser las claras ganadoras, con un total de 150.000 unidades; seguidas de 92.400 máquinas de bebidas frías, 7.700 de snacks y 70.600 unidades de tipología combi.

Por consumo, todas las categorías registran un claro aumento. En porcentaje, las máquinas de bebidas calientes, anotan un +15,3%; las dedicadas a snack, un +12,5%; combi, el mismo porcentaje; y máquinas de bebidas frías, un +13,9%.

Así, dentro de las máquinas del sector OCS, vuelve a destacar el potencial de las semiautomáticas de café, que fue del 1,8%. En términos de ventas, las máquinas de bebidas calientes obtuvieron un total de 1,2 millones de euros.

Tal y como recogen desde la EVA, el continuo cambio de Snack (dedicado) a Combi es la causa de la significativa caída en Snack (dedicado).

LA CATEGORÍA OCS CRECE EN 2022 JUNTO A LA TIPOLOGÍA COMBI

A excepción de las máquinas combi, las máquinas tipo OCS son las únicas que consiguen crecer en cuanto a número, consiguiendo representar 40.500 unidades sobre el total.

Así, la auténtica ganadora de la categoría es la máquina del tipo bean-to-cup, suponiendo gran parte del total de máquinas con 30.000 de ellas, y un crecimiento non stop del 7%.

NUEVAS MÁQUINA SEMIAUTOMÁTICA TABLE TOP CON MÓDULO DE LECHE LÍQUIDA

La cuota varía significativamente año tras año. Parece ser un aumento escalonado desde 2019. Y así, comprobamos que en 2022, el 74% continúa siendo sin módulo de leche líquida, frente a un 26% que ya lo incluyen.

Un porcentaje que debemos tener muy en cuenta si lo comparamos con 2021, cuando la presencia de este módulo estaba en un 4,8% del total.

Ranking Operadores en España 2022

Operador	Facturación 2022	Facturación 2021	Facturación 2020	Resultado 2022	Ebitda 2022
AB Servicios Selecta	102.608.852	82.150.606	80.500.000	10.879.000	4.467.790
Alliance Vending	52.981.986	41.213.205	38.651.319	1.199.004,00	6.120.000
Iparvending Group	50.000.000	17.608.871		*	
Delikia	44.948.339	31.549.123	26.341.287	260.985	5.061.810
IVS Ibérica	34.764.000	29.311.000	28.416.932	*	3.723.000
Vendomat	*	19.337.841	14.907.521	*	*
Serunión Vending	9.700.000	7.524.000	9.312.000	*	*
Acquajet Blue Planet	9.315.097	6.958.591	4.640.326	1.357.226	3.029.570
Sentil	9.085.435	7.826.113	7.566.217	-807.856	447.038
Delivra	8.197.362	7.515.000	7.314.000		
Tareca Vending	7.945.779,84	6.389.408,87	5.565.529,48	76.177,97	880.676,36
Vencafesa	7.739.719,24	6.179.730,03	5.321.797,36	305.002,26	1.015.967,94
Semcal	*	5.322.910	4.700.975	*	*
Fersomatic	6.754.376,69	4.777.286,27	3.531.488,59	917.255,04	1.269.148,49
GM Vending	6.641.063,25	5.809.745,08	5.339.039,48	432.112,43	647.449,61
Eboca Vending	6.224.769	5.424.503	4.478.560	-302.229	792.473
Vending El Cafeto	5.710.276,53	4.898.306,59	3.994.412,12	42.327,11	629.755,21
FSV Archipiélago	5.767.963	3.935.566	3.575.904	382.381	1.029.600
Burvending	5.354.461,45	4.599.696,81	3.900.918,07	418.036,55	1.155.027,36
Áreas Integrales de Vending	4.468.197,58	3.570.219,80	2.906.142,78	235.229,00	844.484
Teika Vending	4.320.381,04**	3.506.425,24	4.274.910,31	1.966.566,73	130.044,52
HT Vending	3.935.991,45	2.973.307,98	2.591.593,01	92.478,02	364.245,83
Cafegra	3.679.657,97	3.432.419,76	4.352.823,00	-27.897,84	296.456,84
Josmar Vending	3.322.422,58	2.507.299,51	2.558.907,82	*	*
Vending Levante	3.306.469,66	3.018.909,78	3.179.754,89	-78.204,98	204.995,18
Herdicasa	3.066.339,57	2.395.203,54	2.164.692,52	*	*
Grupo Mendoza	2.998.929,29	3.217.069,96	3.132.981,00	-84.876,46	-23.096,02
Automatic Tarraco	2.523.763,72	2.182.341,83	2.106.006,05	61.688,13	179.164,70
Servimatic	2.367.537,23	2.207.905,65	1.954.301,60	*	*
Girovending	2.223.578,91	1.870.912,73	2.864.885,20	*	*

*Datos no disponibles a cierre de revista.

**Datos calculados aproximadamente en base al Registro Mercantil, 2023.

Las fabricantes de máquinas apuestan por la **innovación** como **antídoto** a la pandemia



Atendemos ahora a los datos de las principales compañías fabricantes y vendedores de máquinas, que en general, presentan una gran recuperación de las ventas. Un punto clave ha sido la renovación de equipos y la apuesta por estar a la última en tecnología; sobre todo de cara a la eficiencia energética, la variedad de servicio y el aumento de la calidad en taza, que continúan impulsando a estas empresas a lo largo de 2022.

Los datos arrojados por la EVA evidencian las tendencias actuales y más recientes con datos hasta finales de 2021, en los que encontramos el aumento de la demanda de café más premium y el atractivo de las bebidas calientes; también en formato on the go. En el primer puesto (ventas internacionales), encontramos Evoca Group, que consigue cerrar 2022 con la notoria cifra de 415,6 millones de euros, y un extraordinario flujo de caja operativo con el que mantiene una posición de liquidez muy sólida.

A ello se suma un EBITDA ajustado de 84,1 millones de euros (20,2% de las ventas netas). En general, los resultados de 2022 muestran una fuerte crecimiento con respecto a 2021, con un aumento de los ingresos del +15,3%, repartido entre todas las líneas de negocio y casi todos los mercados, y un aumento del EBITDA ajustado del +20%. El Grupo sigue centrado en la optimización de los costes, al tiempo que

mantienen una buena posición de liquidez.

En lo que respecta a la filial española, Evoca Iberia, logra aumentar en 5 millones su cifra de ventas, con 25,4 millones y un EBITDA de 1,4 millones de euros en 2022.

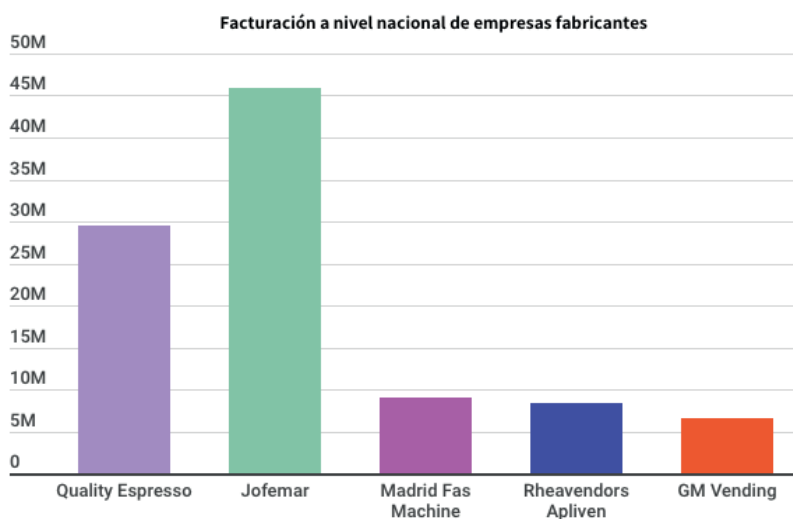
En relación a Evoca Group encontramos a la compañía barcelonesa Quality Espresso, especializada en cafeteras profesionales para OCS y hostelería. Destacando su fuerte presencia en nuestro país, anotó en 2022 la impresionante cifra de 29.531.1223 euros; afianzando su posición en el ranking español y registrando un aumento de 7 millones de euros. Pese a formar parte del grupo desde 2018, cabe destacar que

sigue operando de manera independiente de Evoca.

Por su parte, la multinacional navarra Azkoymen, mantiene su posición estratégica en el ranking de fabricantes consiguiendo alcanzar una cifra de ventas (internacionales, no únicamente en España) al final del año de 78,6 millones de euros (incluida UGE Coffetek).

Este crecimiento de la cifra de negocio se ha visto propulsado por Coffee & Vending Systems, con un aumento del 43,1%; Payment Technologies, con un incremento del 27,2%; y Time & Security, con una subida del 3,2%.

En cuanto al EBITDA, a nivel nacional, este



Datos propios de Hostelvending basados en estudios de Einforma, 2023.

(Datos propios de Hostelvending relativos a 2022)

ha ascendido a 13 millones de euros.

La división de Coffee & Vending Systems ha experimentado un crecimiento de la cifra neta de negocio del 43,1% en comparación con el año anterior, habiendo registrado un incremento en las ventas de un 52%.

Otro actor importante en el sector es la navarra Jofemar, que registró en 2022 una facturación de 45,95 millones de euros en España, lo que supondría un crecimiento con respecto a las cifras registradas el año anterior del 16%. De esta forma, la compañía demuestra su gran proyección en el país.

En estas cifras, a la que se suma un resultado de negocio de más de un millón de euros, se incluyen todas las divisiones de la empresa, que incluye la fabricación de máquinas de vending (y también su operadora Sentil) pero tiene una división de fabricación de baterías y otra de fabricación de equipos médicos.

Por su parte, Rheavendors Apliven es una de las que mayor crecimiento presenta, pasando de 3,2 millones de euros en 2020 (momento de su creación, en 2021, bajo el objetivo de consolidar la estrategia de un servicio más completo y capilar) a los 8,4 millones en 2022.



La siguiente en este apartado es Madrid Fas Machine, que se encarga de comercializar las máquinas de este fabricante italiano en España. Sus ventas mejoran significativamente en 2021, alcanzando los 8.945.758€; es decir, un 37,55% más.

También dentro de las comercializadoras GM Vending obtuvo unos resultados de 6,6 millones de euros, por encima de los 5,8 millones del ejercicio anterior.



En **Europa** el sector ingresa **4.454 millones de euros** anuales



Si nos fijamos en la industria de la distribución automática en Europa, la radiografía es similar a la obtenida en nuestro país: un año enmarcado por la recuperación de la facturación y del aumento de los precios.

