

## La Barista

TEMPLO  
CAFÉS

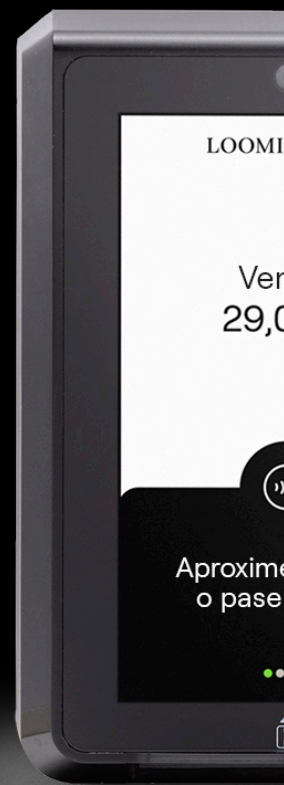


LOOMIS—PAY

## 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.

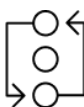
Se incorpora fácilmente en todos los quioscos de autoservicio  
y cumple con los estándares de la EVA.



ANDROID



REST API & MDB



APLICACIÓN  
PERSONALIZADA



IP55 IK08

## Opciones de pagos admitidos:



VISA



G Pay



Apple Pay



LOOMIS—PAY  
loomispay.es



## ESPECIAL RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA

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



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



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

### ENTREVISTAS

**6/** Alvaro de Laguno, CEO de Hostelvending

### CAFÉ

**8/** Sabor de resiliencia: El café cubano rompe fronteras para renacer en el Reino Unido

**10/** España lidera la revolución del café: nuevos formatos, aumento de la calidad y automatización

**12/** El café experimenta una jornada positiva al cerrar con un aumento del 1,9% en enero

### EMPRESAS

**14/** Muere Félix Guinduláin Vidondo, fundador visionario de Jofemar: Un legado de Innovación y éxito empresarial

**16/** IVS Group fortalece su liderazgo en el mercado europeo con la adquisición total de Time Vending

### Vending

**18/** Evoca Iberia anuncia su calendario de Formación Técnica para el 2024

**20/** Selecta se hace con la megalicitación del Aeropuerto de Madrid

### PRODUCTOS

**28/** Coffee cApp de IVS Ibérica: Revolucionando tu café con 1,6 millones de usuarios y descuentos personalizados

**29/** NESCAFÉ® en granos 100% venezolanos: La nueva propuesta de Nestlé Professional

**31/** Las superautomáticas de café, en su "Inteligencia Artificial" era

### ARTÍCULOS

**26/** Así será la Alimentación en 2050: menús personalizados por IA, metaverso y restaurantes



# Hostel Vending • nº 141 enero-febrero 2024

# SUMARIO 141



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



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

automáticos

**38/** La distribución automática: Un viaje lucrativo e inquebrantable en tiempos inciertos

**76/** HIP 2024: Convergencia en la Restauración Automática: ¿Hacia dónde nos dirigimos?

## ASOCIACIONES

**36/** Distribución Automática en Europa: Entre desafíos legislativos y avances tecnológicos

## NOTICIAS

**51/** Desafíos y oportunidades para los equipos de autoservicio en la era de pagos móviles

**53/** Hospitales estadounidenses implementan Amazon Just Walk Out en su servicio de restauración

**55/** ¿Queremos un negocio de distribución automática eficiente? Empecemos por el agua

**59/** El mercado de las superautomáticas alcanza

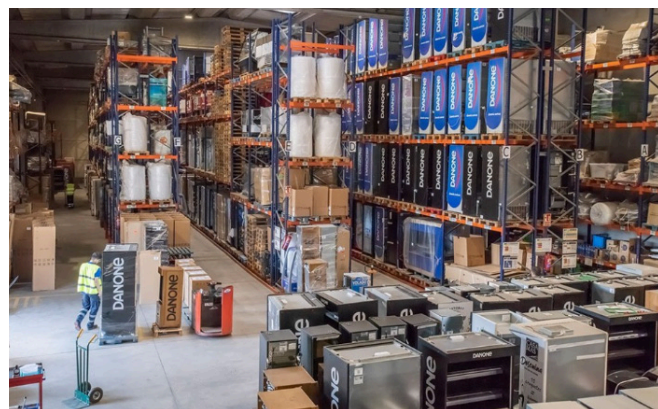
los 4,6 billones de dólares en 2023

## FERIAS

**66/** Alimentaria & Hostelco 2024: Plataforma internacional con participación récord

**67/** Calendario de 2024 de la distribución automática: Ferias de febrero a diciembre

**73/** H&T supera las expectativas y reúne a más de 18.000 profesionales



“Aquellas empresas que han aceptado el desafío y abrazan el cambio tecnológico son las que han terminado convirtiéndose en las protagonistas”



EN EL DINÁMICO MUNDO DEL RETAIL, ES FUNDAMENTAL ESTAR AL DÍA CON LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS Y NOVEDADES, Y HOY, TENEMOS EL PLACER DE CONTAR CON ÁLVARO DE LAGUNO, DIRECTOR DE LA PRESTIGIOSA REVISTA “HOSTELVENDING”, LÍDER EN EL CAMPO DE LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA. LA REVISTA ES VITAL PARA LOS PROFESIONALES DEL SECTOR PARA ENCONTRAR INFORMACIÓN Y ANÁLISIS SOBRE LAS TENDENCIAS EMERGENTES, TECNOLOGÍAS INNOVADORAS Y LAS PERSPECTIVAS FUTURAS EN LA INDUSTRIA, Y SU DIRECTOR, UNA FUENTE INAGOTABLE DE CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA.

**M: Para empezar, nos gustaría conocer un poco más sobre su trayectoria profesional. ¿Cómo comenzó su carrera en el mundo de la distribución automática y qué le llevó a dirigir la revista ‘Hostelvending’?**

A: Mi camino en el mundo editorial lo comienzo en el año 96, con la publicación de otra revista enfocada en los juegos recreativos y en los medios de pago. Dar el salto al sector de la distribución automática fue un paso natural, y en el año 2001 mi mujer y yo dimos inicio a la revista Hostelvending con mucho cariño. Por ese entonces no había web, y tuvimos el placer de emprender la que seguramente fue en España la primera revista profesional y gratuita del sector.

Antes de la primera revista, yo trabajaba en una agencia de publicidad, por lo que fui conociendo el sector de la distribución automática a tortas, sin miedo y escuchando a todos, recorriendo las ferias tanto nacional como internacionales.

**M: Respecto a la evolución del sector, en su opinión, ¿cuáles han sido los cambios más significativos en la industria de la distribución automática en los últimos años?**

A: En mis inicios, la endogamia y el inmovilismo eran los reyes en el sector. Las empresas ofrecían sus productos con miedo, sin pretender diferenciarse de los demás más allá que jugando con sus precios. Si ha habido cambios, el más significativo ha sido sin duda de mentalidad.

Cuando empecé mi camino en el sector, la mayoría de profesionales eran mecánicos que se dedicaban a comprar, arreglar y colocar los equipos. Ahora, los empresarios se han integrado dentro de éste para transformarlo y cambiar mentalidades.

Hoy en día sí podemos ver que se está llevando a cabo una personalización de la oferta. Cada empresa busca diferenciarse de los demás ofreciendo una oferta distinta, por lo que ya no solo entran en juego los precios:

ahora podemos comparar prestaciones, servicios y retorno de la inversión, en un entorno con cada vez más opciones y más especializadas.

**Todo sector tiene sus desafíos. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta la industria de la distribución automática hoy día y qué oportunidades se presentan?**

Se está produciendo una convergencia tanto del retail tradicional como de la restauración automática, lo que está produciendo una integración y alineación de todos los canales de venta. La convergencia no es fácil y requiere un ritmo.

*“Saber ver cuál es el momento adecuado para la implementación de ciertas tecnologías es fundamental, porque si no, podemos encontrarnos con la dificultad del fracaso.”*



Ser el primero tiene un alto precio, pero también puede tener un gran beneficio, y saber ver el momento es muy importante, no porque yo lo diga, sino porque hay señales que nos lo marcan. Si uno sabe entender las cosas que se van produciendo alrededor, le llegará antes el momento que a otro y sabrá ver lo que los demás no ven.

*“Cada cual tiene su momento para cada cosa, hay que estar preparado para recibir la información y tomar el camino que sea. La creatividad también es esencial, y es evidente que cuanto más sepas más puertas se te abrirán a tu propia creatividad.”*

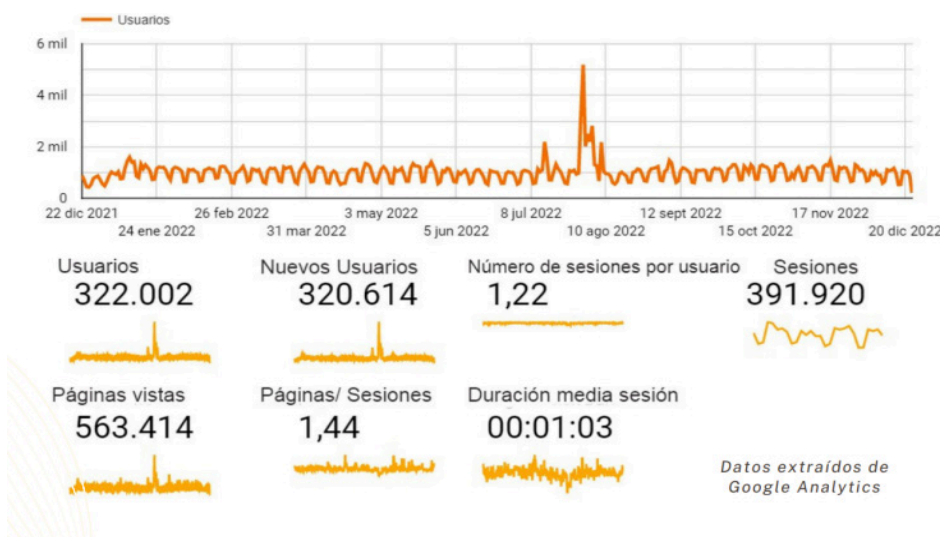
Entonces, el momento tuyo es diferente al del otro porque tienes unos conocimientos, y esos conocimientos te permiten crear soluciones totalmente disruptivas. A mi entender, METRO24st es un maestro en esto, porque hace lo que quiere hacer, lo que sabe que quiere hacer y ve el momento para hacerlo.

*“Yo soy de la opinión de que tenemos que probar. ¿Hay veces que no funcionará? Pues claro, pero si no probamos, ¿qué sabemos? Aquellas empresas que han aceptado el desafío y abrazan el cambio tecnológico son, digamos, las que han terminado convirtiéndose en las protagonistas hoy en día”.*

**Basándose en su experiencia y conocimiento, ¿cuáles cree que serán las próximas grandes tendencias en la distribución automática?**

Como hablábamos antes, las empresas están superando la barrera de los precios, y esto nos lleva a hacer nuevas apuestas por la personalización. La personalización implica retos tecnológicos que tiene uno que superar para llegar a conectar con el cliente final de una forma amable, honesta, y haciendo que se ilusione. Que se sorprenda pensando: “Jolín, me conoce mejor esta máquina que el barista de la esquina donde llevo 20 años yendo a tomar café”.

*“¿Hacia dónde vamos? Hacia un camino donde la restauración automática se está imponiendo cada vez más. España se ha convertido en un destino turístico de primera orden, y esto, si se sigue manteniendo así, evidentemente nos vamos a encontrar que siempre van a faltar profesionales.”*



Y no quiero fastidiar a nadie, pero esto también desemboca en un ahorro en costes de personal, pero a costa de trabajar muchísimo en el interior de los CRM's, la inteligencia artificial y de mil cosas más.

¿Qué nos encontraremos? Pues yo creo que nos vamos a encontrar con soluciones personalizadas de todo tipo para todo tipo de ambientes y público. Mis expectativas son, que gracias a la tecnología, la distribución automática sea capaz de ofrecer una oferta personalizada al extremo, tanto a nivel profesional como de cara al cliente final.

**Finalmente, nos gustaría saber, ¿cuáles son sus planes y expectativas para el futuro de la revista 'Hostelvending'?**

Yo personalmente estoy muy ilusionado, y además mi equipo es muy joven también, con lo cual me transmiten una vitalidad tremenda y están todo el día proponiendo cosas.

A nivel de contenidos tenemos un reto diario, siempre intentamos tener una visión precisa de aquello que va a pasar y con esto nos movemos y proporcionamos nuestra opinión a todo el público que nos lee, para que ellos mismos después, vayan tomando decisiones. Nosotros no vamos a imponer nada, pero evidentemente lo que no vamos a participar es en la baja calidad.

Tenemos otros retos que son la imagen y las implementaciones tecnológicas dentro del medio digital, queremos seguir aplicando cosas que son nuevas. Nuestros lectores son personas muy específicas y ya segmentados por ellos mismos, quiero decir, que ya han elegido y ya saben lo que quieren, por lo que estoy reticente en la implementación de la IA en Hostelvending.

*“El crecimiento que hemos experimentado en los últimos años ha sido muy grande, y ya estamos cerca de 400.000 lectores anuales, que son números importantes dentro de nuestro sector relativamente joven. Sabemos que Hostelvending ha conseguido cruzar las fronteras nacionales y nos alegra que nuestros clientes estén consiguiendo expandirse con nosotros a nivel internacional.”*

Ahora, nuestra prioridad es trabajar por hacer el medio más cercano, más amigo, y sobre todo, más usable desde el móvil con nuevos cambios muy importantes que queremos incorporar de cara a esta temporada. Estamos muy contentos con nuestro proyecto y vamos a seguir trabajando para ofrecer mucho más y seguir creciendo.



# Sabor de **resiliencia**: El **café cubano** rompe fronteras para renacer en el Reino Unido



El acuerdo entre Lavazza y las cadenas de supermercados forma parte de un ambicioso plan para revivir la industria cafetera cubana, que ha visto una drástica disminución en su producción, pasando de 50.000 toneladas anuales en la década de 1950 a solo 8.000 toneladas actualmente.



**El aroma característico del café cubano se abrirá paso por primera vez en el Reino Unido, gracias a un acuerdo entre Lavazza, el gigante italiano del café, y las cadenas de supermercados Sainsbury's y Waitrose. Bajo la marca "Tierra", este nuevo producto busca no solo deleitar los paladares británicos, sino también revitalizar la industria cafetera cubana, que ha experimentado un declive desde el embargo estadounidense en la década de 1960.**

Cuba, conocida por sus puros, coches clásicos y revolución, ha sido menos reconocida por su café, a pesar de ser uno de los principales productores mundiales antes del embargo. Con la introducción del café cubano en el mercado británico, se espera reavivar la reputación de

este café, reconocido por su sabor a chocolate y frutos secos, con matices de tabaco.