Mientras que el número de máquinas automáticas crece ligeramente en el mercado europeo (+1,1%) hasta alcanzar las 4.454.000, el total de las ventas e ingresos por productos crecen considerablemente en comparación a 2021.

El número total de ventas a nivel europeo asciende a los 31.839 billones (un 8,9% más que en 2021).

Por su parte, los ingresos totales del mercado europeo también mejoran, con un total de 16,69 billones de euros, un 15,3% más que en el ejercicio anterior (contando solo los productos dispensados de OCS y máquinas tipo vending. Si abarcamos el total de ingresos de todas las tipologías, el mercado europeo se queda a punto de rozar los 20 billones de euros (19,92).

En cuanto al volumen, las máquinas de bebidas calientes continúan su posición líder con el 81% del total; seguidas de las máquinas de bebidas frías, con un 11%, un 7% para los snacks y 1% de alimentos; un reparto idéntico al obtenido durante el ejercicio anterior.

De media, la penetración global de las máquinas automáticas en toda Europa vuelve a ser de unas 175 personas por máquina.

DINÁMICAS DEL MERCADO EUROPEO

Como viene ocurriendo desde 2019, el negocio de las bebidas calientes se está premiumizando; los operadores y dueños de los servicios de bebidas están colocando equipos de mayor calidad, normalmente bean-to-cup, y ahora con vasos de papel: el auge de las cafeterías al estilo americano se traduce ahora en una oferta mejor y de mayor valor en el lugar de trabajo.

Por su parte, los coffee corner premium están creciendo rápidamente en muchos países, principalmente en sitios públicos, pero también en lugares de trabajo. En relación a ello, la cuota de nuevas máquinas semiautomáticas table top OCS equipadas con un módulo de leche líquida ha aumentado significativamente desde 2019.

Además, las máquinas Snack & Combi también se están premiumizando con una cuota creciente que enfría su contenido a $\leq 4^{\circ}\text{C}$. Estas son adecuadas para la venta de alimentos frescos, la cual está en incremento, en gran parte como respuesta al trabajo híbrido y a la reducción de las cafeterías y restaurantes en el lugar de trabajo:



HOSHIZAKI

LEADING NATURALLY

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

DUAL TAP

¡Calculato aquí!



SCAN ME



‘La telemetría y el telecontrol son los pilares sobre los que se construye el concepto de Smart City’

A RAÍZ DE LA CELEBRACIÓN DE LA PRIMERA EDICIÓN DE LA JORNADA ‘IOT ALAI SUMMIT MADRID’, CONVOCADA EL PASADO 22 DE NOVIEMBRE EN EL COLEGIO OFICIAL DE ARQUITECTOS DE MADRID POR ALAI SECURE, HABLAMOS EN EXCLUSIVA CON SU DIRECTOR GENERAL, CARLOS VALENCIANO. CON ÉL ABORDAMOS LOS NUEVOS RETOS DEL SECTOR UNATTENDED ANTE LA LLEGADA DEL 5G, EL POTENCIAL DE LOS DISPOSITIVOS CONECTADOS Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS.

H: ¿Cuál es la importancia del “IoT Alai Summit Madrid” en el panorama tecnológico actual, especialmente considerando el aumento de dispositivos conectados y la llegada del 5G?

C.V: Nace para convertirse en el evento de referencia en el ecosistema del Internet de las cosas, tanto en España como en Hispanoamérica. La idea surge de nuestro propio día a día. Como proveedor de conectividad M2M, a diario en nuestras reuniones con clientes, tenemos la suerte de tratar con empresas, empresarios, emprendedores y fabricantes pertenecientes a diferentes industrias verticales: seguridad, teleasistencia, telemedicina, PoC, PoS, Telemetría de ascensores, Telemetría en movilidad, GPS, Wearables, etc y disfrutamos y aprendemos de la brillantez y del talento de todos ellos. Al conocer los casos de éxito y su expertise nace el IoT Summit, con la única vocación, compartir conocimiento entre industrias y generar un espacio para el networking, en el que existiera traspaso de conocimiento y negocio entre ellas.

H: En el contexto de la atención de emergencias, ¿cómo la tecnología 5G y las redes privadas ofrecen nuevas oportunidades para situaciones críticas, según la perspectiva de Alai Secure?

C.V: A pesar de que los servicios de emergencia no están a la vanguardia tecnológica en lo que a telecomunicaciones se refiere, podemos estar seguros de la calidad de sus intervenciones por con la llegada del 5g pueden contar con redes privadas, que les permitan tener máxima disponibilidad y prioridad, además de contar con network slicing.

Además, la tecnología 5g y las redes privadas permitirán poder contar con rebanadas de red de transmisión privadas donde se puede priorizar su tráfico y por tanto gestionar las emergencias pudiéndose apoyar no solo en la voz, si no en imágenes de video en tiempo real y de alta calidad, ahí se producirá el verdadero cambio.

H: Desde la perspectiva de Alai Secure, ¿cómo ve el impacto de este evento en el desarrollo futuro del IoT en España y más allá, especialmente con la tecnología 5G asentándose y la revolución del IoT en marcha?

C.V: Vale la pena resaltar que el foro tiene tres objetivos principales:

- Generación de contenidos de valor por parte de los líderes de las industrias conectadas con las que trabajamos a diario

- Creación de un espacio permanente de intercambio de experiencias y conocimiento

- Networking entre industrias que habitualmente no hablan entre sí.

Por lo cual, permite que los participantes puedan adquirir conocimientos entre verticales de negocio los cuales les permitirán preparar a sus compañías al momento de enfrentar los desafíos tecnológicos y de negocio de la mejor manera.

H: Considerando el aumento de dispositivos conectados y la llegada del 5G, ¿cómo cree Alai Secure que el “IoT Alai Summit Madrid” abordará los desafíos específicos relacionados con la distribu-

ción automática, un sector clave impulsado por la conectividad de dispositivos?

C.V: Al momento de construir nuestra agenda uno de nuestros retos es contar con diversidad de expositores, esto permite que podamos abordar temas de diferentes sectores. En la edición de Madrid uno de los participantes fue Imagina Ingenio, empresa líder en España en la digitalización de la industria de la distribución automática, con la que pudimos deducir que, al igual que en otras industrias conectadas, la llegada del 5G y de otras tecnologías como NB IoT generará nuevos servicios de valor añadido y oportunidades de negocio.

H: Hablando de ciudades inteligentes y la importancia de la telemetría y el telecontrol seguro, ¿de qué manera estos elementos son esenciales para la operación exitosa de sistemas de distribución automática en entornos urbanos altamente conectados?

C.V: Podemos afirmar con rotundidad, que la telemetría y el telecontrol, son los pilares sobre los que se construye el concepto de Smart city. La recopilación de datos mediante la sensorización (Telemetría) y la gestión de esos datos para poder realizar acciones remotas en cualquier punto de la ciudad (Telecontrol) nos permiten gestionar una ciudad conectada y segura.

H: Dado el crecimiento del mercado de comunicaciones M2M/IoT en España, según los datos de la CNMC, ¿cómo ve Alai Secure que este ascenso imparable del IoT impactará específicamente en la distribución automática y los dispositivos conectados en este sector?

C.V: Me gustaría traer a colación un dato clave que nos compartió Francisco de Análisis Mayson, el estado actual de las industrias conectadas es el aún de infancia, y al mismo tiempo el de crecimientos desaforados con crecimientos anuales de negocio por encima del 20%, y así seguirá siendo los próximos 7 a 10 años como nos ha compartido.

Frente a lo anterior, al igual que en otras industrias, se contará con mayor seguridad, más tecnología, mayor disponibilidad y mayor velocidad.



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



Frente al 'peak coin', los **pagos digitales** continúan su revolución



En un mundo cada vez más conectado y digitalizado, la forma en que realizamos pagos ha experimentado una transformación radical en los últimos años. El dinero en efectivo, que durante siglos fue el protagonista indiscutible de las transacciones económicas, se encuentra ahora en un declive inexorable. El fenómeno recuerda al "peak oil", el momento en que la producción mundial de petróleo alcanza su punto máximo antes de entrar en declive; en este caso, estamos presenciando el "peak coin", el momento en que el uso de billetes y monedas llega a su cúspide antes de disminuir.

EL BANCO DE ESPAÑA: DESTRUYENDO MÁS DINERO DEL QUE IMPRIME

El Banco de España, la entidad encargada de gestionar el dinero en circulación, está sintien-

do los efectos de esta revolución financiera.

Por primera vez desde la creación del euro en 2002, la importación de los billetes en circulación es inferior al registrado en aquel entonces.

En los primeros ocho meses de este año, el Banco de España ha retirado 10.175 millones de euros más de los que ha puesto en circulación, según datos recientes. Esto es un reflejo claro de cómo los pagos digitales están desplazando al dinero físico.

EL PAPEL DE LA PANDEMIA EN LA ACCELERACIÓN DEL CAMBIO

La pandemia de COVID-19 ha accionado como un acelerador en la adopción de pagos digitales. La facilidad y seguridad que ofrecen los datos, bizum y las aplicaciones de pago móvil

se volvieron esenciales durante los momentos de confinamiento y distanciamiento social.

Los consumidores demandaban alternativas al dinero en efectivo para minimizar el contacto físico y buscar el riesgo de contagio.

Funcas, una institución de investigación económica, identifica a la pandemia como el punto de inflexión que impulsó los cambios en los hábitos de pago.

Esto, al mismo tiempo, ha llevado a un aumento en la demanda de métodos de pago sin efectivo en máquinas expendedoras y sistemas de distribución automática.

EL PANORAMA EUROPEO Y ESPAÑOL

El Banco Central Europeo (BCE) también revela un cambio significativo en las tendencias de pago. El uso de efectivo ha disminuido del 80% de las transacciones en 2016 al 59% en 2022.

Sin embargo, cuando se analiza la importa-



ción total gastado, los ciudadanos de la zona euro ya están gastando más dinero digitalmente que en efectivo.

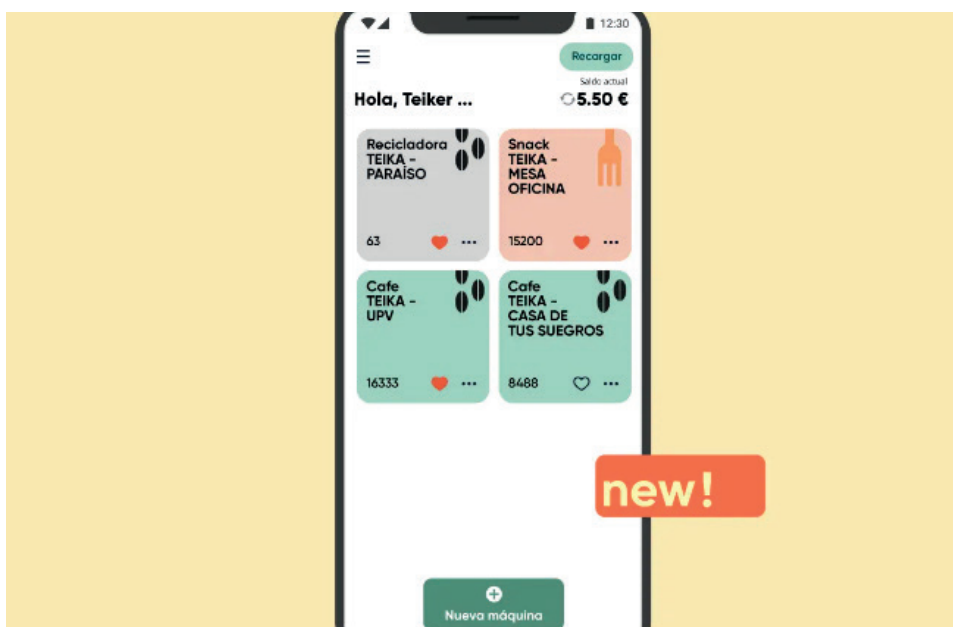
En España, la tendencia es similar. Aunque el pago en efectivo sigue siendo común entre los particulares, el importe promedio con tarjeta duplicada al realizado en efectivo. Según el Banco de España, las tarjetas representan ya el 65% de las importaciones pagadas en comercios.

EL AUGE DE LAS ALTERNATIVAS DIGITALES

El cambio no se limita a las tarjetas de crédito y débito; el pago a través de dispositivos móviles y el uso de la plataforma digital bizum también están ganando terreno.

Bizum, respaldado por los principales bancos españoles, ya cuenta con 50.000 comercios asociados.

La consultora KPMG predice un crecimiento del 61% en la adopción de pagos digitales entre 2025 y 2030, mientras que Capgemini estima un aumento anual promedio del 15% hasta 2027.



El dinero en efectivo está en declive, y la revolución de los pagos digitales se encuentra en pleno apogeo. La pandemia ha acelerado este cambio, impulsando la adopción de pagos electrónicos por parte de consumidores y empresas.

Esto tiene un impacto directo en la industria de la distribución automática, ya que se requie-

ren nuevas soluciones para adaptarse a las preferencias de pago cambiantes de los consumidores.

La tecnología y la innovación seguirán desempeñando un papel fundamental en la evolución de los métodos de pago y en la forma en que interactuamos con las máquinas expendedoras en un futuro cada vez más sin efectivo.



Respondiendo a nuestros lectores: Las preguntas sobre la calidad de agua en las máquinas

Las máquinas automáticas están preparadas para elaborar bebidas calientes y frías- in situ. En pocos segundos, son capaces de servir al cliente una taza humeante y recién hecha de su bebida favorita, espresso, té, capuccino, chocolate... Pero todo ello no sería posible sin el uso de agua, el ingrediente común en todas estas preparaciones y que sirve tanto para elaborar el café como para reconstituir cualquier preparado o granulado de leche o cacao.

La calidad del agua en las máquinas automáticas importa, y mucho. Las bebidas calientes son las estrellas de la distribución automática. En oficinas, aeropuertos, estaciones de ferrocarriles, centros de salud, universidades... las máquinas de bebidas atraen la atención de los usuarios por su practicidad y conveniencia.

Su funcionamiento es cada vez más cómodo y su oferta cada vez más amplia, aunque la verdadera diferencia entre unas y otras es la

calidad de las bebidas que ofrecen.

Y esto es así gracias a las mejoras técnicas de las máquinas, pero sobre todo, por la progresiva introducción de mejores calidades de materia prima para la preparación de las bebidas y la atención creciente de los operadores a un elemento común e indispensable en cualquiera de estas elaboraciones, el agua.

Si bien todas estas cuestiones están cada vez más extendidas entre los profesionales del sector, siempre existe algún tipo de duda sobre la real importancia de usar un agua de calidad en la máquina expendedora, sobre todo para aquellas nuevas caras que deciden apostar por la industria unattended.

En ese sentido, vamos a dar respuesta a las preguntas que más nos llegan de parte de nuestra audiencia; además de brindar una sección concreta sobre la importancia del agua en

la distribución automática.

🌐 ¿CÓMO SE CONSIGUE EL MEJOR CAFÉ EN LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA?

El mejor café para vending se consigue con un grano de café de calidad, una máquina expendedora en perfecto estado de funcionamiento, programación, mantenimiento e higiene y un agua adecuada para la elaboración de bebidas, tanto café como chocolate, té o batidos.

El principal ingrediente de una taza de café es el agua. De hecho, el agua es el único medio posible para extraer los componentes del grano de café y convertirlos en una bebida rica y agradable.

A pesar de este importante protagonismo del agua en la elaboración de la taza de café, no siempre se dedica atención suficiente a este elemento y no son pocas las ocasiones en las que un excelente grano ofrece un pobre resultado en taza por culpa de la mala calidad.

del agua en la realización del café.

🔗 ¿CÓMO INFLUYE EL AGUA EN EL SABOR DEL CAFÉ Y OTRAS BEBIDAS CALIENTES DE LAS MÁQUINAS?:

El agua en la máquina expendedora tiene la función de diluir los componentes del grano de café molido y los preparados y granulados de leche o cacao para elaborar las bebidas que ofrece la máquina expendedora.

Como sucede en la preparación de cualquier café, entre un 95 y un 98% de la taza es agua, por lo tanto, el agua de la máquina debe ser de calidad si aspiramos a un buen café.

De igual forma, el cacao y los preparados industriales en polvo y granulados para la elaboración de bebidas calientes requieren agua equilibrada y de calidad que no neutralice las características originales del producto y las eleve a la máxima excelencia.

Debido a los tratamientos a los que se somete el agua de red, esta no resulta adecuada para cumplir con estos objetivos y solo el agua filtrada cumple con las características necesarias para garantizar un buen café de venta sin sabores extraños, aromas ajenos y un aspecto distorsionado. a causa del agua de preparación.

🔗 ¿POR QUÉ PONER UN FILTRO DE AGUA EN UNA MÁQUINA EXPENDEDORA?:

El agua para las bebidas en las máquinas automáticas no debe transferir a las preparaciones sabores ni aromas extraños, como el del cloro, y debe cumplir con ciertas características de mineralización y acidez concretas para asegurar una correcta disolución de los componentes del grano de café molido. que ofrecerán a nuestra bebida el sabor, la consistencia y la apariencia final de una taza perfecta.

La poca o excesiva mineralización y acidez del agua del grifo sin filtrar influye negativamente en la calidad de las bebidas calientes de vending, y tiene consecuencias nefastas sobre la conservación y funcionamiento de las máquinas expendedoras.

La cal y la presencia de partículas finas y gruesas en el agua sin filtrar, provocan numerosas averías en las máquinas expendedoras de bebidas, ya que la cal y estas partículas se depositan en los circuitos, contenedores internos de agua e inyectores, dificultando su correcto funcionamiento. y provocando fallos que acaban con la máquina parada y provocando gastos extraordinarios en reparaciones



y pérdida de ingresos.

🔗 ¿CONSEGUIRÉ CON UN FILTRO DE AGUA MEJOR SABOR Y CREMA PARA MI CAFÉ?

Un filtro de agua actúa contra las altas concentraciones de minerales de las aguas duras que no permiten desarrollar plenamente el aroma y sabor del café, y regula la composición de las aguas blandas ricas en sustancias no deseables que dan como resultado, cafés amargos, astringentes, sin aroma ni crema. La preparación de una buena taza de café implica el uso de un buen grano y también de un agua de calidad libre de sabores y olores.

Definitivamente sí, con un filtro de agua sí se consigue mejorar el sabor y la crema del café, además de su aroma y aspecto en taza. Claro que, también necesitaremos una buena materia prima de café y que la máquina esté correctamente ajustada para la preparación de la bebida, dosis, temperatu-

ra, presión.

🔗 ¿CUÁL ES EL MEJOR FILTRO DE AGUA PARA UNA MÁQUINA AUTOMÁTICA?

En las máquinas de autoservicio, los sistemas profesionales de filtración de agua representan un paso más allá de los tradicionales descalcificadores, útiles tan solo para “disfrazar” algunos aspectos propios del agua de red, pero del todo incapaces de filtrar el agua, una operación fundamental si queremos estar seguros de no alterar ni el sabor ni la cremosidad original de las bebidas. La mejor opción para tus máquinas.

Y es en este sentido que los sistemas profesionales de filtración de agua se han posicionado como la mejor opción en materia de calidad de producto resultante y, también, de mantenimiento de equipos.

Buena muestra de ello es la gama de filtros PURITY de BRITA que mejoran la calidad del agua para preparar las bebidas calientes de las máquinas; ampliando además, notablemente, la vida útil de estas máquinas expendedoras.

ECONOMÍA



Por primera vez el **OCS** representa más de un tercio total en término de **máquinas**



LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA EN EUROPA SIGUE EN AUGE SEGÚN EL ÚLTIMO INFORME DE LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE VENDING Y SERVICIOS DE CAFÉ. POR SU PARTE, LOS MICROMARKETS EXPERIMENTAN UN CRECIMIENTO INTERANUAL IMPRESIONANTE EN TODA EUROPA.

En una emocionante revelación para la distribución automática y los servicios de café en Europa, la EVA ha lanzado su esperado informe anual, basado en los datos actualizados hasta finales de 2022.

Los números no mienten y, según el informe de la EVA -basado en los datos actualizados hasta finales de 2022-, el mercado del vending en Europa sigue experimentando un crecimiento continuo.

La recuperación económica que comenzó en 2021 se mantiene sólida, con un aumento en la base de máquinas, el número de vendedores y los ingresos en comparación con el año anterior.

Estos indicadores son una buena noticia

para un sector que ha enfrentado desafíos significativos durante la pandemia.

Sin embargo, el informe también revela una realidad más matizada. Al comparar los datos con los niveles de 2019, antes de la pandemia, surgen diferencias notables.