**Enfrentando duras sanciones económicas, el país ha visto cómo su economía se ve afectada en varios aspectos, desde la importación de alimentos y combustibles hasta cortes de electricidad y una inflación del 45%.**

A ello se suma la falta de turistas desde la pandemia, que ha agravado aún más la situación, dejando a Cuba con escasas divisas y poder adquisitivo.

En este contexto, la resurrección de la industria cafetera se presenta como un paso crucial para la economía cubana.

El enfoque se centra en las montañas de Sierra Maestra, al este de Cuba, donde Lavazza, a través de su fundación benéfica, trabaja con aproximadamente 170 agricultores, enseñándoles técnicas de cultivo y marketing para impulsar la producción de café.

Veronica Rossi, responsable de sostenibilidad de la fundación, destaca que el proyecto busca crear un entorno propicio para la venta de café cubano. Agricultores como Rafael Antonio Infante, conocido como "Tony", han optado por dedicar parte de sus tierras al cultivo de café ecológico, viendo en este mercado una oportunidad más rentable que la cría de





ganado.

La fundación de Lavazza ha asumido un papel de liderazgo en este proyecto, colaborando con el gobierno cubano.

Los beneficios obtenidos de la exportación de café cubano se reinvertirán en el proyecto a lo largo de 20 años, marcando un hito en la asociación público-privada para la revitalización de la industria cafetera.

**Sin embargo, la recuperación del café cubano enfrenta desafíos, ya que las sanciones persisten. A pesar del respaldo de 187 países, incluido el Reino Unido, para levantar el bloqueo a Cuba, este sigue en vigor debido al veto de Estados Unidos.**

La experiencia de Vietnam, que ha pasado de ser un país sin producción a ser el segundo mayor productor mundial de café en cuatro décadas, plantea la posibilidad de un camino similar para Cuba.

Aunque las circunstancias son diferentes, el compromiso cubano con la reforestación y la producción sostenible refuerza las credenciales del café "verde" de Cuba en el mercado internacional.





# España lidera la **revolución del café**: *nuevos formatos, aumento de la calidad y automatización*

A MEDIDA QUE LA CULTURA DEL CAFÉ CRECE EN ESPAÑA, SE INTRODUCEN NUEVOS MOMENTOS PARA SU CONSUMO, COMO LA MERIENDA O MEDIA MAÑANA. ESTO HA CONTRIBUIDO A UN CRECIMIENTO DEL 15% EN EL CONSUMO Y DEL 20% EN LA PRODUCCIÓN, ALCANZANDO UN TOTAL DE 209.000 TONELADAS EN 2021, SEGÚN LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DEL CAFÉ (AECAFÉ).

En los últimos años, España ha emergido como líder europeo en la revolución del café, marcando una transición notable en los gustos de los consumidores y generando nuevas oportunidades en el mercado de servicios de café. Esta transformación, según expertos como Adrián Fernández, campeón de España en 2014 y actual formador en la Academia Mocay, refleja un cambio significativo en la percepción del café, que ha pasado de ser una simple bebida para despertar a convertirse en una experiencia sensorial.

## **CAFÉ DE BAJA CALIDAD EN EL PASADO: UNA HISTORIA QUE CAMBIA**

Adrián Fernández sostiene que durante

años, los españoles estuvieron acostumbrados al "café malo", especialmente el torrefacto, cuyos granos se dañaban durante el proceso de tueste.

Este café, caracterizado por agregar un 15% de azúcar al grano y llevarlo casi a la carbonización, era popular en tiempos de posguerra debido a su bajo costo. Sin embargo, la nueva tendencia busca romper con esta tradición y exige un café de alta calidad.

El cambio en los gustos de los amantes del café se aceleró durante la pandemia, cuando el confinamiento alejó a las personas de los bares y les permitió descubrir la preparación de cafés de calidad en casa.



Esto, junto con el aumento del teletrabajo, ha introducido nuevos momentos para el consumo de café, como la merienda o media mañana.

Esto ha contribuido a un crecimiento del 15% en el consumo y del 20% en la producción, alcanzando un total de 209.000 toneladas en 2021, según la Asociación Española del Café (AECafé).

### LA AUTOMATIZACIÓN IMPULSA NUEVAS OPORTUNIDADES EN EL MERCADO DEL CAFÉ

El cambio en los hábitos de consumo de café en España no solo se refleja en la búsqueda de calidad, sino también en la forma en que se accede a esta experiencia.

El auge de servicios de café a manos de superautomáticas y la elevación de la distribución automática están transformando el panorama, creando nuevas oportunidades en el mercado español.

Durante la pandemia, con la limitación de acceso a los bares, muchos consumidores descubrieron la conveniencia y la calidad de las superautomáticas para preparar su café.

*Estas máquinas, equipadas con la última tecnología en molienda y preparación, ofrecen a los amantes del café una experiencia de alta calidad en cualquier entorno.*

Además, la distribución automática ha experimentado un impulso significativo. Lugares de trabajo, centros comerciales y otros espacios públicos están adoptando sistemas automatizados para ofrecer café de calidad de manera rápida y eficiente. Esto no solo satisface la creciente demanda de café, sino que también presenta nuevas oportunidades para empresas especializadas en servicios de café.

### OPORTUNIDADES EMERGENTES EN LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA

El cambio hacia la distribución automática no solo se trata de comodidad, sino también de oportunidades económicas.

Empresas del sector están explorando formas innovadoras de ofrecer café a través de estos sistemas, desde cafés infusionados en frío listos para consumir hasta opciones personalizables que se adaptan a los gustos individuales.

### SOSTENIBILIDAD Y AUTOMATIZACIÓN

Además, la industria del café en España está demostrando un compromiso no solo con la



calidad y la conveniencia, sino también con la sostenibilidad.

Las diferentes empresas que conforman la cadena del café no solo han adoptado tecnologías avanzadas, sino que también están implementando prácticas sostenibles, como el cultivo de un café más sostenible, el uso de materiales compostables en las cápsulas y vasos, máquinas más eficientes a nivel energético, implementación de fuentes de energía renovables en sus plan-

tas de producción...

En definitiva, el crecimiento del café de calidad en España no solo se limita a la mejora de los granos y métodos de preparación, sino que se extiende a la automatización y distribución automática. Este cambio no solo satisface la creciente demanda de los consumidores sino que también crea nuevas oportunidades en el mercado español, destacando la intersección entre la búsqueda de calidad, la conveniencia y la sostenibilidad en la experiencia del café.



# El **café** experimenta una **jornada positiva** al cerrar con un **aumento del 1,9%** en **enero**



**En una sesión marcada por un comportamiento alcista, el café cerró el pasado 9 de enero con una cotización de 184,85 euros, registrando un incremento del 1,9% con respecto a la jornada anterior. Este resultado marca un cierre positivo para el sector, después de cuatro sesiones de tendencia plana.**

La volatilidad del café en la última semana ha mostrado una clara disminución en comparación con los datos acumulados en el último año. Este fenómeno sugiere una mayor estabilidad en la cotización del café en el corto plazo, ya que se han observado menos fluctuaciones de lo habitual en este periodo reciente.

Al analizar el rendimiento del café en los últimos siete días, se observa una ligera disminución del 2,79%. No obstante, en una perspectiva a más largo plazo, la cotización aún mantiene una mejora significativa del 16,77% en el último año.

Esta variación positiva en el valor del café es de interés para los inversionistas y actores

del mercado; representa un cambio notorio en la tendencia del commodity.

La estabilidad reciente, a pesar de la disminución semanal, podría indicar un escenario más predecible para los agentes involucrados en la industria del café.

Es importante destacar que estos datos proporcionan una visión instantánea del mercado y son parte de un panorama más amplio.

Los inversionistas deben considerar factores adicionales, como las condiciones climáticas, la oferta y la demanda global, para realizar una evaluación más completa de la situación y realizar las inversiones en el momento preciso.

Así, el café experimentó ha experimentado un día positivo el martes 9 de enero, cerrando con un aumento del 1,9% y poniendo fin a una racha de sesiones con tendencia plana.

La disminución de la volatilidad en comparación con el último año sugiere una mayor estabilidad a corto plazo, mientras que la mejora anual del 16,77% destaca el potencial a más largo plazo en el mercado del café.





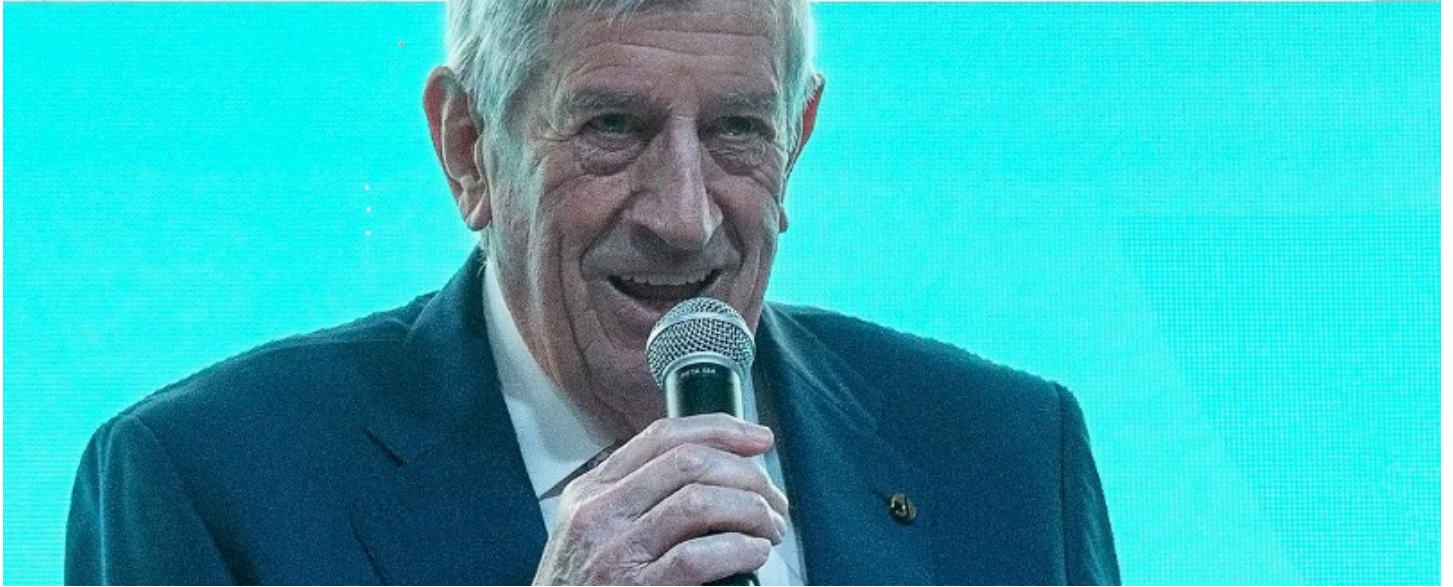
Servicio de activos en punto de venta



Servicio integral<sup>+</sup> en la  
gestión de activos en el  
punto de venta

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





## Muere **Félix Guinduláin Vidondo**, fundador visionario de Jofemar: Un legado de Innovación y éxito empresarial

**En un triste final para un pionero del mundo empresarial, Félix Guinduláin Vidondo, fundador de Jofemar, falleció el pasado 31 de diciembre de 2023 a la edad de 83 años. Su partida deja un vacío en el corazón de la empresa que él creó desde cero, convirtiéndola en un referente en el sector de soluciones de restauración y distribución automática.**

Nacido el 1 de junio de 1940 en Peralta, Félix Guinduláin Vidondo inició su camino en el campo, trabajando durante 12 años en la tradición agrícola de su familia. Sin embargo, decidió cambiar de rumbo y comenzó a trabajar en la empresa Azkoyen, dedicada a la fabricación de máquinas automáticas. Tras 12 años en Azkoyen, en 1971, tomó la decisión audaz de emprender su propio camino.

Con el respaldo de un electrónico, un mecánico y la colaboración de su hermano Matías,







Félix fundó Jofemar en una modesta bajera de 200 metros cuadrados.

En sus inicios, la empresa se centró en la fabricación de máquinas vending de tabaco y selectores de moneda.

A lo largo de los años, la visión de Guinduláin impulsó la diversificación del negocio, expandiéndose a bebidas, congelados, snacks y comida precocinada.

La innovación no tuvo límites, y la empresa dio un paso adicional al crear JSE (Jofemar Smart Energy), dedicada a la fabricación de baterías para vehículos industriales.

Félix Guinduláin Vidondo lideró la empresa desde una pequeña bajera hasta la actual dirección en 1978, estableciéndose en la carretera de Marcilla de Peralta.

Hoy en día, Jofemar ocupa tres naves que suman 52.000 metros cuadrados en el mismo

lugar, gracias al arduo trabajo y la visión estratégica de su fundador.

La segunda generación de la familia Guinduláin asume la dirección de Jofemar, con su hijo Félix Guinduláin Busto como presidente.

La empresa cuenta con más de 300 empleados, factura más de 60 millones de euros y exporta el 80% de su negocio en la división de vending a 84 países. Jofemar ha establecido su presencia con delegaciones en España y en el extranjero, incluyendo Estados Unidos, Inglaterra, Brasil y Francia.

Félix Guinduláin Vidondo siempre destacó la importancia de la Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) como garantía para el futuro de las generaciones venideras. En el 50 aniversario de la empresa y su 80 cumpleaños, subrayó: "Quedarse quieto no es una opción. Cuando uno se mantiene fiel a sus valores y sabe a dónde quiere llegar, las posibilidades de

éxito son mayores."

Además de sus logros empresariales, Félix Guinduláin Vidondo fue un referente en la comunidad local, siendo finalista en varias ocasiones del Premio Empresario del Año, otorgado por la Confederación Empresarial de Navarra. Recibió el galardón Aster del ESIC en 2011 y presidió el Club Multideporte Peralta entre 2002 y 2004.

Félix Guinduláin Vidondo deja un legado perdurable en Jofemar y en la comunidad, siendo recordado como un visionario con carisma, empuje y valores sólidos.

Su hijo, Félix Guinduláin Busto, lo describe como su mentor y la persona de la que aprendió todo. Jofemar, más que un proyecto empresarial, fue el proyecto de vida de Félix Guinduláin Vidondo, que continuará siendo un faro de inspiración y éxito.

*Desde Hostelvending también queremos trasladar nuestras condolencias y un cálido abrazo a la familia, conocidos y equipo de Jofemar.*



# IVS Group fortalece su liderazgo en el mercado europeo con la **adquisición total** de Time Vending

En un movimiento estratégico que consolida su posición como líder italiano y segundo operador en Europa en el ámbito de la distribución automática, IVS Group ha anunciado la culminación exitosa de la adquisición del 50% restante de Time Vending S.r.l. propiedad de Chef Express S.p.A. Este movimiento estratégico eleva la participación de IVS Italia S.p.A. al 100% en Time Vending, marcando un hito significativo en la asociación de ambas compañías.