Aunque el número de máquinas ha aumentado ligeramente, tanto las ventas como los ingresos siguen siendo inferiores. El vending disminuía en 2022 en más de un 20%, lo que podría indicar una reducción más permanente debido a la consolidación del trabajo híbrido.

Erwin Wetzel, director General de EVA, comentó sobre este fenómeno: "Lo que más me llama la atención del nuevo informe es que,

por primera vez, el OCS representa más de un tercio del total del sector en términos de máquinas. Desde un punto de vista más general, las estadísticas del informe son un tanto dispares. Todos los indicadores clave tienen buen aspecto si los comparamos con los del año anterior, pero está claro que el sector sigue estando bastante lejos de los niveles de 2019. La cuestión que debemos explorar de cara al futuro es cómo pueden compensar los operadores la pérdida aparentemente permanente de expendedoras del trabajo híbrido."

Además de proporcionar datos sobre la distribución automática, el informe de la EVA también se aventura en nuevas áreas, ofreciendo por primera vez información sobre smart fridges y dispensadores de agua. Estas categorías prometen ser áreas de interés clave en las próximas ediciones del informe.

EL INFORME DE MERCADO DE LA EVA SE PRESENTÓ POR PRIMERA VEZ EN LA EVEX 2023, CELEBRADA ESTE AÑO EN BUCAREST.

Algunas conclusiones clave del informe:

🌐 El número total de máquinas en Europa sigue en aumento, alcanzando los 4,45 millones.

🌐 Italia recupera su posición como el mercado más grande, con 826.000 máquinas.

Los Países Bajos lideran en términos de vending, con un impresionante aumento del 15% desde 2021, llegando a 4.850 millones de euros.

🌐 Alemania se consolida como el mercado más grande en términos de ingresos, con 2.800 millones de euros, representando un aumento del 16% respecto a 2021.

🌐 Los micromarkets experimentan un crecimiento interanual impresionante en toda Europa.

🌐 La adopción de las smart fridges supera a la de los micromarkets, y los proveedores están viendo un aumento significativo en esta área.



Contratos deficitarios amenazan la industria italiana de vending



En el mundo empresarial, la libertad de interpretar el mercado y aplicar estrategias es un derecho inalienable de cada emprendedor, pero también un deber que conlleva la responsabilidad de asumir las consecuencias de las decisiones tomadas.

En esta línea, nos sumergimos en un tema de preocupación creciente que ha llamado la atención de la comunidad de la distribución automática en Italia y que plantea cuestionamientos profundos sobre el futuro del sector.

Si bien es uno de los sectores más prósperos, la distribución automática también se

enfrenta a desafíos como la adjudicación de contratos públicos deficitarios.

Estos contratos, en algunos casos, han comenzado con márgenes negativos; han sido perdidos en más de una ocasión e incluso han sido rechazados por los propios gestores de la estructura.

Sin embargo, lo más sorprendente es que, de repente, algunos de estos contratos se están otorgando a cifras disparatadas, con bases de subasta que superan ampliamente cualquier lógica en términos de rentabilidad.

Este fenómeno se está extendiendo por toda Italia, y el último episodio en la ASL de Lombardía ha generado una alarma aún mayor.

Según información proporcionada por Fantavending, hablamos de ofertas de hasta 10 millones de euros por lotes que, en opinión de muchos, son claramente tóxicos, plantean una pregunta crucial:

¿Cuál es la lógica detrás de ganar contratos que, desde el principio, parecen condenados al fracaso?

Este regreso a un pasado oscuro amenaza el futuro de la distribución automática, ya que la falta de rentabilidad no puede ser sostenida indefinidamente.

Las máquinas expendedoras están perdiendo dinero, mientras que los funcionarios públicos se frotan las manos por las sumas astronómicas que se obtienen en subastas que parecen desafiar la lógica.

En definitiva, el vending en Italia está atravesando un período de incertidumbre marcado por contratos deficitarios y ofertas astronómicas por lotes que parecen condenados al fracaso. Es fundamental que el sector se replantee su enfoque y busque soluciones sostenibles en lugar de confiar en promesas vacías.

El futuro de la distribución automática en Italia depende de ello, y es responsabilidad de todos los actores del sector encontrar una respuesta coherente y viable a este desafío. Estaremos atentos para ver cómo avanza esto.

ECONOMÍA

La *megalicitación* de Stellantis sacude el mercado de la **distribución automática** en Europa

La distribución automática, un sector en constante evolución, ha sido testigo de un importante punto de inflexión este año con la adjudicación de un contrato crucial por parte de Stellantis, el gigante automovilístico europeo.



Este evento ha tenido un profundo impacto en varios actores clave en la industria, incluidos GR del Grupo Elah Dufour, IVS y Selecta Italia. La megalicitación europea de Stellantis ha desencadenado una serie de cambios significativos que merecen una atención especial.

LOS PROTAGONISTAS: IVS GROUP, SELECTA ITALIA Y GR

Con una larga trayectoria dentro de la industria automotriz, GR, del Grupo Elah Dufour, se encontraba en una posición única, ya que Stellantis representaba una parte sustancial de su volumen de negocios. La adjudicación de este contrato era de vital importancia para la empresa.

En lo que respecta al Grupo IVS, a pesar de haber salido de varios contratos públicos en Italia, IVS estaba considerando seriamente la posibilidad de participar en la licitación de varios lotes internacionales en Italia, Francia, España y Alemania. La empresa enfrentaba el desafío de mantener márgenes ajustados en un concurso de tal magnitud.

En un intento por revertir la tendencia a la baja en su volumen de negocios durante varios trimestres, Selecta Italia tenía grandes expec-

tativas en relación con la megalicitación. Habían logrado asegurar un contrato con el gigante de la energía ENI y estaban ansiosos por obtener otro contrato significativo.

LOS DESARROLLOS CRUCIALES: IVS GANA MÚLTIPLES LICITACIONES

La megalicitación europea de Stellantis ha resultado en una serie de desarrollos cruciales en el mundo de la distribución automática:

A tenor de los desafíos significativos, IVS Group logra ganar la licitación en Italia, Francia y Alemania; una gran consecución con la que la compañía tendrá que operar en tres frentes internacionales; un reto considerable, pero también una oportunidad para expandirse en el mercado europeo.

Selecta Italia, a pesar de sus esfuerzos, solo ha podido ganar la licitación en España. Esto fue una decepción para la empresa, que esperaba aumentar su volumen de negocios en otros mercados europeos.

En ese aspecto, tanto la adjudicación de la megalicitación a IVS y Selecta Italia en ciertos países, ha dejado a GR en una posición vulne-

nable.

La pérdida de un cliente tan importante como Stellantis representa un duro golpe para su volumen de negocios.

La megalicitación europea de Stellantis en 2023 ha transformado el panorama del unattended en Europa.

Mientras IVS se prepara para asumir la responsabilidad en varios frentes internacionales, Selecta Italia se enfrenta a la necesidad de diversificar sus éxitos. GR del Grupo Elah Dufour, por otro lado, deberá repensar su estrategia en ausencia de un cliente tan influyente.

Esta adjudicación ha demostrado una vez más que los contratos de esta magnitud son un desafío que requiere dedicación y sacrificio, y los resultados pueden ser inciertos.

El tablero de la distribución automática se ha sacudido con este evento, y el futuro de los participantes dependerá de su capacidad para adaptarse a esta nueva realidad.



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

SALUDABLE

Tiendas de *Bienestar*: la evolución del retail que aúna **innovación tecnológica** y nuevas experiencias



En el dinámico mundo de la distribución de productos de bienestar, continúa el asentamiento de la automatización del retail, una nueva forma de entender el servicio basándose en la atención, comodidad y cuidado del cliente. Estas tiendas de bienestar, que abrazan la distribución automática a través de máquinas expendedoras y soluciones tecnológicas, han dado un giro impresionante de la manera en que las personas acceden a productos y servicios relacionados con la salud y el bienestar.

La evolución de negocios como Droguerías Cafam, empresa de parafarmacia ubicada en Colombia, en los últimos años es un claro ejemplo de la vinculación de las tiendas con la distribución automática, en otras palabras, de la hibridación de modelos de negocio.

Bajo el objetivo en el deseo de crear conexiones más profundas con las personas, han dado el salto a la implementación de nuevos

servicios, de nuevas experiencias. Y es que la distribución automática permite, aunque pueda sonar contradictorio a priori, precisamente eso: cercanía, seguridad y calidez.

De ahí saltamos a un nuevo concepto de retail: Tiendas de Bienestar. En su caso, la empresa ofrece un espacio donde la confianza florece y donde la salud es su prioridad número uno.

Estas tiendas ofrecen un portafolio especializado en pilares de salud y bienestar que incluye cuidado de la piel, cuidado capilar, cuidado del bebé, aseo personal, nutrición especializada y medicamentos.

Uno de los principales motores de cambio ha sido la automatización. Las tiendas de bienestar han incorporado máquinas expendedoras estratégicamente ubicadas en sus instalaciones para ofrecer una amplia gama de produc-

tos de salud y bienestar de manera rápida y conveniente.

Estas máquinas no son simplemente expendedores de productos; están diseñados pensando en las necesidades de los clientes y ofrecen productos de calidad, pero también transmiten cercanía, cuidado y atención a las empresas afiliadas.

Pero la innovación no se detiene en la oferta de productos: Cafam ha apostado por soluciones tecnológicas que permiten una interacción más cercana con sus clientes.

Pantallas táctiles estratégicamente ubicadas en las tiendas permiten a las personas conectarse con la marca y acceder a una amplia gama de productos para la salud.

Además, las máquinas expendedoras diseñadas con un enfoque centrado en las necesidades del cliente no ofrecen solo productos de calidad, sino también un servicio que irradia cuidado y atención a las empresas afiliadas.

Un paso audaz hacia el futuro es el lanza-

miento de Smart Cafam, un formato híbrido que combina el mundo online con la experiencia física.

En espacios compactos, los clientes pueden solicitar medicamentos y productos esenciales a través de pantallas táctiles y recibirlos en la comodidad de sus hogares. Además, han lanzado soluciones de autoservicio en nuevas ubicaciones, lo que facilita aún más el acceso a la salud para todos.

PERSONALIZACIÓN: CUIDADO INDIVIDUALIZADO Y ACCESIBILIDAD

Otro aspecto clave de esta evolución es la personalización de los servicios. Las tiendas de bienestar han dejado de ser simples puntos de venta y se han convertido en lugares donde el cliente se siente verdaderamente atendido.

La tecnología permite a los clientes acceder a productos específicos que se adaptan a sus necesidades de salud y bienestar. Las recomendaciones personalizadas, basadas en datos y preferencias del cliente, hacen que cada visita a la tienda sea única.

Precisamente, lo que motiva a este tipo de negocios es la experiencia del cliente. Y es que este tipo de apuestas son un ejemplo de cómo la innovación y la tecnología pueden potenciar la experiencia del cliente y mejorar la calidad de vida de las personas.

Con su enfoque en la salud y el bienestar, están cambiando las reglas del juego en el mundo de las tiendas de bienestar.

La evolución del retail de parafarmacia a tiendas de bienestar basadas en la automatización y la personalización de servicios representa una visión audaz de lo que el futuro puede deparar. Estas tiendas no solo ofrecen pro-



ductos de alta calidad, sino que también se han convertido en lugares donde la salud y el

bienestar de los clientes son la prioridad número uno.



Evolución constante en el número de empresas de vending en la Comunidad Valenciana



En 2020, el sector de la distribución automática registró en la Comunidad Valenciana un notable aumento del 30% en el volumen de negocio respecto al año anterior, superando el crecimiento del período 2018-2019.



El tamaño de la actividad de la distribución automática en la Comunidad Valenciana ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años, según datos de la Encuesta Estructural de Empresas: Sector Comercio 2020 del INE. Este crecimiento se atribuye, en parte, al aumento de empresas dedicadas a la venta por internet, una tendencia impulsada por los cambios en los hábitos de consumo provocados por la pandemia de COVID-19.

En 2020, el sector registró un notable aumento del 30% en el volumen de negocio respecto al año anterior, superando el crecimiento del período 2018-2019. La explicación se apoya en la situación económica y el incremento potencial del negocio a través de plataformas en línea.

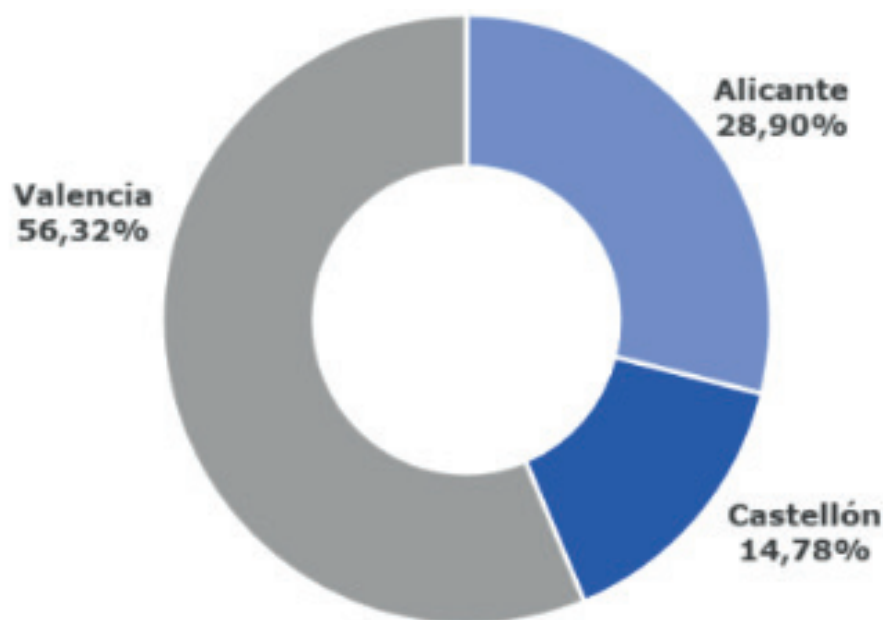
CLIENTES POTENCIALES Y EXIGENCIAS DEL MERCADO

Echemos un vistazo ahora a las posibilidades de la clientela potencial. En la distribución automática, esta se divide principalmente en dos categorías: instituciones públicas y empresas en general.

La competencia por contratos, especialmente en el caso de instituciones, es intensa, y las exigencias incluyen precios competitivos, frecuencia de limpieza y abastecimiento eficiente.

La experiencia y el tamaño de la empresa desempeñan un papel crucial en la expansión de la cartera de clientes.

La atención a detalles como la calidad del servicio, la limpieza de las máquinas, y la atención al cliente son elementos diferenciadores clave en un mercado donde la competencia en precios es fuerte.



¿CUÁNTAS EMPRESAS DE VENDING HAY Y QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENEN?

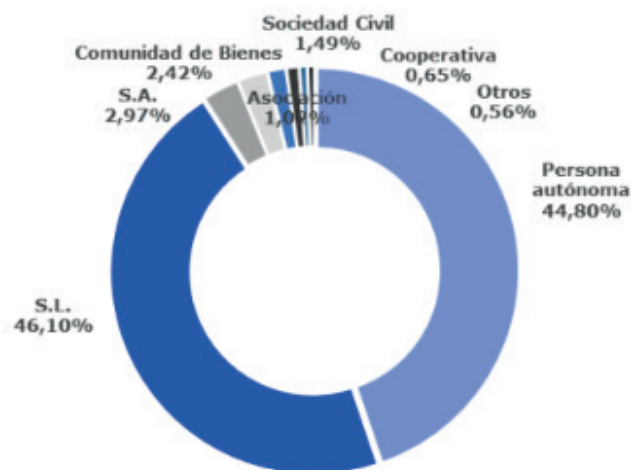
Dentro de esta competencia hay que distinguir dos grupos:

-Grandes empresas y multinacionales:

No existen demasiadas y sin embargo se van introduciendo en la Comunidad Autónoma. Compiten en precios, pero sus servicios en muchas ocasiones resultan deficientes, tal y como recogen desde el CEEI.

-Pequeñas empresas: Se puede hablar de atomización de la oferta. Existe una gran cantidad de ellas con posibilidades de diferenciación en cuanto a calidad de servicio, producto, y atención personalizada a la clientela.

En cuanto a su distribución territorial, destaca la concentración existente en la provincia de Valencia con un 56%, y minoritariamente en la de Alicante (29%) y la de Castellón (15%).



Fuente: Fichero de empresas de Camer

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES: DEPENDENCIA ECONÓMICA Y ELEMENTOS CLAVE

El vending en la Comunidad Valenciana muestra una alta dependencia de la coyuntura económica. Los periodos de recesión o inflación afectan negativamente al consumo de las familias.

La falta de financiación para la renovación del parque de máquinas es un desafío, pero la diferenciación mediante la calidad del servicio emerge como un factor clave para competir.

La búsqueda de personal cualificado, la

posibilidad de desarrollo en modalidades como el vending público y la dedicación a pequeñas empresas, así como la innovación constante en productos y servicios, son oportunidades destacadas para las empresas del sector.

EVOLUCIÓN POSITIVA Y DESGLOSE ESTADÍSTICO

La evolución de la distribución automática en la Comunidad Valenciana desde el año 2000 ha sido positiva, con un aumento constante en el

número de empresas dedicadas a la actividad.

El período entre 2015 y 2020 fue especialmente notable, con la creación de más de 130 empresas. Los últimos dos años también han experimentado un crecimiento, con la creación de 39 nuevas empresas en este sector.

El desglose estadístico muestra que la facturación más común para estas empresas es de menos de 300.000 euros, representando el 52%.

Estas empresas suelen tener un menor número de máquinas y requieren menos personal para gestionarlas, lo que resalta la diversidad del mercado del vending en la región.

A grandes rasgos, el sector del unattended en el territorio valenciano se presenta como un sector en constante evolución, con un crecimiento sostenido, desafíos específicos y oportunidades para aquellos dispuestos a diferenciarse mediante la calidad del servicio y la innovación.



Entender el valor nutricional del café para propulsar un servicio premium

Cuando entendamos al café como un elemento nutricional y no una simple bebida, comenzaremos a justificar los nuevos modelos que están surgiendo de la mano de la restauración automática y su cambio de precio lógico. El valor de lo premium y lo nutricional ha llegado para darse.

A medida que la ciencia avanza y nuestra esperanza de vida se extiende, la calidad de esa vida se ha convertido en el foco de atención. No es suficiente vivir más; Aspiramos a vivir mejor.

En este contexto, la dieta juega un papel crucial, y entre los alimentos que elegimos, el café emerge como un compañero diario que va más allá de un simple placer: es un aliado en nuestra búsqueda de bienestar.

En el continuo esfuerzo por entender y promover la conexión entre el café y la nutrición, Espresso Coffee & More ha estado a la vanguardia de esta exploración. No se trata simplemente de disfrutar de una taza de café, sino de comprender los beneficios nutricionales que esta antiquísima bebida puede aportar a nuestra salud diaria.

Esta bebida ancestral es una constante en la historia humana, una tradición que se ha tejido en el tejido social de innumerables culturas. Con más de dos mil millones de tazas consumidas diariamente en todo el mundo, el café es una experiencia compartida que nos

une. Y mientras disfrutamos de su sabor y aroma, también podemos apreciar su papel en nuestra nutrición.

DESNUTRICIÓN: UN RIESGO QUE EL CAFÉ AYUDA A COMBATIR

En el corazón de una dieta equilibrada, encontramos alimentos que son esenciales no solo por su valor energético sino también por su capacidad para prevenir enfermedades crónicas.

Es aquí donde destaca el café, no solo por su sabor único, sino también por su contribución a una nutrición equilibrada. De hecho, estudios realizados por diferentes científicos en colaboración con Espresso han revelado que el café, consumido de manera responsable, puede ser un complemento para una dieta equilibrada, ofreciendo una variedad de nutrientes y diferentes componentes bioquímicos que actúan como un agente preventivo contra diversas enfermedades.

Los alimentos que consumimos deben ser valorados no solo por las calorías que aportan sino también por su contribución a la salud celular y metabólica.

El café, en este sentido, es más que una bebida: es una fuente de nutrientes y de estas estructuras bioquímicas que intervienen en las diferentes rutas metabólicas de los macro y micro nutrientes que desempeñan funciones estructurales, reguladoras y energéticas en

nuestro cuerpo.

La nutrición óptima es aquella que nos protege de enfermedades crónicas y mejora nuestra calidad de vida. En este paradigma, nuestra bebida se sitúa como un elemento valioso, especialmente cuando se elige con cuidado y se disfruta con moderación, como podría ser una taza de café de calidad, preparada con atención a la tradición y la excelencia.

RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA: UN CAMBIO DE PRECIO LÓGICO

Este cambio de percepción no solo tiene implicaciones en nuestras elecciones personales, sino que también está dando forma a nuevas tendencias en la restauración automática. Los modelos que priorizan la calidad y los beneficios nutricionales sobre la cantidad están emergiendo como líderes en este sector en evolución. En lugar de simplemente ofrecer café como una bebida de rutina, los negocios están abrazando la noción de que el café puede ser una contribución valiosa a la nutrición diaria.

El cambio de precio lógico que acompaña a este modelo se justifica por la inversión en la calidad del café y su aporte nutricional. Los consumidores, cada vez más informados y conscientes de su salud, están dispuestos a pagar por una experiencia que va más allá de la simple saciedad de la seda o el deseo de cafeína.

Las **tres 's'** de la distribución automática: un equilibrio entre **sostenibilidad, salud y seguridad**



El sector europeo de la distribución automática y servicios de café se encuentra en la vanguardia de la sostenibilidad y la innovación, alineándose con los objetivos del Green Deal europeo. A través de un compromiso constante con la sostenibilidad y la eficiencia energética, esta industria ha logrado promover la circularidad de sus máquinas y procesos; al mismo tiempo que ofrece una amplia gama de opciones a los consumidores.

No obstante, dada la naturaleza desatendida del sector, es necesario abordar desafíos específicos para garantizar una transición sostenible.

MINIMIZANDO RESIDUOS A TRAVÉS DEL DISEÑO MODULAR

Con más de 4 millones de máquinas expendedoras en toda Europa, este sector ofrece un acceso conveniente a una variedad de productos que van desde alimentos y bebidas hasta artículos electrónicos. Como ya sabemos, lo que hace que este enfoque sea especialmente sostenible es la construcción modular de estas máquinas.

Esta característica permite una mayor reparabilidad y la posibilidad de intercambiar componentes; en otras palabras, se puede extender significativamente la vida útil de las máquinas. Aunque la vida útil típica de una máquina de snacks es de ocho años, su construcción modular puede permitir un uso mucho más prolongado, reduciendo así la cantidad de residuos electrónicos.

MÁQUINAS INTELIGENTES QUE AHORRAN ENERGÍA

La industria del unattended europea ha estado comprometida con el ahorro energético durante mucho tiempo. Por ejemplo, la incorporación de luces LED y funciones de apagado automático en las máquinas expendedoras ha contribuido en gran medida a minimizar el consumo de energía, especialmente durante las horas en que el espacio que alberga la máquina está cerrado, como oficinas o fábricas.

Para promover aún más las tecnologías de ahorro energético, se ha establecido el Protocolo de Medición Energética voluntario, desarrollado por la EVA. Además, las máquinas expendedoras refrigeradas cumplen con las

normas de diseño ecológico y etiquetado energético de la UE.

FOMENTANDO UN MAYOR RECICLAJE

El sector es consciente de su papel en la promoción de prácticas sostenibles a lo largo de la cadena de valor. En respuesta a la lucha contra los productos de plástico desechables, muchas máquinas expendedoras de café modernas están equipadas con sensores que detectan la presencia de vasos reutilizables y permiten que las bebidas se dispensen en ellos. Además, se han implementado etiquetas informativas en máquinas específicas, como parte de proyectos en curso en países como Alemania o incluso en las instituciones de la UE en Bruselas. De hecho, la industria de la distribución automática destaca en Europa como pionera en la reducción del impacto de los plásticos de un solo uso, como se ejemplifica en el proyecto "Rivending" en Italia, que ahorra 13,000 toneladas de CO2 al año al racionalizar la recogida y reciclado de vasos desechables.

EQUILIBRIO ENTRE SOSTENIBILIDAD Y SALUD Y SEGURIDAD

La naturaleza desatendida de la industria ofrece comodidad a los consumidores, pero también exige considerar los aspectos de salud y seguridad. En entornos como hospitales o estaciones de tren muy concurridas, los vasos de un solo uso garantizan niveles óptimos de higiene y seguridad para los consumidores. En estos casos, los operadores se aseguran de proporcionar puntos de recogida de residuos adecuados.

En esencia, el sector de la distribución y restauración automatizadas y servicios de café en Europa se ha convertido en un referente en sostenibilidad e innovación. Desde el diseño modular de las máquinas hasta la implementación de tecnologías de ahorro energético y la promoción de prácticas sostenibles, esta industria demuestra su compromiso con un futuro más sostenible y circular. A medida que continúa adoptando nuevas tecnologías digitales para mejorar la experiencia del cliente, el sector está en una posición única para seguir liderando el camino hacia una economía más sostenible en Europa.



Descubre todos los
detalles de nuestra oferta
matipay.com

Soluciones de Telemetría y Pago

MOTUS

Telemetría | App móvil

- ✓ Habilite las compras de aplicaciones móviles.
- ✓ Todas las ventajas de la telemetría, venta en tiempo real y detección de alarmas, configuración remota de parámetros y precios.

META

 TAMBIÉN EN VERSIÓN MASTER EXECUTIVE/MDB

Telemetría | App móvil | Dispositivos contactless

- ✓ Habilite las compras no solo con la aplicación móvil sino también con dispositivos contactless.
- ✓ Fiabilidad y seguridad del crédito en la nube, sin posibilidad de clonación.

META-CC

 TAMBIÉN EN VERSIÓN MASTER EXECUTIVE/MDB

Telemetría | Tarjetas de crédito | App móvil | Dispositivos contactless

- ✓ Compras con tarjetas de crédito y débito, aplicaciones móviles y dispositivos contactless.
- ✓ Pagos aceptados: Visa PayWave®, MasterCard®, PayPass™, American ExpressPay® y otros.

Versión Master Executive/MDB

In aggiunta alle funzionalità della versione slave, **Meta** e **Meta-CC** nella versione Master Executive/MDB permettono di:

- ✓ Gestión de periféricos (cambiadores, lectores de billetes, selectores de monedas,...) y otros sistemas de pago.
- ✓ Gestión de tablas de precios y más de 300 líneas de precios.



Software

App móvil

- ✓ Satisface el deseo de descanso de tus clientes aprovechando descuentos y promociones en la app para realizar compras en tus punto de ventas.

Web App

- ✓ Gestión, configuración y control en remoto de tus máquinas con análisis de datos comerciales y técnicos.
- ✓ Análisis y gestión de datos del consumidor final, atención al cliente, programas de fidelización y promoción, definición de ofertas personalizadas sin intervención in situ.
- ✓ Integración completa con tu software de gestión, intercambio automático de datos anagráficos, técnicos y de consumo.

App de operador MatiTech

- ✓ Comprobación del estado operativo y actualización del firmware;
- ✓ Cambios de precios y detección de ventas;
- ✓ Caducidad del producto y recarga de la máquina.



FRIGO

Servicio de alimentos automatizado

- ✓ Oferta de negocio más amplia y mayores márgenes.
- ✓ Disponible 24/7 y diseñado para acomodar comidas listas para comer y de calidad superior.

Unidos por la excelencia: **Alimentaria & Hostelco 2024**



El mundo de la hostelería, distribución automática y la alimentación volverán a encontrarse en una de las grandes ferias nacionales, que vuelve a conformar la unión de dos gigantes, Alimentaria y Hostelco, en un evento que promete ser una experiencia inolvidable. La colaboración entre estas dos ferias emblemáticas es un claro ejemplo de cómo la unión hace la fuerza, y en 2024, se unen para celebrar la excelencia en el sector. Alimentaria & Hostelco 2024 será una plataforma que ofrece múltiples oportunidades para la internacionalización, la innovación, la gastronomía y la especialización.

La alianza entre Alimentaria y Hostelco es un motivo de orgullo para el sector horeca, de alimentación y de la industria unattended. Ambos eventos han sido referentes en sus respectivos campos, y al unirse, prometen lle-

var la excelencia a un nivel superior. Esta unión no solo representa un hito en la historia de ambas ferias, sino que también demuestra la fortaleza y la capacidad de adaptación de la industria ante los desafíos actuales.

Alimentaria & Hostelco 2024, que tendrá lugar del 18 al 21 de marzo de 2024 en el habitual recinto de Gran Via de Fira de Barcelona, se presenta como una plataforma única que ofrece múltiples oportunidades para el crecimiento y la innovación en el sector.

Este evento estará estructurado en varios sectores y salones clave, cada uno de los cuales promoverá las últimas tendencias y novedades en áreas específicas:

1. INTERNACIONALIZACIÓN: En un mundo cada vez más globalizado, la internacionali-

zación es esencial para el crecimiento de las empresas del sector de la alimentación y la hostelería. Alimentaria & Hostelco 2024 brindará a las empresas la oportunidad de establecer contactos internacionales, explorar nuevos mercados y expandir sus horizontes.

2. INNOVACIÓN: La innovación es la clave para mantenerse relevante en cualquier industria. En este evento, se destacarán las últimas tendencias tecnológicas y las soluciones innovadoras que están revolucionando el sector. Los asistentes podrán conocer de primera mano las últimas novedades en maquinaria, equipamiento y tecnología relacionada con la hostelería y la alimentación.

3. GASTRONOMÍA: La gastronomía es una parte fundamental de la experiencia culinaria. Alimentaria & Hostelco 2024 celebrará la diversidad gastronómica con demostraciones de chefs de renombre, degustaciones y eventos culinarios que resaltarán la excelencia en la cocina y la hospitalidad.

4. ESPECIALIZACIÓN: Cada subsector dentro de la industria de la alimentación y la hostelería tiene sus propias particularidades y desafíos.

En este evento, se prestará especial atención a la especialización, brindando a los profesionales la oportunidad de profundizar en áreas específicas y adquirir conocimientos especializados que impulsarán sus carreras.

Alimentaria & Hostelco 2024 es más que un evento; es un testimonio de la dedicación y la pasión que impulsa a la industria de la alimentación y la hostelería hacia la excelencia; una excelencia motivada por la apasionante restauración automática.

La unión de estos dos gigantes promete ofrecer una experiencia única que fortalecerá la colaboración, fomentará la innovación y elevará los estándares de calidad en el sector. Este evento es una cita obligada para todos aquellos que buscan alcanzar la excelencia en un mundo en constante evolución.