La operación, valuada en 7.385 millones de euros, no solo consolida la posición de IVS en el mercado sino que también incluye la posición financiera neta positiva de Time Vending.

Este paso audaz demuestra la confianza de IVS en el potencial de crecimiento y la sinergia que existe entre ambas entidades, que han compartido una joint venture desde 2009.

Lo más destacado de esta adquisición es la reinversión estratégica de Chef Express, propiedad del Grupo Cremonini, que utilizará los ingresos de la venta para adquirir 1.309.397 acciones propias de IVS Group.

Este movimiento, que representa aproximadamente el 1,4% del capital del Grupo, se realiza a un precio de 5,64 euros por acción. Esta reinversión subraya la solidez financiera de Chef Express al tiempo que simboliza un compromiso continuo con la colaboración entre las dos compañías.

La historia de la joint venture entre IVS y Chef Express se remonta a 2009, y esta última transacción refuerza las bases para futuras formas de colaboración más avanzadas y expansivas.

Ambas compañías son reconocidas como



ejemplos de calidad en el sector de la distribución de alimentos y bebidas, así como en la restauración, no solo en Italia sino en toda Europa.

En el corazón de esta operación se encuentra la visión compartida de proporcionar servicios de distribución automática innovadores y de alta calidad. IVS Group S.A. ya es un gigante en el sector, con una presencia destacada en Italia, Francia, Alemania, Polonia, Portugal, España y Suiza.

Con alrededor del 83% de su facturación procedente de Italia, el grupo gestiona una red impresionante de 286.400 máquinas expendedoras y semiautomáticas.

Además, con 129 sucursales y más de 4.150 empleados, IVS atiende a más de 15.000 empresas e instituciones, con desembolsos que superaron los 825 millones de euros en 2022.



## Selecta revoluciona su distribución automática en Suiza: Adiós al rojo, hola al azul

**En un movimiento histórico, Selecta ha decidido redefinir su presencia visual en las estaciones de tren suizas, marcando así un punto de inflexión en la distribución automática de la compañía operadora. Tras décadas de identidad asociada al color rojo, el gigante del unattended ha optado por un cambio radical hacia el azul.**

La noticia fue confirmada por Sarina Künzli, portavoz de Selecta, quien explicó que el cambio responde a la necesidad de una actualización visual.

Tras una exhaustiva búsqueda de nuevas combinaciones cromáticas, el azul emergió como la elección indiscutible. Esta decisión, aunque aparentemente trivial, representa un paso significativo en la evolución de la marca y su adaptación a los gustos y tendencias actuales.

La primera muestra de esta transformación ya se puede apreciar en la estación de ferrocarril de la ciudad suiza Horgen, donde una máquina completamente renovada exhibe los nuevos gráficos de Selecta.

Sin embargo, este es solo el comienzo, ya que la empresa tiene planes ambiciosos de reemplazar entre 50 y 70 máquinas al mes como parte de su plan de actualización.

### EL MODELO MÁS POPULAR DE SELECTA EN WINTERTHUR (SUIZA)

El modelo más popular de Selecta en Winterthur, Suiza, también se unirá a esta transformación. Cerca de 3.000 máquinas expendedoras de espiral roja están distribuidas por toda Suiza en estaciones de tren, gasolineras y estaciones de servicio de autopistas. Son especialmente populares entre los noctámbulos, quienes las prefieren entre las 11 de la noche y las 6 de la mañana.

Según Künzli, las ubicaciones urbanas y rurales de las máquinas expendedoras son interesantes: "En el campo, tenemos la ventaja de que hay menos oferta de aperitivos y bebidas, mientras que en la ciudad tenemos más 'clientes de paso'". Por otro lado, las grandes ocasiones, como el carnaval, los desfiles callejeros, los eventos deportivos y los conciertos, impulsan las ventas, afirma el portavoz.

La máquina expendedora Selecta más frecuentada y con mejores cifras de ventas se encuentra en la estación central de Winterthur, en el andén 3, seguida de las máquinas expendedoras de la estación central de Berna y la estación de Ginebra.

En cuanto a la historia de la empresa, Selecta ha pasado por varios cambios de propiedad a lo largo de los años. En 1985, fue adquirida

por Valora (entonces conocida como Merkur).

En 2001, el grupo británico Compass adquirió la mayoría de las acciones.

En mayo de 2007, Selecta pasó a manos de Allianz Capital Partners antes de ser adquirida por el inversor financiero estadounidense KKR en 2015. Esta trayectoria de cambios de propiedad subraya la capacidad de la empresa para adaptarse y prosperar en un entorno empresarial en constante evolución.





ñaming



Casual food

**NUEVOS GO!**

*Ensaladilla Rusa y Barbacoa*

Peso neto 140g · Vida útil 20 días

NUEVAS RECETAS MEJORADAS






**YA DISPONIBLES**



**Go!**  
**NUEVOS**



Ñaming S.L. Pol. Ind. El Zafranar C/ País Vasco 5, 50550 Mallén  
(Zaragoza) Tel. 976 866 380 · [www.n-aming.es](http://www.n-aming.es)

	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Septiembre	Octubre	Noviembre	
	21 al 22 NECTA	13 al 14 Saeco	24 al 25 NECTA	22 al 23 Saeco	12 al 13 NECTA	25 al 26 Saeco	23 al 24 NECTA	20 al 21 Saeco	Bebidas calientes
			Día 17		Día 5		Día 9		Frío y sólidos
		Día 6		Día 8				Día 13	Ho.Re.Ca.
	Día 7					Día 18			O.C.S.
		Día 20			Día 19		Día 30		Nuevas Tecnologías

## Evoca Iberia anuncia su calendario de Formación Técnica para el 2024

**Evoca Iberia, una de las compañías fabricantes de máquinas para la distribución automática más destacadas, prepara su calendario de formación técnica que impartirá en 2024 en sus instalaciones de Madrid y Barcelona. La iniciativa busca proporcionar a sus clientes las herramientas y conocimientos necesarios para gestionar de manera efectiva sus máquinas automáticas, sistemas de oficina (OCS) y equipos de hostelería (horeca).**

Con una visión de renovación hacia el futuro, Evoca Iberia ha programado una serie de jornadas formativas que se llevarán a cabo en sus instalaciones de Barcelona y Coslada (Madrid).

Este enfoque presencial demuestra el compromiso de la empresa no solo con la capacitación técnica; también con el establecimiento de un espacio de aprendizaje interactivo y colaborativo.

*El programa de formación abordará las nuevas necesidades del sector de la distribución automática, anticipándose a los desafíos que surgirán a lo largo del año.*

Los participantes tendrán la oportunidad de sumergirse en temáticas clave como bebidas calientes, productos fríos y sólidos, así como en los aspectos técnicos específicos de OCS y horeca. Estas áreas representan los tres pilares fundamentales que conforman la industria de la distribución automática.

*Las jornadas formativas se extenderán a lo largo de diez meses, comenzando en Madrid del 21 al 22 de febrero, y en Barcelona el 6 de marzo de 2024, para concluir en noviembre del mismo año. Este extenso periodo garantiza un recorrido exhaustivo por diversas temáticas, permitiendo a los participantes adquirir un conocimiento profundo y práctico.*

Para facilitar la inscripción, la compañía ha dispuesto de un calendario detallado que se puede consultar para conocer las fechas específicas de cada jornada.

Además, se invita a los interesados a ponerse en contacto con el Departamento Técnico, quien gestionará las inscripciones y proporci-

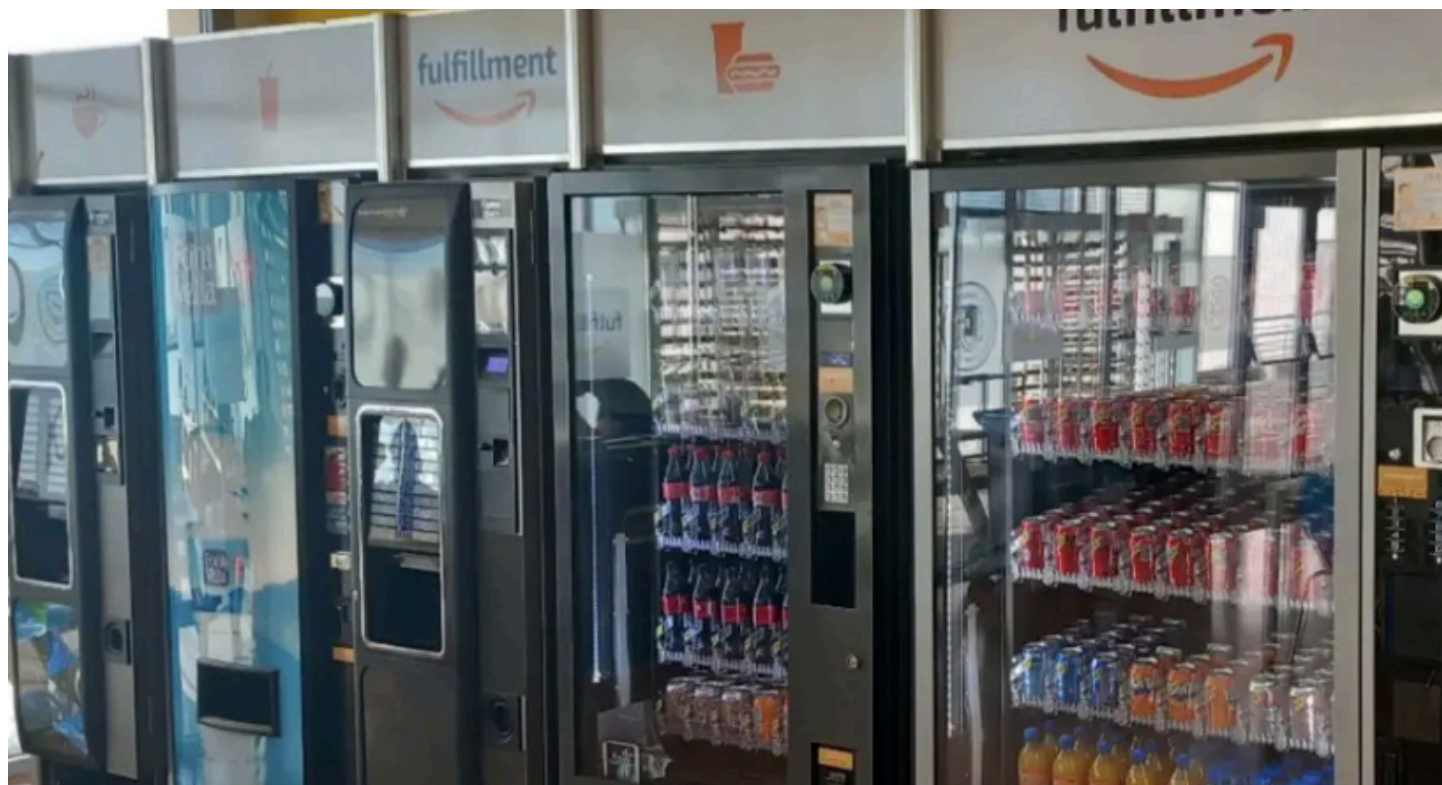
nará información adicional sobre otros cursos disponibles.

Al completar con éxito estas jornadas formativas, los participantes recibirán un certificado de formación, reconocimiento tangible de la adquisición de habilidades técnicas valiosas.





# Serunion Vending lleva su restauración a los centros de Amazon: Más de 100 máquinas 24/7



Bajo el objetivo de mejorar la experiencia de los más de 7.000 empleados que trabajan ininterrumpidamente durante todo el año en los centros de Amazon en Gerona, Zaragoza y Madrid, Serunion Vending ha asumido la responsabilidad de la restauración no asistida en dos de los nuevos centros y dos ubicaciones destacadas en la provincia de Madrid.

Estos centros, operativos las 24 horas del día, los 365 días del año, experimentan un aumento significativo de personal durante las temporadas de alta demanda, como el Black Friday y las festividades navideñas, llegando a contar con hasta 8.400 empleados en esos periodos.

La colaboración estratégica implica la instalación de más de 100 máquinas expendedoras, marcando un hito importante en la oferta de servicios para los empleados.

Estas máquinas ofrecen una variedad de opciones que van desde bebidas calientes hasta snacks, proporcionando comodidad a los trabajadores que buscan opciones rápidas y accesibles durante sus jornadas laborales.

*La gestión de estas máquinas se llevará a cabo de manera remota a través de un sistema avanzado que monitorea las necesidades y tendencias de consumo en tiempo real.*

Una característica destacada de esta iniciativa es la flexibilidad en las opciones de pago. Los empleados tendrán la opción de pagar directamente por sus productos o disfrutar de opciones gratuitas, proporcionando una experiencia gastronómica adaptada a las preferencias individuales. El respaldo de sistemas de pago versátiles garantiza un proceso sin complicaciones y eficiente.

Este enfoque garantiza un suministro constante de productos, evitando interrupciones en la disponibilidad de opciones de restauración no asistida.

Con esta entrada en servicio, Serunion Vending refuerza su posición como proveedor de servicios de restauración automatizada, brindando soporte las 24 horas del día a Amazon, uno de los principales actores del retail.

Esta asociación estratégica destaca el compromiso de ambas empresas con la mejora continua de la experiencia de los empleados y la eficiencia operativa en ubicaciones estratégicas clave.





# Selecta se hace con la megalicitación del Aeropuerto de Madrid

**La competencia por el arrendamiento de máquinas expendedoras en el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas ya tiene la resolución del expediente "ARRENDAMIENTO DE 254 ESPACIOS DESTINADOS A 254 MÁQUINAS EXPENDEDORAS AUTOMÁTICAS DE BEBIDAS Y ALIMENTOS EN EL AEROPUERTO ADOLFO SUÁREZ MADRID-BARAJAS", publicado por AENA. Finalmente, será Selecta quien gestione el área de restauración automática del Aeropuerto.**

Tras una apertura pública de ofertas económicas el 11 de diciembre de 2023, se han revelado las Rentas Mínimas Garantizadas (RMGA) y porcentajes de Renta Variable (RV) presentados por las empresas que avanzaron a la siguiente fase del proceso. 3 grandes del sector presentaron sus ofertas, Alliance Vending, Selecta e IVS Ibérica, siendo Selecta la que ha conseguido

hacerse con el concurso para la gestión de los espacios dedicados a las máquinas automáticas del Aeropuerto madrileño.

Las ofertas destacadas fueron las siguientes, presentadas por las principales del país, Selecta, Ivs Ibérica y Alliance Vending:

**DISTRIBUIDORES AUTOMÁTICOS VENDING, S.L. : 82.813.923 €**

**AB SERVICIOS SELECTA ESPAÑA, S.L.U.: 78.868.544 €**

**GESTIÓN DE MÁQUINAS, S.A.: 76.359.477 €**

**La entidad adjudicadora, AENA, buscaba operadores con reconocido prestigio en el sector de máquinas expendedoras automáticas de bebidas y alimentos, además de experiencia en aeropuertos o centros urbanos en los últimos dos años.**

Los licitadores debían demostrar una solvencia económica con un volumen de facturación anual igual o superior a 13.500.000 euros en cada uno de los dos últimos ejercicios cerrados.

Las ofertas técnicas debían superar el umbral del 80% para ser consideradas en el proceso de selección.

Además de los requisitos financieros, las máquinas expendedoras han cumplido con especificaciones técnicas y de seguridad. Deben llevar un número de identificación y un teléfono de contacto visible en caso de incidencias.

Las máquinas deben estar homologadas y legalizadas según la normativa vigente, encasilladas en una estructura ligera que oculte conexiones y describa claramente los productos ofrecidos.

En caso de sustitución de máquinas, se debe notificar a AENA y realizar una lectura de los contadores, con cada máquina llevando un número individual grabado en el chasis.





# 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



Agua de red



Taza de calidad constante





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

A principios de este mes, la reconocida compañía fabricante Franke abrió sus puertas a más de 35 invitados procedentes de 7 países en un evento de prensa internacional llevado a cabo en su sede en Aarburg, Suiza. El propósito principal de este encuentro fue dar la bienvenida al público a su recientemente rediseñada sala de exposición, marcando un hito significativo en la trayectoria de la marca.

El equipo directivo de Franke lideró la jornada, guiando a los asistentes a través de la narrativa detrás de la campaña "The Great Stage", ofreciendo una visión única de cómo la marca cobra vida en su nuevo espacio de exhibición.

La apertura de esta sala no solo representa un compromiso con la innovación; también una oportunidad para Franke de destacar su liderazgo en el diseño y fabricación de superautomáticas y soluciones de bebidas.

Un momento destacado del evento fue la presentación de Aurel Aebi, miembro del prestigioso estudio suizo de diseño y arquitectura atelier oï.

Aebi compartió con los presentes una pers-

picaz interpretación de la sala de exposición de Franke y profundizó en los elementos de diseño que caracterizan a los productos de la marca. La contribución del atelier oï añadió un toque distintivo al evento, resaltando la fusión de la funcionalidad y la estética en los productos de Franke.

Tras la presentación, los invitados tuvieron la oportunidad de explorar la sala de exposición, inmersos en la calidad y la innovación que define a la compañía.

Posteriormente, fueron agasajados con una cena de cinco platos preparada por el reconocido chef suizo Thomas Bissegger, galardonado con una estrella Michelin.

Franke expresó su agradecimiento a todos los asistentes por traer el espectáculo a su casa, subrayando la importancia de estos eventos para fortalecer la conexión entre la marca y su audiencia global. Además, se extendió un especial reconocimiento al equipo de Franke DACH por su destacada labor en la organización y ejecución del evento.

Este encuentro se tradujo en una experiencia inmersiva que capturó la esencia y la visión de la marca. La combinación de diseño, tecnología y culinaria hizo de esta ocasión un evento verdaderamente notable en el mundo de Franke.







## Laqtia se posiciona en el mercado francés y se une como socio destacado en la EVEX 2024 y Le Forum

**Laqtia, la destacada empresa española dedicada a la producción de bebidas instantáneas, ha anunciado su incorporación como socio principal en el marco de la EVEX 2024, que se llevará a cabo durante la 12ª edición de Le Forum en Cannes. Este anuncio marca un hito significativo para Laqtia y la industria en general, ya que el evento celebrará el 30º aniversario de la EVA.**

Desde sus inicios en 2003 como Forum de la Distribution Automatique, Le Forum ha experimentado una notable transformación. Lo que alguna vez fue considerado simplemente un evento comercial ha evolucionado para convertirse en un punto de encuentro esencial para la industria de la distribución automática.

Así lo explica la directora de FCM Event, Alexandra Frantz, señalando que "Le Forum ha experimentado una importante transformación, pasando de ser un evento comercial a un lugar de encuentro clave para la industria, que reúne a los principales actores y socios".

El evento, programado del 16 al 18 de octubre de 2024, promete ser un momento especial para la distribución automática, ya que acogerá el EVEX en colaboración con la Federación NAVSA.

Este año, el EVEX también contará con la participación especial de Laqtia, consolidándose como uno de los socios destacados del evento. La ya considerada feria, ha logrado atraer a los principales actores del sector y los principales proveedores. Durante dos días y medio, los participantes tendrán

la oportunidad de establecer contactos y celebrar encuentros profesionales en un ambiente amistoso y profesional.

El mercado francés ha experimentado un creciente interés en las opciones de bebidas y snacks saludables en el sector.

La elección de Cannes como escenario para este evento no es casualidad. La ciudad francesa, famosa por su elegancia y esplendor, proporcionará un telón de fondo excepcional para las actividades y reuniones que tendrán lugar durante estos días.

La colaboración con la Federación NAVSA añade un toque especial al evento, prometiendo una experiencia única para los participantes.

### LAQTIA: UNA ADICIÓN DESTACADA A UNA LISTA DE SOCIOS COMO BRITA

Laqtia se une a una impresionante lista de socios para la EVEX 2024, que incluye nombres prominentes como PAYTER, BGM Concept, ORBA Informatique, BIANCHI VENDING Group, BRITA, DISTRILOG Informatique, LAVAZZA France, TELEVEND, BWT water + more y NAYAX. La presencia de Laqtia subraya su posición como un actor clave en la industria de la distribución automática y su compromiso con el crecimiento y la innovación en este sector.

No es la primera vez que compañías como Laqtia o BRITA están presentes en eventos del sector llevados a cabo en Francia, lo que patenta su posición en el mercado francés; y al mismo tiempo, dejan ver la importancia del negocio de bebidas -también de la importancia del agua- en el país vecino.

# Febrero *con sabor a* **café: Templo Cafés** marcará el ritmo en las **ferias** del sector



la visión de la empresa de abordar de manera integral los diferentes nichos de la hostelería y expandir su presencia en destinos turísticos de relevancia.

La estrella de la muestra será “La Barista”, el café Premium de Templo, que será hábilmente preparado y servido por baristas profesionales. La empresa también exhibirá soluciones integrales diseñadas específicamente para la industria hotelera, consolidando su compromiso con la calidad en todos los aspectos del sector.

Además, para dinamizar aún más la participación de los visitantes, Templo Cafés ofrecerá actividades interactivas y emocionantes, entre las que destaca una ruleta con regalos que se activará diariamente durante una hora.

Uno de los platos fuertes será “La Barista”, el café de máxima calidad de Templo, que será hábilmente preparado y servido por baristas profesionales. La empresa también exhibirá en las diferentes ferias dedicadas a la hostelería sus soluciones integrales diseñadas para la industria hotelera, reafirmando su compromiso con la excelencia en todos los aspectos del sector.

Templo Cafés se prepara para marcar presencia en tres eventos de renombre durante el mes de febrero.

La empresa, que siempre ha buscado fortalecer sus lazos con la clientela y consolidar su presencia en los mercados locales, considera que la participación en ferias regionales es clave para el posicionamiento de la marca.

El primero de estos eventos ha sido la feria H&T de Málaga, una cita ineludible para la industria de la hostelería en la Costa del Sol, que se llevó a cabo del 5 al 7 de febrero. La presencia de Templo Cafés en esta destacada feria resalta su compromiso con el mercado local y su deseo de acercarse aún más a sus clientes en la región.

Simultáneamente, del 5 al 7 de febrero, la compañía participó en Horeca Mallorca, el princi-

pal evento de hostelería en la isla balear.

Esta presencia estratégica no solo subraya la importancia de Mallorca como mercado clave para Templo Cafés, sino también su dedicación a satisfacer las demandas específicas de la hostelería local.

Posteriormente, del 26 al 28 de febrero, Templo Cafés se trasladará a Ibiza para participar en Horeca Ibiza, el único evento de hostelería en la isla.

Esta incursión en el mercado ibicenco refleja

**En palabras de Templo Cafés:**  
*“Creemos que las ferias regionales son eventos fundamentales que contribuyen al posicionamiento de la marca en los mercados locales y permiten a Templo Cafés estar más cerca de sus clientes. Tenemos el foco puesto en los eventos del arco mediterráneo e islas, donde el mercado de hostelería independiente y la industria hotelera tienen un peso específico significativo”.*







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

# Así será la **Alimentación en 2050:** menús personalizados por IA, metaverso y restaurantes automáticos

**Para 4 de cada 10 de jóvenes españoles, estima que la IA potenciará la nutrición de precisión y personalizada, creando dietas a medida para cada persona y momento. La visión de restaurantes automáticos y servicios gastronómicos impulsados por la inteligencia artificial se posiciona como una pieza fundamental en la transformación de la experiencia culinaria.**

En un mundo cada vez más conectado e influenciado por la tecnología, la manera en que nos alimentamos está destinada a experimentar cambios significativos.

Según el último Observatorio Nestlé de Hábitos Nutricionales y Estilo de Vida de las Familias, más de la mitad de los jóvenes españoles de entre 18 y 35 años ya utilizan aplicaciones y dispositivos tecnológicos en su vida diaria para comparar alimentos, organizar su alimentación y controlar el sueño.

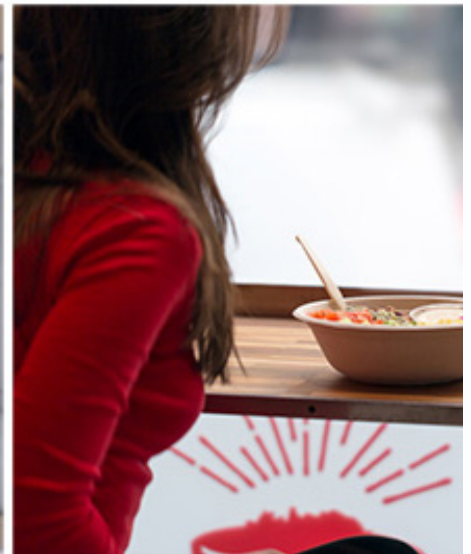
## **RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA: LA EVOLUCIÓN DEL COMER FUERA**

La encuesta del Observatorio Nestlé revela un cambio de paradigma, donde el 40% de los jóvenes encuestados vislumbra un escenario donde la inteligencia artificial juegue un papel crucial en la creación de menús personalizados y la organización de la alimentación en los hogares españoles.

La restauración automática no solo simplificará el proceso de elegir qué comer; también garantizará una mayor atención a las necesidades nutricionales individuales.

También consideran que el chat GPT, conocido por su capacidad de procesamiento del lenguaje natural, será el encargado de crear dietas a medida para cada persona y momento.

En este futuro gastronómico, los restaurantes automáticos impulsados por la inteligencia artificial podrían utilizar plataformas como el



chat GPT para crear experiencias culinarias a medida. Desde la elección de ingredientes hasta la combinación de sabores, la IA podría personalizar cada aspecto del menú para satisfacer las preferencias individuales y los requisitos nutricionales específicos de cada comensal.

## **METAVERSO Y SUPERMERCADOS VIRTUALES: UNA NUEVA FORMA DE COMPRAR**

El 45% de los jóvenes encuestados anticipa la presencia de supermercados en el Metaverso, la realidad virtual extendida. Visualizan un

futuro en el que, desde la comodidad de sus hogares y a través de avatares, podrán recorrer tiendas virtuales, acceder a información detallada del producto y realizar compras de manera más interactiva.

*Además, el 3 de cada 10 jóvenes predice que los drones se convertirán en los nuevos compradores y entregadores, siguiendo las indicaciones y preferencias de los consumidores.*

Esta transformación también se reflejará en





la experiencia de comer fuera, con restaurantes virtuales donde los comensales pueden explorar menús, ambientaciones y detalles del plato desde la comodidad de sus hogares.

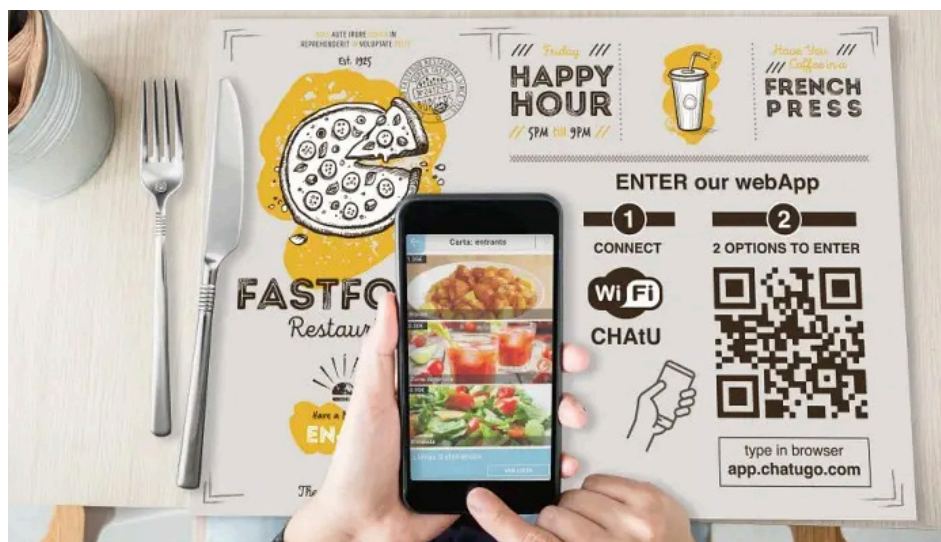
### **BIG DATA: DISEÑANDO EL FUTURO DE LA GASTRONOMÍA**

La encuesta revela que hasta el 22% de los participantes cree que el big data será fundamental para diseñar nuevos ingredientes y productos basados en las preferencias de los consumidores y en los atributos sensoriales de los alimentos.

Esta proyección sugiere que la oferta gastronómica del futuro estará altamente personalizada, adaptándose a los gustos individuales de cada persona.

### **NUEVOS ALIMENTOS: MÁS CULTURAS, VEGETALES Y ALTERNATIVAS SOSTENIBLES**

Más allá de las innovaciones tecnológicas, los jóvenes españoles esperan una revolución en la variedad de alimentos que consumimos. Un 41% cree que incorporaremos y normalizaremos



mos alimentos de otras culturas para 2050, mientras que el 36 % predice una mayor presencia de alimentos cultivados en laboratorios, como las hamburguesas in vitro.