‘Un viaje alrededor del porvenir’ de la **distribución automática:** **Calendario de 2024**

Con 2023 llegando su fin, es momento de mirar hacia delante y anticipar las novedades y tendencias que marcarán el rumbo de la industria del unattended en 2024. El calendario de eventos para el año que viene se presenta repleto de oportunidades para los profesionales del sector.



11-13 DE ENERO - ESTAMBUL

La primera cita la tenemos en Turquía de la mano de VENDIST, feria líder del país que muestra los últimos productos en las áreas de máquinas expendedoras automáticas, máquinas expendedoras de alimentos y bebidas, máquinas expendedoras de entretenimiento y tecnologías de autoservicio.

Al tiempo que saca a la luz el potencial de negocio, la exposición también ayuda a la expansión empresarial al reunir a los profesionales del sector.

VENDIST, de la que es socia la EVA, tendrá lugar en el marco de ATRAX.

3-7 DE FEBRERO - STUTTGART

Si bien febrero lo domina la escena española, es Alemania quien abre el mes junto a INTERGAS-TRA, feria en el sector de la hostelería y la gastronomía. Cada dos años, los visitantes profesio-

nales recogen información sobre las principales áreas de alimentación/cocinas, mobiliario y vajilla, servicio e informática, bebidas, café y helados.

Este evento para el sector de la hostelería presenta innovaciones y ofrece oportunidades para el intercambio de ideas entre especialistas. La feria cuenta además con el apoyo de la Asociación Alemana de Vending (BDV) y dedicará un pabellón al OCS y al vending.

5-7 DE FEBRERO - MÁLAGA

A partir de aquí, las principales ferias las encontraremos en casa. Y así, nos trasladamos al sur de España para acudir a la próxima edición de H&T, el evento malagueño dedicado a la industria horeca.

Por ahora, el Salón H&T es el único punto de encuentro del sur Europa dedicado a la hostelería y la hotelaría, en el que la innovación es el eje transversal tanto de su oferta expositiva como de su panel de contenidos.

Aquí encontraremos a compañías de la distribución y restauración automáticas presentando sus últimas soluciones, así como grandes tostadores del país. Se celebrará, como siempre, en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (FYCMA).

5-7 DE FEBRERO – HORECA BALEARES

Justo en la misma fecha se llevará a cabo HORECA Baleares, celebrada en Consorci Veïdrom Illes Balears Palma de Mallorca para proyectar las novedades de empresas de España e internacionales vinculadas con los sectores de Alimentación.

HORECA Baleares se caracteriza por ser el punto de unión de profesionales del canal hostelería, restauración y turismo, donde se puede encontrar los productos y servicios necesarios para renovar, mejorar y estar a la última en cuanto a novedades del sector en todos los ámbitos.

19-21 DE FEBRERO – MADRID

HIP es una de nuestras grandes recomendaciones para los profesionales de la distribución automática, que este año contarán con mayor espacio y posibilidades en el evento.

El Horeca Professional Expo es la cumbre anual de innovación para el canal horeca, y una

plataforma diferente e innovadora para impulsar el negocio con un enfoque disruptivo con tendencias, productos y soluciones específicas para cada segmento de la industria: bar, restaurante, hotel, colectividad, distribución automática, take away o servicios al viajero.

Con el lema “Higher Power,” esta nueva edición promete ser un faro de energía e inspiración para todos los actores de la industria en la península Ibérica.



TU BILLETE HACIA UN VENDING SMART

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

PAGOS DIGITALES
RÁPIDOS, CONVENIENTES, UNIVERSALES

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

Bonificación inmediata en el Banco al realizarse la venta.

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



8-12 DE MARZO - HAMBURGO

INTERNORGA es la feria líder del sector de la hostelería y la restauración en Alemania. Durante este evento, los visitantes pueden descubrir las nuevas tendencias mediante una gran combinación de expositores internacionales; ofreciendo una visión global de todo el mercado de la restauración y la hostelería.

El evento, de cinco días de duración, reúne a los principales responsables nacionales e internacionales, a los líderes del mercado y a los recién llegados al sector.

18-21 DE MARZO – BARCELONA

Del 18 al 21 de marzo de 2024, los protagonistas de la industria de la restauración y la hostelería tienen una cita en el recinto de Gran Via de Fira de Barcelona.

HOSTELCO Y ALIMENTARIA regresan con una misión clara: dinamizar el negocio del sector, conquistar nuevos mercados internacionales y presentar las últimas innovaciones de la industria.

Pero esta vez, lo hacen con un giro revolucionario al unir en un solo espacio la oferta de equipamiento y productos alimentarios para una amplia gama de actores, desde restaurantes y hoteles hasta centrales de compras, distribución y retail.

20 DE MARZO - MILTON KEYNES

VENDEX MIDLANDS es una exposición de un día para la industria en Inglaterra. Se viene celebrando desde hace 20 años y su éxito crece anualmente. Se la conoce como la feria en la que “el comercio compra”, ya sea maquinaria, ingredientes, productos o bienes y servicios.

VENDEX MIDLANDS atrae a propietarios de empresas y altos directivos de operadores de vending, empresas de catering, proveedores de servicios y gestores de instalaciones.

22-25 DE ABRIL – SALÓN GOURMETS

Un mes posterior, volvemos a Ifema para acudir a la celebración de Salón Gourmets. Así, 36 Salón Gourmets vuelve del 22 al 25 de abril de 2024 para ofrecer a los expositores, mediante el Hosted Buyers Program, una oportunidad para ampliar su red de negocio a escala internacional; pudiendo reunirse con compradores de diferentes partes del mundo en el Business Center.

Encontraremos soluciones y productos gourmet a lo largo de los cinco pabellones de Ifema (Madrid), lo que supone todo un hito para la feria dedicada a la alimentación y bebidas.

Café, aceites, vinos, dulces, conservas y todo un repertorio de máquinas automáticas y soluciones de restauración darán vida a los pabellones en un momento clave de la estrategia comercial de compradores y productores.

7-9 DE MAYO - DALLAS

Inaugurando el mes de mayo nos topamos con otro evento de referencia, el estadounidense THE NAMA SHOW, que ofrece tecnología, productos y soluciones para operadores y profesionales responsables de servicios de ocio y conveniencia.

El salón amplía los límites de los servicios de conveniencia para ofrecer nuevas y gratificantes experiencias a los consumidores en todos los espacios donde la gente vive, trabaja y se divierte.

15-18 DE MAYO - MILÁN

En mayo también encontramos VENDITALIA, otra feria internacional potente y una de las líderes indiscutibles. Es un escenario global que permite a todos los proveedores y operadores del sector conectar, aprender y crecer en el sector a nivel internacional.

Para la edición de 2024 del evento, que se trasladará al gran centro de exposiciones de Fieramilano Rho, se hará hincapié en la “internacionalización” atrayendo a expositores y compradores de Asia, EE.UU., Oriente Medio y el Norte de África.

27-29 DE JUNIO - COPENHAGUE

WORLD OF COFFEE tendrá lugar en el corazón

meridional de Escandinavia. Copenhague es un próspero centro de comercio, cultura y gastronomía, una capital de lo cool. Histórica y moderna a partes iguales, Copenhague es un anfitrión casi perfecto para la feria europea de cafés especiales en 2024.

3-5 DE SEPTIEMBRE - BANGKOK

Pisando cada vez más fuerte está Vend ASEAN, celebrada durante 3 días en Bangkok, Tailandia. Vend ASEAN, la única feria de máquinas expendedoras e instalaciones de autoservicio del Sudeste Asiático, se celebró por última vez en 2023 y atrajo a un gran número de marcas de renombre nacionales e internacionales.

Este evento se anuncia como la cita ineludible para los actores de la industria de la distribución automática en el sudeste asiático desde la primera edición en 2018.

16-18 DE OCTUBRE - CANNES

El año que viene, EVEX se organizará en colaboración con LE FORUM y NAVSA (Asociación Francesa de Vending). El evento tiene como objetivo reunir a los principales actores de la industria de toda Europa, así como a los actores y operadores locales, y está especialmente diseñado para proporcionar visibilidad y oportunidades de networking.

La EVA organiza cada año la European Vending Experience (EVEX) en colaboración con una asociación nacional de vending.

El programa de EVEX 2024, que se está elaborando actualmente, se celebrará paralelamente al de Le Forum, aunque conservando sus características específicas, e incluirá dos días de conferencias, creación de redes, actividades culturales y una exposición comercial, así como la asamblea general anual de la EVA.

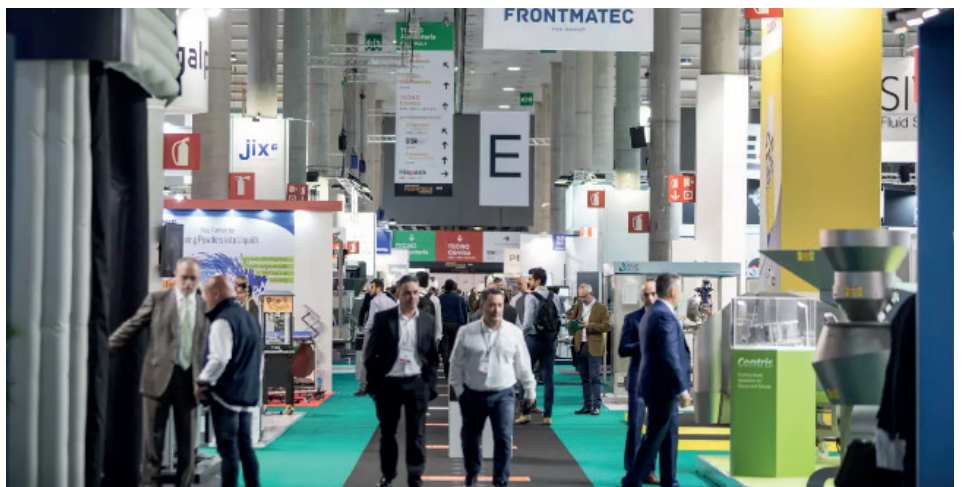
3-7 DE NOVIEMBRE - PARÍS

Sin perder de vista Francia, la siguiente cita será EQUIPHOTEL PARIS, feria idirigida a los profesionales del sector de la hostelería.

Este evento se celebra cada dos años para apoyar en la gestión diaria y el desarrollo de nuevos proyectos en la restauración a un público diverso que incluye a profesionales de la hostelería, gerentes y propietarios de residencias turísticas, chefs cualificados, profesionales de la restauración, especificadores, OS & E y FF & E compradores e inversores, entre otros.