Destaca el énfasis en un mayor consumo de vegetales y plantas, con un 26% de los encuestados, alineándose con las recomendaciones de una alimentación más saludable y sostenible.

Así, la alimentación en 2050 se vislumbra

como una fusión entre la tecnología de vanguardia y la diversificación de opciones alimentarias, llevándonos hacia un futuro donde la inteligencia artificial, el Metaverso y el big data colaboran para ofrecer experiencias culinarias más personalizadas y sostenibles.

Este cambio no solo transformará la forma en que compramos y comemos, sino que también abrirá la puerta a un mundo de posibilidades culinarias innovadoras y emocionantes.



# Coffee cApp de IVS Ibérica: Revolucionando tu café con 1,6 millones de usuarios y descuentos personalizados

**En el cambiante mundo de la distribución automática, compañías como IVS Ibérica destacan con su revolucionaria aplicación, Coffee cApp. Esta pionera plataforma facilita la adquisición directa de los productos favoritos del usuario final desde su móvil; al tiempo que ofrece una experiencia personalizada en el mundo del café. Te contamos cinco datos sorprendentes que quizás desconocías sobre esta aplicación.**

## **-1.600.000 USUARIOS REGISTRADOS:**

Desde su lanzamiento, Coffee cApp ha logrado cautivar a una impresionante base de usuarios, con más de 1,6 millones de personas registradas en la plataforma. Esta cifra refleja la creciente popularidad y aceptación de la aplicación en la vida cotidiana de los amantes del café y la distribución automática.

**-364.000 USUARIOS REGULARES:** La fidelidad de los usuarios de Coffee cApp se traduce en números a tener en cuenta: 364.000 usuarios son considerados "regulares", utilizando la aplicación de manera consistente todos los meses.

Esta estadística resalta la relevancia y utilidad continua de la aplicación en la rutina diaria de sus usuarios.

**-64.000 PUNTOS DE VENTA:** Con una red expansiva, Coffee cApp conecta con más de 64.000 puntos de venta. Desde oficinas hasta áreas públicas, la aplicación garantiza acceso a tus productos favoritos en una amplia variedad de ubicaciones, brindando comodidad y accesibilidad sin precedentes.

**-24.000 SEDES OPERATIVAS:** Otro de sus puntos fuertes es la infraestructura detrás de la app, que cuenta con 24.000 sedes operativas en funcionamiento. Esto asegura que la aplicación no solo es una herramienta eficiente para los usuarios, sino que también respalda una red sólida y confiable para su implementación en diversos entornos.

## **-9€ ES EL IMPORTE DEL TICKET MEDIO:**

Otro de los rasgos más atractivos de Coffee cApp es su capacidad para personalizar descuentos. Con un ticket medio de 9€, los usuarios pueden disfrutar de productos asequibles y, al mismo tiempo, aprovechar ofertas exclusivas adaptadas a sus preferencias individuales.

Disponible tanto en la App Store como en Google Play, Coffee cApp se ha convertido en un componente esencial para aquellos que buscan un Coffee Break seguro, rápido e inteligente.

Más allá de ser una aplicación, representa la filosofía de excelencia de IVS Ibérica, centrada en ofrecer experiencias únicas en cada taza de café.

Para IVS Ibérica, la implementación de "Your Best Coffee Corner" no es solo un proyecto, es la creación de espacios perfectos adaptados a cada necesidad. Sus expertos en distribución automática analizan minuciosamente áreas y consumos para ofrecer soluciones personalizadas en cualquier entorno.

Desde los consumidores propios de Metro hasta aquellos que disfrutan de máquinas IVS en sus lugares de trabajo, Coffee cApp se erige como la opción perfecta para quienes buscan fusionar la excelencia del café con la comodidad de la tecnología.



# NESCAFÉ® en granos 100% venezolanos: La nueva propuesta de Nestlé Professional



**Nestlé Professional anuncia el lanzamiento de NESCAFÉ® en granos provenientes exclusivamente de Venezuela, ofreciendo una experiencia única para los consumidores que buscan la frescura del café recién molido.**

La reconocida marca de café NESCAFÉ® ha introducido una nueva presentación en el mercado venezolano: NESCAFÉ® en grano, una opción que promete deleitar a los amantes del café con granos cultivados en las mejores cosechas de Santa Cruz de Mora, estado Mérida.

Esta nueva adición al portafolio de Nestlé se presenta como una solución de alta calidad, producida bajo estándares rigurosos.

Desde sus inicios hace más de 130 años en el país, NESTLÉ® Venezuela ha mantenido su compromiso con la calidad y la innovación, y el



lanzamiento de NESCAFÉ® en grano no es la excepción. Esta nueva oferta ya se encuentra disponible en supermercados, panaderías y farmacias, extendiendo su presencia por las principales ciudades del país a través de la unidad de negocios NESTLÉ® PROFESSIONAL.

Una de las iniciativas más destacadas en el marco de este lanzamiento es el programa NESTLÉ® JÓVENES BARISTAS, una propuesta que no solo busca ofrecer la mejor taza de café NESCAFÉ®, sino también contribuir al desarrollo de jóvenes interesados en el mundo del barismo.

Este programa, que se llevó a cabo el 13 de noviembre de 2023 en Caracas, contó con la participación de Paramaconi Acosta, director y



fundador de la Escuela Venezolana del Café, y Óscar González, ganador del Campeonato Nacional de Barismo 2024.

El compromiso de NESCAFÉ® no se limita solo al ámbito comercial. La marca también ha implementado el Plan Cultivando con Respeto - NESCAFÉ®, que desde 2014 trabaja con pequeños y medianos productores de café.

Este plan incluye formación teórico-práctica, asesorías y transferencia de tecnología, contribuyendo así al mejoramiento de la calidad de siembras y cultivos.

El Grano NESCAFÉ® se presenta como una opción que garantiza frescura, calidad y aroma, y un sabor 100% arábica. Para aquellos negocios que buscan ofrecer café molido al instante sin necesidad de un equipo de baristas, NESCAFÉ® ha introducido una máquina con molinillo integrado, facilitando la preparación de la mejor taza de café.



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

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

**PIDE INFORMACIÓN**

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

**CON RESPECTO HASTA LA TAZA**

**NESCAFÉ**

**Para los amantes del café.**





## Las **superautomáticas de café**, en su “**Inteligencia Artificial**” **era**

**En un esfuerzo por avanzar en la eficiencia y la calidad del servicio, la multinacional navarra Azkoyen, con sede en Peralta y reconocida en el desarrollo de productos y servicios automatizados, ha dado un paso audaz al incorporar la Inteligencia Artificial (IA) en el mantenimiento de sus máquinas de café y sistemas de pago. Este proyecto innovador ha sido posible gracias a la colaboración con las firmas locales Geoactio e IED, así como la participación del centro tecnológico Naitec, con respaldo financiero del Gobierno de Navarra.**

El objetivo principal de esta iniciativa de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) ha sido la creación de una tecnología de aprendizaje continuo de los procesos y eventos en las máquinas, así como la interacción con las personas.

Juanje Alberdi, director general de las divisiones de Coffee & vending y medios de pago del Grupo Azkoyen, explica: “Mediante la captura de datos del comportamiento de las máquinas y su combinación con inteligencia artificial, desarrollamos modelos predictivos que estiman variables, generando así modelos más precisos y eficientes que optimizan la calidad

del servicio en las máquinas”.

Este enfoque pionero permitirá al Grupo diseñar máquinas automáticas y sistemas capaces de desarrollar modelos de aprendizaje automático.

Estos modelos tienen como objetivo mejorar la experiencia del usuario en el manejo de las máquinas en situaciones cotidianas. Se espera que esto se traduzca en una optimización del efectivo en los dispositivos de pago, así como en la adecuación de la cantidad de producto en las máquinas de café, ajustándose a patrones semanales y mensuales.

*Alberdi subraya que este avance no solo impulsa la eficiencia operativa; también tiene un impacto directo en la vida cotidiana de los clientes y consumidores. “Facilitamos su día a día y nos adaptamos constantemente a un entorno cambiante”, agregó.*

La colaboración estratégica con empresas locales y el respaldo del Gobierno de Navarra refuerzan el compromiso de Azkoyen con la

innovación y el progreso tecnológico en la industria de máquinas de café y sistemas de pago.

Este paso hacia la integración de la inteligencia artificial en el mantenimiento y servicio de las máquinas destaca la visión proactiva de la compañía para ofrecer soluciones avanzadas que mejoren la experiencia del usuario y la eficiencia operativa en la distribución automática.



# METRO24<sub>st</sub>

## TU TIENDA VENDING 24 HORAS



### HASTA » 8 NEGOCIOS EN 1

### DESCUBRE TODOS NUESTROS MODELOS DE TIENDA



#### LIBRE DE HORARIOS

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



#### VENDE LAS 24 HORAS

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



#### RENTABILIDAD ASEGURADA

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



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

# EL FUTURO DE LAS TIENDAS 24 HORAS



605 30 36 84



@metro24st

» SOLICITA TU VIABILIDAD GRATUITA «



# Q PRESS, el nuevo tamper automático para obtener un prensado más uniforme en el café molido al instante

Quality Espresso, reconocida compañía en el ámbito de las máquinas de café espresso profesionales, ha presentado recientemente su último lanzamiento: el tamper automático Q PRESS. Este dispositivo se posiciona como un complemento esencial para garantizar una preparación precisa y uniforme del café molido al instante, asegurando así la obtención de un espresso de calidad equiparable al de un barista experimentado.

El tampeado del café es un paso fundamental en el proceso de preparación del espresso, ya que su correcta compactación en el portafiltros influye directamente en el resultado final en la taza. El Q PRESS simplifica este proceso, permitiendo una compactación rápida y precisa del café molido.

Con unas dimensiones compactas de 341,4 x 140 x 257,6 mm, Q PRESS ofrece la posibilidad de programar una presión entre 10 y 30 kg a través de su teclado capacitivo, lo que garantiza un control absoluto sobre el proceso de compactación. Además, su pantalla indicadora facilita la visualización de los kg de presión establecidos.

La versatilidad del dispositivo se ve complementada por la guía portafiltros de acero inoxidable, ajustable a dos alturas, que permite adaptarse a cualquier portafiltros del mercado.

Asimismo, cuenta con un detector inductivo para obtener la presión precisa seleccionada por el barista, y su soporte superior ajustable asegura la horizontalidad del portafiltros para obtener un prensado homogéneo. La facilidad de limpieza también ha sido tenida en cuenta, con la opción de seleccionar el modo de limpieza mediante el teclado capacitivo.

Este lanzamiento refuerza la posición de Quality Espresso como



empresa destacada en la fabricación y comercialización de máquinas de café espresso profesionales, molinos y accesorios de alta calidad.

Con un Departamento de I+D+i propio, demuestra su compromiso con la satisfacción de los baristas más exigentes y los amantes del café, proporcionando herramientas innovadoras que elevan la experiencia de preparación del espresso a un nivel superior.

# Laqtia aborda el auge del 70% en la demanda de productos sin gluten con sus bebidas solubles



**En los últimos años, el interés creciente en la alimentación saludable y las dietas especializadas ha impulsado un notable aumento en la demanda de productos sin gluten. Según datos recientes, esta tendencia ha experimentado un incremento significativo del 70% en los últimos dos años, evidenciando un cambio de hábitos alimenticios en la sociedad contemporánea.**

En este contexto, Laqtia ha respondido de manera proactiva a la necesidad emergente de opciones de bebidas solubles sin gluten. La empresa ha lanzado al mercado una línea de productos diseñada para satisfacer las demandas de consumidores que buscan alternativas saludables y compatibles con dietas sin gluten.

Las bebidas solubles de Laqtia son especialmente relevantes para entornos de distribución automática, hostelería y retail, donde la conveniencia y la accesibilidad son elementos cruciales para los consumidores.

La compañía ha destacado la importancia de brindar opciones inclusivas y de alta calidad a aquellos que buscan productos sin gluten, ya sea por razones de salud o como parte de sus elecciones dietéticas conscientes.

Para facilitar la identificación de estas opciones, la compañía española ha introducido una etiqueta distintiva en sus envases de bebidas solubles, lo que permite a los consumidores reconocer fácilmente los productos sin gluten.

Esta iniciativa refleja el compromiso de la marca con la transparencia y la satisfacción del cliente, asegurando que aquellos que siguen dietas sin gluten puedan disfrutar de sus bebidas favoritas con tranquilidad.

Es importante señalar que la demanda de productos sin gluten no solo refleja una tendencia alimentaria; también una mayor conciencia sobre la salud y las necesidades dietéticas individuales.

Las personas con enfermedad celíaca o

sensibilidad al gluten buscan activamente opciones que se ajusten a sus requerimientos, y Laqtia emerge como una marca que comprende y responde a esta demanda en constante crecimiento.

Así, el aumento del 70% en la demanda de productos sin gluten en los últimos dos años destaca la importancia de la industria alimentaria en adaptarse a las cambiantes preferencias y necesidades de los consumidores.

Frente a ello, productores de la distribución automática son actores clave en este escenario, ofreciendo opciones de bebidas solubles sin gluten que cumplen con los estándares de calidad, al tiempo que contribuyen a la construcción de un mercado más inclusivo y orientado hacia la salud.





Nuevas soluciones para nuevos hábitos

rheavendors group



Ganador del Vending  
Star Awards de 2015



# Distribución Automática en Europa: Entre desafíos legislativos y avances tecnológicos



Los informes más recientes de la Asociación Europea de Distribución Automática (EVA) destacan varios “Hot Issues” que han capturado la atención del sector unattended. Entre estos, se encuentra el espinoso tema del “Derecho a Reparación”, la aprobación de la posición del Parlamento Europeo sobre el “Reglamento de Envases y Residuos de Envases” (PPWR), y las respuestas de la EVA a las consultas sobre la “3ª Directiva de Servicios de Pago (PSD3)”.

## DERECHO A REPARACIÓN: DIVERGENCIAS LEGISLATIVAS Y DESAFÍOS PARA EL UNATTENDED

La propuesta de la Comisión Europea para una Directiva sobre el Derecho a Reparación ha causado revuelo en el sector de distribución automática.

Aunque las máquinas expendedoras refrigeradas han sido incluidas en la categoría de productos afectados, la definición de “consumidor” plantea desafíos significativos.

La EVA ha estado activamente abogando ante la Comisión de Mercado Interior del Parlamento Europeo y los Estados miembros en el Consejo para introducir enmiendas que aseguren la coherencia jurídica.

Mientras la posición final del Parlamento no incluyó la enmienda propuesta por la EVA, el Consejo sí lo hizo, lo que plantea la expectativa de negociaciones conjuntas para el contenido final a partir del próximo año.

## PPWR: CAMBIOS EN LA REGULACIÓN DE ENVASES Y RESIDUOS DE ENVASES

La aprobación por parte del Parlamento Europeo del Reglamento de Envases y Residuos de Envases (PPWR) trae consigo una serie de cambios significativos para el sector.

Entre ellos se encuentran exenciones para operadores según la cantidad de envases en el mercado, la categorización explícita de la comida para llevar en el sector HORECA, y la capacidad de los operadores para rechazar el







rellenado por razones de higiene o inadecuación de los envases.

Estos cambios plantean tanto oportunidades como desafíos para los actores de la distribución automática.

### LA EVA RESPONDE A CONSULTAS SOBRE PSD3 Y PSR

En el ámbito de los servicios de pago, la EVA ha presentado su posición sobre la propuesta de la 3ª Directiva de Servicios de Pago (PSD3) y el Reglamento de Servicios de Pago (PSR).

La atención se centra en la solicitud de enmiendas para considerar específicamente las transacciones de bajo valor en las nuevas normas de Autenticación Fuerte de Clientes (SCA) y la introducción de una definición de transacciones de valor extremadamente bajo.

La Comisión de Asuntos Económicos y Monetarios del Parlamento Europeo examinará ahora el texto, marcando una fase crucial

para el cabildeo de la EVA ante el Parlamento y el Consejo.

### EVA COIN GROUP: CONTRIBUCIONES CLAVE EN LA PLATAFORMA 1210

Por último, el Grupo EVA Coin ha desempeñado un papel destacado en la 5ª reunión de la "Plataforma 1210" en Lisboa.

La presentación del director General, Erwin Wetzel, resaltó las perspectivas del sector sobre la autenticación de las monedas de euro y delineó las peticiones clave para mejorar la aplicación del Reglamento 1210/2010 de la Unión Europea.

La simulación de pruebas en máquinas de procesamiento de monedas subraya el compromiso continuo del sector con la precisión en la detección de falsificaciones, equilibrando consideraciones económicas, 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.



# La **distribución automática**: Un **viaje** **lucrativo** e **inquebrantable** en tiempos inciertos



El testimonio de Ethan Kohan resalta la distribución automática como un viaje empresarial gratificante y resistente. Sus consejos prácticos respaldados por un sólido balance de 2023 y un plan ambicioso para 2024 sugieren que el sector no solo es una opción de negocio lucrativa; también un camino hacia el crecimiento continuo y el éxito empresarial.



En los últimos años, el mundo empresarial ha experimentado cambios significativos, y entre las voces que se alzan con elogios a la distribución automática, destaca la de Ethan Kohan, un apasionado del vending y espíritu empresarial; fundador de la compañía Pod Plug. Kohan, con una trayectoria exitosa en este sector, comparte su perspectiva sobre por qué el unattended es una elección de negocio resistente y lucrativa, respaldada por un impresionante balance de 2023 y un ambicioso plan de juego para 2024.

## **RAZONES PARA ELEGIR LAS MÁQUINAS AUTOMÁTICAS**

Kohan sostiene que, incluso cinco años después, la distribución automática sigue siendo la elección de negocio más acertada por varias razones.

**1. A PRUEBA DE RECESIONES:** En un mundo económico tambaleante, Kohan destaca la resistencia del sector.

La demanda constante de comodidad ha mantenido al vending a flote, ofreciendo estabilidad incluso en momentos de incertidumbre económica.

## **2. POTENCIAL DE INGRESOS POR LAS NUBES:**

Kohan comparte su experiencia personal al revelar que una de sus máquinas generó más de 16.000 dólares en un solo mes.

Destaca el inexplorado potencial de la distribución automática, especialmente al elegir productos adecuados para satisfacer las demandas del mercado.

## **CONSEJOS DE ETHAN KOHAN PARA EL ÉXITO**

Además de compartir sus razones para elegir el modelo de negocio unattended, Kohan ofrece



ce valiosos consejos para aquellos que deseen sumergirse en este negocio:

🔴 **Iniciar con una máquina usada o reacondicionada.**

🔴 **Seleccionar ubicaciones de alto tráfico para la colocación de las máquinas.**

🔴 **Apuntar a un margen bruto del 60-70%.**

🔴 **Mantener una reposición semanal de productos.**

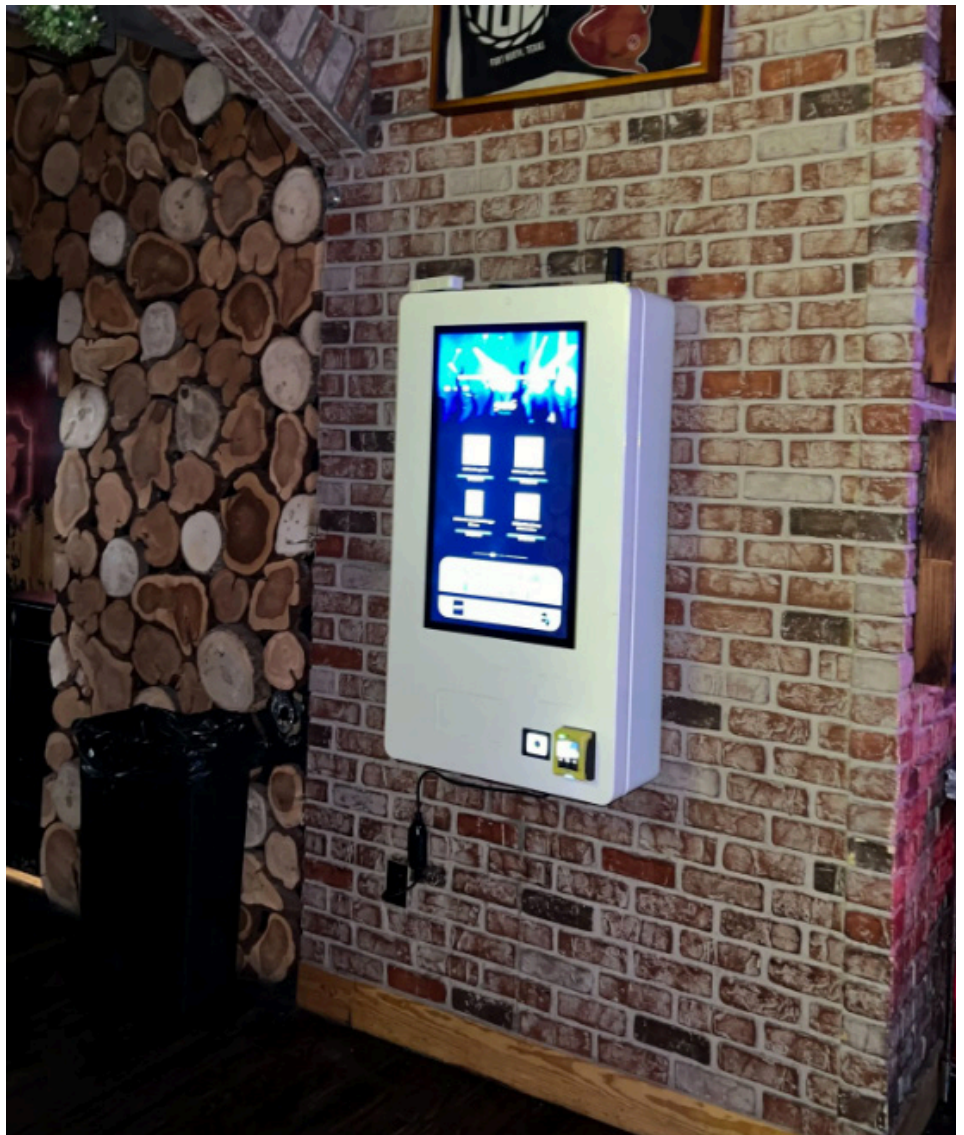
### BALANCE DE 2023 Y PROPÓSITOS PARA 2024

Ethan Kohan celebra los logros notables de su empresa en el año 2023, entre los que destacan ingresos por máquinas expendedoras alcanzaron la cifra impresionante de 1.000.000 dólares; la ampliación del negocio a más de 100 máquinas o el incremento del equipo de trabajo de 4 a 12 personas.

Por otra parte, el emprendedor revela sus planes para el próximo año, como el objetivo de alcanzar ingresos de hasta 3 millones de dólares, aumentar el parque de máquinas a 300 unidades o incorporar de los próximos cinco franquiciados.

En resumen, el testimonio de Ethan Kohan resalta la distribución automática como un viaje empresarial gratificante y resistente.

Sus consejos prácticos respaldados por un sólido balance de 2023 y un plan ambicioso para 2024 sugieren que el sector no solo es una opción de negocio lucrativa; también un camino hacia el crecimiento continuo y el éxito empresarial.





**ñaming**®

Casual food




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

**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**



**BLOOMER**

PAVO BRASEADO

Jamón Cocido Extra · Pollo Asado  
Pavo Braseado



# Convergencia en la Restauración Automática: ¿Hacia dónde vamos?

PRIMERA PARTE DEL  
REPORTAJE, EN EL QUE  
NOS CENTRAMOS EN  
LA CONVERGENCIA  
DE LA RESTAURACIÓN  
AUTOMÁTICA

**La restauración automática ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, transformando la forma en que las personas acceden a alimentos y bebidas, y estas a su vez, opciones más personalizadas. En España, este fenómeno no ha pasado desapercibido, con un aumento significativo de establecimientos que incorporan tecnologías avanzadas para ofrecer experiencias gastronómicas más eficientes y personalizadas.**

Las demandas de los usuarios se están sofisticando y eso exige de nuevas soluciones desde el servicio y desde la propia tecnología. La restauración automática es un cambio que no tiene vuelta atrás.

Los atractivos espacios de restauración automática, el bienestar y las opciones más Premium marcan la nueva era de servicios de restauración, sea cual sea el espacio.

La tradicional imagen del vending, donde se

introduce una moneda y se recibe un café sin marca en un entorno descuidado, ha llegado a su fin. La demanda actual del cliente final va más allá de la simple transacción; busca una experiencia cercana, cálida y con propuestas alternativas en tiempo real.

**España presenta un total de ventas de 2.067 millones, y unos ingresos de 1.105 millones de euros, tal y como recoge la EVA.**

Hablamos de cálidos y vanguardistas coffee corners donde el usuario crea su momento; innovaciones de empresas como Nespresso, Lavazza, Laqia o Starbucks, entre otras, han marcado el camino, y con ello presente, este reportaje busca definir el próximo concepto de restauración automática.





Y es que, los Coffee Corners se han convertido en un elemento imprescindible en la estrategia de servicio de los hoteles actuales.

Estos rincones no solo ofrecen la comodidad de acceder a bebidas calientes 24/7, sino que también destacan por la personalización que permiten.

En un mundo donde la individualidad es clave, los huéspedes pueden crear sus bebidas a medida, desde un capuchino con extra de espuma hasta un latte descafeinado con sirope de caramelo y crema batida.

**La flexibilidad es la clave, y las máquinas superautomáticas son los artífices de esta maravilla personalizada.**

#### APOSTANDO POR UN SERVICIO DE AUTOR

Para destacar en este nuevo paradigma, las empresas más avanzadas están lanzando ofertas personalizadas para espacios exigentes.

Desde corners personalizados de café hasta micro-markets, neveras inteligentes y máquinas de café superautomáticas, el objetivo es claro: cubrir las necesidades de un público cada vez más exigente.

Estas soluciones se integran de manera amable en diversos entornos, desde aeropuertos hasta espacios de coworking, ofreciendo opciones de alta calidad como bocadillos de autor y snacks elaborados por nutricionistas.

## Cómo abordar las tendencias

Abordar las tendencias y novedades para redefinir la experiencia del cliente se convierte en una tarea crucial y compleja para los proveedores de servicios. Este proceso implica una combinación de escucha activa, anticipación de demandas emergentes y una continua experimentación para encontrar soluciones efectivas.

Escuchar a los clientes se convierte en un primer paso fundamental. Entender sus necesidades, preferencias y expectativas es esencial para adaptar los servicios y ofrecer experiencias satisfactorias. La retroalimentación directa de los usuarios proporciona información valiosa que puede guiar el desarrollo de nuevas iniciativas y la mejora de las existentes.

Anticiparse a posibles demandas futuras es otro aspecto clave. Los proveedores de servicios deben estar atentos a las tendencias del mercado, las innovaciones tecnológicas y los cambios en los hábitos de consumo. Esto requiere un análisis constante del entorno empresarial y una capacidad para adaptarse rápidamente a las nuevas condiciones y oportunidades que surjan.

La experimentación juega un papel crucial en este proceso. Probar y equivocarse se convierte en una estrategia válida para encontrar soluciones innovadoras y efectivas. La disposición a asumir riesgos y explorar nuevas ideas es fundamental para mantenerse a la vanguardia en un sector en constante evolución.

## CONVERGENCIA

“Esta convergencia no solo se basa en ofrecerles un producto saludable. Vemos la convergencia como un futuro en el que incluso se pueda conect con su SmartWatch y saber su salud, saber si necesitan más o menos sal, por ejemplo, y hacer al cliente recomendaciones saludables en base a esa persona”, Metro24st

## VENTAJAS Y BENEFICIOS

“La Restauración Automática ofrece un servicio rápido y eficiente, lo que ayuda a satisfacer la demanda de los consumidores en momentos de alta afluencia. Esto es especialmente relevante en situaciones en las que hay escasez de personal, ya que las máquinas automáticas pueden proporcionar un servicio constante y de calidad sin depender completamente de la presencia de personal adicional.”, Nestlé.

## LA SOLUCIÓN DEFINITIVA

“Sin duda alguna, tanto por la tendencia y opciones diversas que el mercado ha abierto, como porque cada vez es mas critico que las empresas ofrezcan alternativas mas variadas para atraer a los usuarios / clientes a sus instalaciones”, Serunion.



## Evolución futura de la Restauración Automática



Analizamos las tendencias y cambios esperados en los próximos años; al tiempo que intentamos abordar predicciones sobre la dirección que tomará la industria.

**Es necesario entender que, en esta nueva concepción de restauración, el servicio debe estar enfocado siempre en una personalización hacia el cliente, en el que las empresas proveedoras de dicho servicio entiendan cada vez mejor a los clientes habituales y permita hacerles sugerencias que sean más relevantes para ellos e incluso promociones. Pero, todo lo que es la automatización, no solo hay que orientarla desde el punto de vista del cliente, sino también de los procesos. El poder automatizar determinados procesos va a agilizar los plazos de entrega, va a optimizar los costes operativos y va a permitir centrar al personal en las tareas más relevantes en esa personalización.**

### VISIÓN DE EMPRESAS OPERADORAS

En relación con la evolución futura de la restauración automática, Serunion destaca un cambio significativo en el panorama post-pandémico.