6 DE NOVIEMBRE - LEEDS

Cerramos la temporada de eventos internacionales con VENDEX NORTH, la exposición británica de un día de la saga de VENDEX (que empieza en 2024 con la VENDEX MIDLANDS en Milton Keynes).



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

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



GAMA IMPULSE

Erogamos un mundo mejor

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



Gestión digital del café

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

Una oferta completa, poderosa y hoy también muy beneficiosa.




newis

EVOCAGROUP

Descubre todas nuestras soluciones digitales

En HIP del 6 al 8 de Marzo
Pabellón 5, Stand 5F637
newis.evocagroup.com

Venditalia 2024 ya es récord de inscripciones



Más de 100 expositores ya han confirmado su presencia en la que promete ser una de las grandes ferias del año, que tendrá lugar del 15 al 18 de mayo de 2024.



A poco más de seis meses de Venditalia 2024, la feria dedicada a la distribución automática, celebrada en Milán, ya ha batido nuevos récords de presencia. A estas alturas de la feria, las cifras de inscripción nunca habían sido tan altas: Más de 100 expositores ya han adquirido una importante superficie de exposición en los pabellones 8-12 de Fieramilano Rho.

El evento es el espejo de un sector que, a pesar de las crisis mundiales, sigue siendo vital: en los primeros nueve meses de 2023, la distribución automática, de hecho, ha seguido creciendo, registrando 1.200 millones de facturación (+1,8%), y más de 3.000 millones de consumo (+1,7%).

Una recuperación más contenida que en el mismo periodo de 2022, cuando el consumo había crecido un 8%. Así lo reflejan los datos de IPSOS para la Confida.

Italia, en el campo de las máquinas expendedoras, encabeza el territorio europeo generando un empleo de más de 33 mil personas, e incluyendo a más de 3.000 empresas.

VENDITALIA SE CELEBRARÁ POR PRIMERA VEZ EN FIERAMILANO RHO

Venditalia 2024, organizada por Venditalia Servizi y promovida por CONFIDA, se celebrará del 15 al 18 de mayo de 2024 y, por primera vez, tendrá lugar en el innovador barrio de Fieramilano Rho, un área de exposición única por la funcionalidad de los espacios, la variedad de los servicios y la accesibilidad, capaz de ofrecer a todos los expositores variedad de servicios y de vanguardia, tanto físicos como digitales.

La feria se encamina hacia una previsión de entradas agotadas, como ya ocurrió en la pasada edición. Por ello, se insta a todos los expositores que aún no hayan formalizado su inscripción a que se pongan en contacto con la organización de la feria, ya que la parrilla de exposición se está llenando rápidamente.

En el área de expositores de la web podemos encontrar toda la información para reservar el stand deseado.

“La lista de expositores inscritos en la feria sigue creciendo, no sólo en cantidad, sino también en calidad, dada la importancia de las empresas que ya han confirmado sus espacios. Entre ellas figuran destacados líderes en muchas de las categorías de mercancías representadas en la feria”, adelantan desde la organización.

Venditalia se confirma como una cita ineludible para todas las empresas del sector del unattended, así como de sectores afines como el comercio especializado, las tiendas automáticas 24 horas y Horeca. Los organizadores aspiran a batir el récord de 20.000 visitantes alcanzado en la pasada edición invirtiendo diversos recursos para aumentar la internacionalización de la feria y ampliando la presencia de compradores procedentes también de China, Japón, Estados Unidos, Oriente Medio y el norte de África.

Salón Gourmets 2024: Fortaleciendo la internacionalización de la industria española



El sector agroalimentario español, protagonista en la escena manufacturera del país, ocupando el 24,2% de este sector según el Instituto Nacional de Estadística (INE), se halla nuevamente en el centro de atención con la próxima edición del 37 Salón Gourmets, previsto del 22 al 25 de abril de 2024 en IFEMA Madrid.



Bajo la premisa de impulsar la exportación y el crecimiento de las empresas nacionales, este evento anual funciona a modo de catalizador para la internacionalización de la gastronomía española.

Tal y como recoge el INE, el sector agroalimentario no solo representa un 22,6% de las personas ocupadas en España, sino también un sustancial 20,4% del valor añadido, subrayando así su relevancia en la economía española.

Este sólido respaldo se traduce en el Salón Gourmets, que, consciente de su papel en la industria gastronómica, ha implementado el Hosted Buyers Program (HBP) en colaboración con ICEX-España Exportaciones e Inversiones. Este programa de encuentros comerciales no solo fomenta el diálogo entre expositores y compradores internacionales, sino que también pretende posicionar a las empresas españolas

en los mercados internacionales.

El objetivo principal del HBP es claro: proporcionar a los expositores la oportunidad de internacionalizar sus empresas y expandir la presencia de sus productos a nivel mundial.

La meticulosa selección de perfiles del sector gourmet, realizada cada año por el Grupo Gourmets en colaboración con ICEX, garantiza que los encuentros sean fructíferos y alineados con las necesidades comerciales de ambas partes.

La herramienta HBP Matchmaking, una avanzada plataforma de gestión de reuniones comerciales, desempeña un papel crucial en este proceso.

Esta tecnología pretende fomentar encuentros eficientes y promover la posibilidad de cerrar acuerdos entre potenciales partners.

El compromiso del Salón Gourmets por la innovación empresarial y la internacionalización se respalda con la invitación a compradores extranjeros, seleccionados por su capacidad de compra.

La previsión para 2024 es superar las cifras de la edición anterior, lo que subraya la confianza en el éxito de este programa.

En 2023, 202 compradores de Europa, Asia, América, África, Australia y Nueva Zelanda se beneficiaron de esta aplicación, que facilita la búsqueda de expositores acorde a sus preferencias y necesidades comerciales.

Así, la próxima edición promete ser un hito significativo en la agenda del comercio internacional de alimentos gourmet, consolidando la posición de España como un actor destacado en el escenario global de la gastronomía.

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**



El auge de la **restauración automatizada experiencial** y **‘premium’** llega a **HIP 2024**



HIP incorpora por primera vez el negocio de la restauración automática, que vive un cambio de paradigma en búsqueda de un servicio personalizado y de calidad. Automated Foodservice Expo se celebrará en el marco de HIP – Horeca Professional Expo para dar a conocer las novedades del segmento. Por primera vez, se llevará a cabo un Summit dirigido especialmente a la industria unattended.



La restauración automatizada está inmersa en una transformación que la está llevando a un cambio de paradigma. El auge de las tecnologías exponenciales, con el liderazgo de la Inteligencia Artificial, el reto prolongado de la falta de profesionales en la hostelería, y la necesidad de la demanda de consumir alimentos y bebidas en cualquier momento son algunos de los factores que han inducido a una revolución en este segmento.

Si estás interesado en participar o visitar el evento, escríbenos a info@hipala.es para obtener mayor información.

Para dar respuesta a las exigencias que requiere el mercado y revalorizar el atractivo de la restauración automatizada, la categoría está evolucionando hacia un concepto más experiencial, personalizado, cercano, y de calidad.

Es por este motivo que cada vez más establecimientos hosteleros y espacios optan por la incorporación de nuevos puntos inteligentes de restauración que ofrecen un servicio continuado, con productos más selectos y adaptados a los gustos del consumidor.

En este contexto, España presenta un total de ventas de 2.067 millones, y unos ingresos por producto de 1.105 millones de euros, tal y como recoge el último informe de mercado la Asociación Europea de Distribución Automática (EVA).

Las cifras hablan por sí solas. La distribución automática ha evolucionado conceptualmente, y las cifras del sector muestran un crecimiento notable. España, con un crecimiento del 13,7% en total de ventas, grita a voces su deseo de esa innovación y servicio por parte del unattended. Así, la categoría está en un momento de desarrollo sostenido que la está llevando a un impulso a causa de las innovaciones que incorpora.

LOS ÚLTIMOS CONCEPTOS DE RESTAURACIÓN AUTOMATIZADA CONQUISTARÁN HIP

Con el objetivo de mostrar la transformación de

la restauración automatizada y dar a conocer las tendencias, tecnología, y conceptos que se alzan a su alrededor, HIP 2024 albergará por primera vez el “Automated Foodservice Expo”, de la mano de Hostelvending.

Se trata de un espacio expositivo en el que estarán presentes, por una parte, las firmas líderes que ofrecen la última tecnología en máquinas de restauración automatizada, sistemas de pago, alimentos y bebidas, packaging, o digital signage; y por otra parte, los operadores que ofrecen soluciones integrales para empresas, hoteles, residencias, áreas de servicio, o estaciones, y que visitarán HIP en búsqueda de nuevos conceptos como dispositivos de café superautomáticos, córnere personalizados, micromarkets o neveras inteligentes, entre otros.

CARGANDO MOTORES PARA EL SUMMIT MÁS ESPERADO PARA LA INDUSTRIA UNATTENDED

La zona expositiva se complementará con un Summit específico dentro de Hospitality 4.0 Congress donde se debatirá hacia donde se dirige el segmento y se mostrarán las soluciones de restauración no atendidas por personal que están destacando por la experiencia que vive el consumidor, ya sea en un hotel, un coworking, o un aeropuerto entre otros.

El Summit abordará soluciones de restauración no atendidas por personal, destacando la excelencia en emplazamientos diversos. Una cumbre creada por y para entender al cliente final, para poder ofrecerle una experiencia única, personalizada y, por qué no, de élite.

De hecho, es algo que ya estamos viviendo: soluciones de autor en servicios automatizados que miman al cliente, que le brindan una oferta basada en sus gustos y preferencias; creando un momento íntimo, cálido y, al mismo tiempo, eficiente.

En este contexto, la octava edición de HIP congregará del 19 al 21 de febrero en IFEMA Madrid a más de 45.000 profesionales de la hostelería que acudirán para, a través de conceptos disruptivos como la nueva restauración automatizada, ser más competitivos y eficientes.

Los encargados de dar soluciones a las necesidades de estos profesionales serán las más de 650 firmas expositoras y 600 expertos, que darán las claves para crear una industria más experiencial, tecnológica, creativa, respetuosa con el medio ambiente, y rentable en su gestión, operaciones y equipos.



INSTANT BEVERAGE LAB

LAOHOTEL

Ofrece el mejor
**Sabor y
calidad**



¡Descubre
nuestra web!



+ENWWW.HOSTELVENDING.COM

**your
best
break
.com**



Sabes que en nuestros
distribuidores puedes encontrar...



Los mejores cafés seleccionados,
ecológicos y de comercio justo

ivsiberica.com