Anticipaban un gran cambio en el modelo, particularmente en la preferencia por la restauración asistida, pero los indicadores actuales muestran un retorno a niveles de uso similares a

los de antes de 2019. Esto se percibe como una buena noticia, ya que sugiere una recuperación en la confianza del consumidor y en la adopción de servicios asistidos.

Por otro lado, Iparvending proyecta una evolución hacia una adaptación cada vez mayor de las máquinas vendiendo a las necesidades cambiantes del consumidor.

En consonancia con el avance tecnológico, prevén la fabricación de máquinas con materiales más sostenibles y un menor consumo energético. Se enfocarán en la implementación de tecnologías como aplicaciones móviles, códigos QR y sistemas de pago contactless, mejorando así la eficiencia de las máquinas.

Así, se espera una integración más profunda de opciones saludables en la oferta de distribución automática, reflejando una tendencia hacia la promoción de estilos de vida más saludables.

En otras palabras, ambas empresas coinciden en la importancia de la tecnología como impulsora de cambios en la industria de la restauración automática.



Asimismo, reconocen la necesidad de priorizar la sostenibilidad y la salud en la oferta de productos, adaptándose así a las demandas y preocupaciones de los consumidores modernos.

### ¿Y DESDE LA PERSPECTIVA DE UNA COMPAÑÍA FABRICANTE DE MÁQUINAS?

Desde la perspectiva de una compañía fabricante de máquinas como es Nestlé Professional, la evolución de la restauración automática centrada en el café en los próximos años se presenta muy prometedora. A medida que la tecnología avanza y las necesidades de los consumidores evolucionan, se espera que la restauración automática experimente importantes cambios y mejoras.

En primer lugar, se espera que las máquinas de café automáticas se vuelvan más sofisticadas y avanzadas en funcionalidad y rendimiento. Las compañías fabricantes de máquinas están invirtiendo en investigación y desarrollo para ofrecer máquinas más intuitivas, eficientes y versátiles.

Esto incluye características como la personalización de las recetas, la capacidad de preparar una amplia variedad de bebidas y la integración de tecnologías inteligentes, como la conectividad y la automatización.

Otra de las predicciones es que la restauración automática se adaptará -y de hecho, ya lo hace- a las preferencias cambiantes de los consumidores en términos de sostenibilidad y calidad.

Los consumidores se interesan cada vez

más en productos de café sostenibles, tanto en ingredientes como en prácticas de producción. Por lo tanto, se espera que las máquinas de café automáticas se diseñen para minimizar el impacto ambiental en su funcionamiento.

*“Nuestras soluciones reflejan la visión de Rhea sobre el mundo del café: máquinas de diseño para conquistar y realzar cualquier espacio de hostelería, con un altísimo potencial de personalización para satisfacer las preferencias gustativas de cada consumidor e inspiradas en las nuevas tecnologías y la sostenibilidad en sus diversas formas”, Rhea.*

Y es que, el sector de la hostelería es cada vez más consciente de las ventajas que ofrecen las máquinas automáticas, en primer lugar la replicabilidad de la calidad en la taza, pero también la variedad de recetas, la estética, el servicio y el ahorro en la gestión. Al mismo tiempo, la oferta centrada en la calidad responde a las expectativas del consumidor de disfrutar de un café como el del mostrador del bar.

### CAMBIOS Y TENDENCIAS EN LA DEMANDA DE LOS CLIENTES FINALES

En el contexto actual de la restauración automática, se observa un mundo por explorar, especialmente con la entrada de la inteligencia artificial, que permite casi una personalización completa de cada interacción con el usuario. Se

ha demostrado que un enfoque más humano en entornos no asistidos puede desafiar de manera significativa el concepto del valor percibido por parte de los consumidores.

Desde la perspectiva de Rhea, las expectativas del consumidor están estrechamente relacionadas con la calidad y la variedad de la oferta. Gracias a innovaciones como las máquinas de leche rhMM1.v+ y rhMM2.v+, la empresa puede ofrecer una amplia gama de bebidas, desde recetas con leche fresca, caliente y fría hasta opciones con bebidas vegetales para aquellos con dietas veganas.

Con productos como rhea COOL, se proporciona una diversidad de bebidas frías, incluyendo agua con y sin gas, café helado, cappuccinos y batidos, adaptándose así a las preferencias cambiantes de los consumidores, especialmente en climas cálidos.

*“La rapidez en los tiempos de entrega y en las esperas, y el poder sentirse, sobre todo el público más joven, que la experiencia está más personalizada y orientada hacia ellos.”, METRO24ST*

## El epicentro de la Restauración Automática: Vinculando objetivo social al cliente final

**En la búsqueda constante de fusionar la excelencia en el servicio con un compromiso social sólido, diversas empresas del sector están dando pasos significativos hacia la integración de objetivos sociales en su oferta de servicios de restauración automática.**

### COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD Y EL MEDIO AMBIENTE

Empresas como Nestlé están liderando el camino al incorporar el objetivo social en la oferta de servicios de bebidas en la restauración automática.

A través de iniciativas innovadoras, el grupo se esfuerza por utilizar ingredientes y materiales sostenibles en la producción de sus bebidas, minimizando así el impacto ambiental. Además,



la compañía trabaja estrechamente con agricultores y proveedores para promover prácticas agrícolas sostenibles y mejorar las condiciones de vida de las comunidades locales.

### **PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD Y LA INCLUSIÓN**

Por otro lado, y continuando con el ejemplo de Nestlé, la promoción de la diversidad y la inclusión se ha convertido en otro pilar fundamental para las empresas del sector.

Crear un entorno de trabajo inclusivo y diverso, donde se valoren y respeten las diferencias individuales, es una prioridad. Además, colaboran con organizaciones locales para mejorar la calidad de vida de las personas y contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades.

### **IDENTIFICACIÓN DE LA AUTENTICIDAD DE LA EMPRESA EN RELACIÓN CON EL CLIENTE FINAL**

La autenticidad y la conexión emocional con el cliente final son aspectos cruciales que empresas operadoras valoran profundamente.

Tal y como nos trasladan desde Serunion, la esencia del servicio radica en entender las necesidades del cliente y ofrecer una experien-

cia óptima, ya sea a través de un contacto presencial o automatizado. Reconocen que cada interacción con el cliente es una oportunidad para construir relaciones sólidas y duraderas.



### **ESTRATEGIAS ESPECÍFICAS PARA OFRECER UNA EXPERIENCIA ÚNICA AL CLIENTE**

Se trata de dar un paso más allá en la satisfacción de las necesidades de los clientes; hay que superar las expectativas y brindar una experiencia verdaderamente única.

A través del análisis constante de las demandas, opiniones y percepciones de los usuarios, la compañía proveedoras de servicios pueden hacer una radiografía al detalle de los usuarios finales, y convertirse en un partner

estratégico que proporciona asesoramiento personalizado y soluciones a la vanguardia.

### **ENFOQUE EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD**

Compañías como Metro24st también se destacan por su enfoque en la responsabilidad social y la sostenibilidad.

Desde asegurar que las ventas sean responsables hasta promover prácticas ambientalmente amigables en la fabricación de maquinaria, Metro24st se compromete a hacer su parte para contribuir al bienestar de la sociedad y el medio ambiente.

### **COMPROMISO CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y LA ACCESIBILIDAD**

Resulta necesario ser conscientes de la importancia de entender las necesidades cambiantes de los clientes y adaptarse para satisfacerlas de manera efectiva.

Ya sea en entornos urbanos o rurales, el objetivo ha de ser siempre ofrecer una experiencia de cliente excepcional, garantizando la mejor relación calidad-precio posible y demostrando un compromiso continuo con la satisfacción del cliente.

# **Recursos para agilizar y potenciar Soluciones Unattended**

**La implementación eficaz de soluciones unattended es crucial para mantenerse a la vanguardia en un mercado en constante evolución. Diversas empresas líderes en el sector han desarrollado estrategias y recursos innovadores para agilizar y potenciar estas soluciones, abordando tanto la implementación tecnológica como los desafíos operativos.**

### **TECNOLOGÍAS UTILIZADAS PARA AGILIZAR LA IMPLEMENTACIÓN DE SOLUCIONES AUTOMÁTICAS**

Desde Serunion, se destaca una relación directa con los fabricantes para garantizar que las nuevas tecnologías se adapten de manera más efectiva a las demandas cambiantes del mercado. Además, la integración de inteligencia artificial permite un contacto más personalizado y eficiente con los usuarios, mejorando así la experiencia del cliente.

Metro24st, por su parte, ha desarrollado una aplicación que permite la interacción del cliente

desde su propio teléfono, convirtiéndose en una extensión digital del usuario.

**Esta aplicación ofrece ventajas como sistemas de puntos, acceso a productos exclusivos y una mayor personalización en la experiencia de compra.**

Además, la empresa está recopilando información para mejorar la efectividad de su inteligencia artificial, lo que permite prever y satisfacer mejor las necesidades del cliente.

### **ABORDAJE DE LA FALTA DE PERSONAL Y OTROS DESAFÍOS DEL SECTOR MEDIANTE LA RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA**

La falta de personal en el sector servicios se ha convertido en un desafío constante, pero también en una oportunidad para explorar soluciones automatizadas más eficientes.

Serunion apunta hacia un futuro donde se encuentre un equilibrio entre soluciones atendi-

das y no atendidas, maximizando así la eficiencia operativa sin comprometer la calidad del servicio.

Metro24st, con su modelo de negocio de tienda de conveniencia, ha logrado reducir al máximo el costo de personal. Esto permite que incluso en ubicaciones donde no sería sostenible mantener una tienda tradicional, puedan alcanzar una rentabilidad significativa, ofreciendo una opción atractiva para el autoempleo o como complemento a otros negocios.

### **VENTAJAS DESTACADAS AL CONSIDERAR ESTA SOLUCIÓN**

Serunion destaca las ventajas de liberar tiempo de personal gracias a soluciones automáticas de alta calidad, como la línea Caliente, que ofrece productos equivalentes o superiores a los de la barra, permitiendo así un servicio más directo y personalizado para el cliente.

Por su parte, Iparvending señala que el negocio de vending, por su propia naturaleza, responde de manera inherente a la tecnología, lo que se refleja en ventajas como métodos de pago avanzados, interacción mejorada con los clientes y la capacidad de mantener activas las máquinas las 24 horas del día.

Esto posiciona a la distribución automática como una solución efectiva para abordar los desafíos del sector y ofrecer servicios automatizados de alta calidad.



*“Básicamente, y siempre dependiendo de si estamos hablando de una ciudad o de un pueblo, lo que ofrecemos es una alternativa económicamente sostenible para poder tener un comercio abierto que pueda competir con los costes actuales que hay, y con la demanda que pueda tener el público, reduciendo enormemente el coste salarial” Metro.*



## El “Por Qué” de la restauración automática: motivos y necesidades



**En el contexto de la restauración automática, es fundamental comprender los motivos y necesidades que impulsan la adopción de soluciones automatizadas, así como evaluar su valor como respuesta a los desafíos actuales del sector.**

### RAZONES DETRÁS DE LA ADOPCIÓN DE SOLUCIONES AUTOMÁTICAS

El principal motivo que impulsa la adopción de soluciones automáticas es la necesidad de adaptarse a la nueva revolución digital que estamos experimentando.

En un mundo donde la tecnología desempeña un papel cada vez más importante en nuestras vidas, las empresas buscan sobrevi-

vir y mantenerse relevantes en un mercado en constante cambio.

Según Serunion, la elección entre soluciones asistidas o automáticas depende en gran medida de si se desea ofrecer un servicio 24/7 a los usuarios.

Para aquellos clientes con horarios laborales estándar y días de teletrabajo, la restauración automática puede ser una solución efectiva para cubrir sus necesidades, aunque con el reconocimiento de que existe un costo asociado que puede no justificarse si la operación no se utiliza de manera constante.

### VALORACIÓN DE LA RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA COMO SOLUCIÓN DEFINITIVA PARA ABORDAR DESAFÍOS

Desde Metro24st, se destaca que si bien la restauración automática representa una parte integral de la transformación en el sector, no debe limitarse únicamente a la automatización.

Es esencial mantener una imagen sólida, un trato personalizado y una filosofía definida. La automatización es una herramienta más dentro del proceso de transformación de la restauración automática, y la personalización sigue siendo un aspecto fundamental para ofrecer experiencias memorables a los clientes.

Esta perspectiva resalta la importancia de equilibrar la automatización con elementos que añadan valor a la experiencia del cliente, subrayando que la restauración automática debe ser vista como parte de una estrategia más amplia de innovación y adaptación en el sector.

*“La restauración automática ofrece soluciones que otros sectores no pueden ofertar, así como la inmediatez y la exclusividad. Además, en Iparvending nos encargamos del mantenimiento, reposición de las máquinas y resolución de averías, lo que hace que nuestros clientes no se tengan que preocupar de nada”, Iparvending.*

A través de casos de éxito, apreciamos cómo la implementación de la restauración automatizada revitaliza los entornos y modelos de negocio.



## Casos y ejemplos de **éxito**: Transformando emplazamientos

**La restauración automática ha demostrado su capacidad para transformar positivamente espacios específicos, ofreciendo experiencias únicas y satisfactorias para los usuarios. A través de casos de éxito concretos, podemos apreciar cómo la implementación de soluciones automáticas ha revitalizado entornos diversos y ha mejorado la calidad de vida de quienes los frecuentan.**

En Metro24st, un caso de éxito destacado ha sido la implementación de un sistema de puntos para fidelizar a los clientes, ofreciendo descuentos y ofertas exclusivas. Esta estrategia ha incentivado la repetición de visitas y ha contribuido a aumentar la satisfacción del cliente.

Además, la empresa ha introducido un innovador sistema de verificación de edad en sus kioscos y aplicación, garantizando así la venta responsable de productos restringidos por edad y el cumplimiento de las normativas locales.

Por otro lado, Rhea nos presenta el innovador concepto de Coffee Landscape, desarrollado en colaboración con el estudio internacional de diseño e innovación CRA-Carlo Ratti Associati y el arquitecto Italo Rota.

Este concepto se adapta a una variedad de ubicaciones, desde oficinas hasta salones, ofreciendo una experiencia única en la preparación y consumo de café.

Coffee Landscape se concibe como un espacio abierto con una estación central de café rodeada de asientos modulares, donde la preparación del café se convierte en una experiencia relacional.

Este enfoque redefine la experiencia social del café, fomentando la interacción entre los usuarios y permitiendo la personalización del entorno según las necesidades y preferencias individuales.

Asimismo, Nestlé nos presenta el caso de éxito de los Nescafé Coffee Corners, donde la oferta de café premium para llevar ha transformado positivamente diversos espacios, como oficinas, hospitales, universidades y estaciones de servicio.

La instalación de máquinas de café automáticas de alta calidad en estos espacios ha permitido ofrecer una amplia variedad de bebidas de café, desde espresso hasta opciones más especializadas. Esto ha proporcionado a los consumidores la oportunidad de disfrutar de un café delicioso y personalizado en un entorno conveniente y acogedor,

mejorando así su experiencia en estos lugares.

### **LECCIONES APRENDIDAS Y APLICABLES A OTROS CONTEXTOS**

*“El mayor aprendizaje es que todo lo que aportamos como franquicia, unido a una gestión impecable por parte del franquiciado, es la clave para el éxito o el fracaso del negocio.”, METRO24ST.*

*“De los casos de éxito de los Nescafé Coffee Corners, Nestlé ha aprendido varias lecciones que podrían aplicarse a otros entornos donde se sirven bebidas de manera automática. Una lección importante es la importancia de ofrecer una amplia variedad de opciones de bebidas para satisfacer las preferencias individuales de los consumidores. La personalización y la diversidad de sabores son aspectos clave para brindar una experiencia única y satisfactoria.”, NESTLÉ.*

*“El cliente marca la tendencia, pero debemos tener un modelo de asesoramiento porque no todo lo que se desea, luego se puede asumir, y es mejor gestionar la demanda esperada vs la deseada.”, IPAR-VENDING.*



# Modelos de Negocio: Diversidad en la Restauración Automática



**La restauración automática se integra en una amplia variedad de modelos de negocio, cada uno con necesidades y características específicas en cuanto a la oferta de café, la conveniencia, la calidad y la experiencia del cliente. Desde coffee corners hasta hoteles, restaurantes, estaciones de servicio y oficinas, la adaptación de soluciones automáticas a las necesidades de cada segmento es fundamental para ofrecer experiencias satisfactorias y maximizar el rendimiento económico.**

## ANÁLISIS DE LOS DIFERENTES MODELOS DE NEGOCIO

El concepto de Coffee Corner representa una innovación significativa en la restauración automática. Estos espacios permiten ofrecer servicios de calidad que superan la experiencia de los modelos asistidos tradicionales. Aunque se percibe una diferencia de precios óptima, debido a la ausencia de contacto humano, los usuarios pueden disfrutar de una amplia variedad de opciones de café en entornos acogedores y convenientes.

La adaptación de soluciones automáticas a las necesidades específicas de cada segmento es clave para el éxito del negocio. Desde la implementación de zonas gourmet automatizadas en hoteles hasta la automatización de tiendas de conveniencia en estaciones de servicio,

los proveedores de servicios deben estar preparados para ofrecer soluciones personalizadas que satisfagan las demandas únicas de cada cliente.

**Esto puede implicar la adaptación de ofertas customizadas, la consideración de horarios y la flexibilidad en la oferta de productos y servicios.**

La filosofía de colaboración con el cliente es fundamental para interceptar sus necesidades y ofrecer soluciones innovadoras. La creación de rincones de café personalizados y la imple-

mentación de máquinas diseñadas para satisfacer las demandas del mercado en evolución son aspectos clave.

Las superautomáticas equipadas con funciones exclusivas y pantallas táctiles ofrecen una experiencia de consumo agradable y un excelente entretenimiento para los usuarios.

## TENDENCIAS DESTACADAS EN CADA SEGMENTO

En los coffee corners, la tendencia hacia la personalización y la diversidad de sabores es evidente. Los consumidores buscan opciones de café especializadas y variadas, desde bebidas







con sabores hasta café de origen único y opciones de leche alternativas.

En las oficinas, la calidad y la experiencia del café son fundamentales. Las empresas buscan ofrecer a sus empleados opciones de café de alta calidad para mejorar su bienestar y productividad. Además, hay un creciente interés en opciones sostenibles y prácticas laborales conscientes del medio ambiente.

En esencia, la diversidad en la restauración automática ofrece oportunidades para adaptar las soluciones a las necesidades específicas de cada modelo de negocio, mientras se responden a las tendencias emergentes del mercado y se proporciona una experiencia de cliente excepcional.



# Convergencia en la Restauración Automática del **café**: Perspectivas futuras



**La evolución de la restauración automática centrada en el café promete una experiencia más personalizada y eficiente tanto para los clientes como para los proveedores de servicios. Esta convergencia hacia la personalización y la optimización de procesos refleja una visión conjunta de mejorar la calidad del servicio y la eficacia operativa.**

## VISIÓN DE LA EVOLUCIÓN DE LA RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA CENTRADA EN EL CAFÉ

Desde Rhea, se destaca una visión centrada en el diseño innovador y la personalización de las soluciones de café. Las máquinas automáticas están diseñadas para adaptarse a cualquier entorno de hostelería, ofreciendo una variedad de recetas y un servicio estético que satisface las expectativas de los consumidores. La calidad del café es un aspecto fundamental, garantizando una experiencia equiparable a la del mostrador del bar.

Por otro lado, desde Nestlé Professional, se anticipa una evolución hacia máquinas de café automáticas más avanzadas y sofisticadas. Se espera que estas máquinas sean más intuitivas, eficientes y versátiles, con

características como la personalización de recetas y la integración de tecnologías inteligentes.

Además, se prevé una mayor atención a la sostenibilidad, con un enfoque en la minimización del impacto ambiental.

Tratando de concluir con una idea, la restauración automática se encamina hacia un futuro emocionante y prometedor. La personalización hacia el cliente y la optimización de procesos son los pilares fundamentales de esta evolución.

Se espera que las soluciones automáticas no solo mejoren la experiencia del consumidor, sino que también agilicen los plazos de entrega, optimicen los costes operativos y permitan una atención más centrada en las necesidades del cliente.

Este enfoque hacia la excelencia en el servicio y la eficiencia operativa impulsará la innovación y el crecimiento continuo en el sector de la restauración automática del café.





# HOSHIZAKI

LEADING NATURALLY

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

DUAL TAP

*¡Calculalo aquí!*



SCAN ME



# Desafíos y oportunidades para los equipos de autoservicio en la era de pagos móviles

**En la reciente Cumbre de Innovación de Autoservicio en Loews Coral Gables, un panel de proveedores de equipos de autoservicio abordó el desafío emergente que enfrentan en medio de la expansión acelerada de los pagos móviles en los puntos de venta. La pregunta crucial que resonó durante la sesión fue si los operadores de equipos de autoservicio están realmente a la altura de las expectativas de los consumidores en este dinámico escenario.**

Con el mercado mundial de pagos móviles proyectando un crecimiento anual combinado del 14,3% hasta 2032, según Emergen Research, la necesidad de adaptarse a las cambiantes preferencias de los consumidores se vuelve imperativa.

El auge de los pagos sin contacto y el aumento de los beneficios de lealtad en el entorno móvil son factores impulsores de esta tendencia.

Bruce Rasmussen, director de ventas de Ingenico Group, moderó la sesión titulada “Liberando el éxito con pagos sin efectivo en el espacio de autoservicio desatendido”. Rasmussen subrayó la importancia de estar al tanto de las tecnologías habilitadoras y anticiparse a los posibles obstáculos.

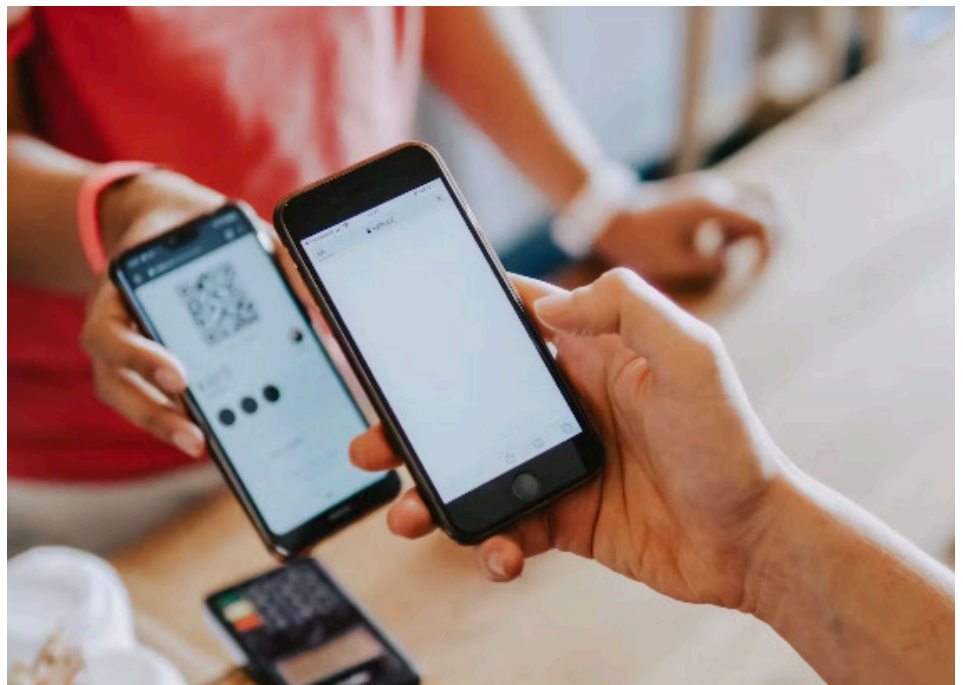
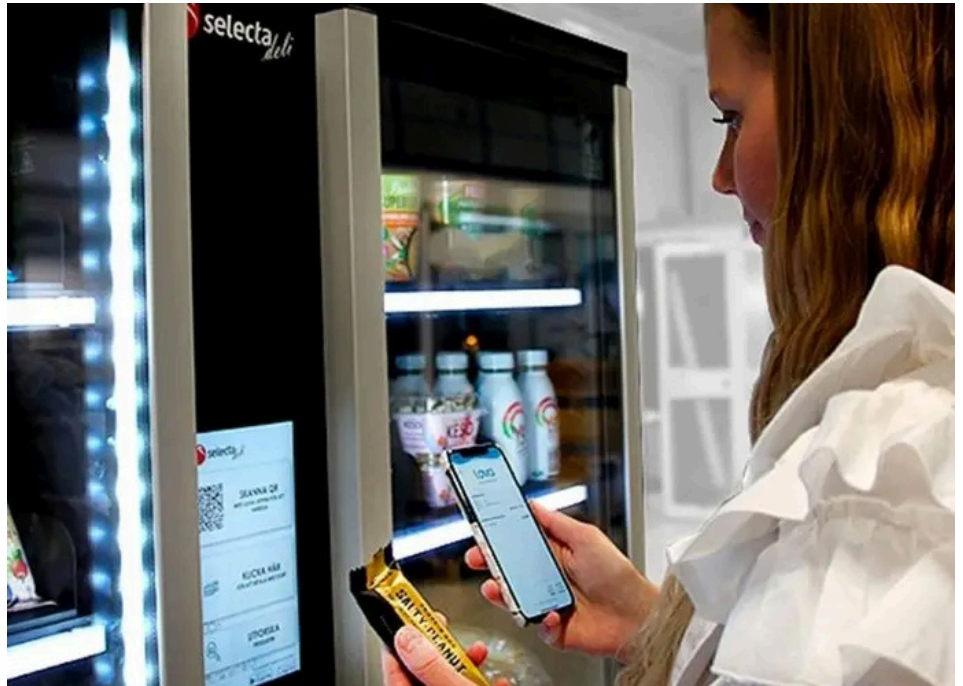
Los panelistas, representando diversas aplicaciones de autoservicio, compartieron sus experiencias y estrategias para mantenerse a la vanguardia.

Marcos Acuña, fundador de Quilck Scan&Go, relató cómo su sistema de pago minorista sin contacto ha prosperado en América Latina y ha expandido sus operaciones en los Estados Unidos.

Quilck Scan&Go requiere que los usuarios escaneen un código QR en una terminal de entrada y paguen mediante tarjeta de débito, crédito o servicios como Apple Pay o Google Pay, proporcionando una propuesta de valor centrada en la facilidad de compra.

Gary Arwin, presidente de Gator Refresh, un proveedor de servicios de conveniencia con sede en Orlando, compartió su experiencia de 17 años en el negocio.

Destacó la importancia del “touch & pay” sin efectivo, señalando que alrededor del 78% de sus clientes optan por tarjetas de débito o cré-



dito. Según Arwin, la función de toque es casi obligatoria hoy en día, ya que la mayoría de los clientes esperan y aprecian esta conveniencia.

El consenso en la sesión fue claro: la adaptabilidad a las tecnologías emergentes y la comprensión de las preferencias cambiantes de los consumidores son esenciales para el

éxito de los equipos de autoservicio en el competitivo panorama actual.

Con el panorama de los pagos móviles en constante evolución, la capacidad de anticipar y abordar las demandas del mercado será crucial para mantenerse relevantes en los próximos años.





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



# Hospitales estadounidenses implementan *Amazon Just Walk Out* en su **servicio de restauración**



**Un hospital ubicado en Georgia (E.E.U.U.), ha marcado un hito al convertirse en el primer centro hospitalario en Estados Unidos en incorporar la innovadora tecnología Just Walk Out de Amazon en su servicio de restauración, ahora, automática. La noticia fue confirmada mediante un comunicado de prensa oficial, donde se destacan las características de esta implementación.**

En colaboración con su proveedor de servicios de alimentación, Morrison Health Care, una división de Compass Group North America, el Candler Hospital ha implementado la tecnología Just Walk Out en su cafetería convertida en micromarket, denominado SmartBytes.

Esta transformación tuvo lugar a mediados de 2021, convirtiendo la cafetería en un mini-market automático operativo las 24 horas, los 7 días de la semana, para satisfacer las necesi-

dades de los empleados y visitantes del hospital.

La integración de Just Walk Out de Amazon en SmartBytes ha creado un mercado de alimentos sin fricciones y cashless.

Los empleados y visitantes del Candler Hospital pueden acceder al establecimiento simplemente pasando una tarjeta de crédito o un distintivo de empleado. Esta iniciativa permite a los usuarios elegir entre una amplia gama de productos alimenticios, como comidas precocinadas, aperitivos y bebidas, sin la necesidad de esperar en colas.

## **EL POTENCIAL DE LA RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA SE TRASLADA A LOS HOSPITALES**

Es en estos espacios, las máquinas automáticas juegan un papel primordial; pueden ser una salvación tanto para los empleados como

para los pacientes, y en especial, para los visitantes: familiares que no quieren alejarse del centro y que ven en la distribución automática un momento de relax y descanso.

Si bien cada centro sanitario u hospital presenta sus propias particularidades y necesidades: ubicación, distribución de los espacios, número de camas, capacidad de urgencias y otras zonas del complejo; personal y horarios de trabajo de cada colectivo, precios especiales para empleados, control sanitario de cada máquina, limpieza y detección de posibles averías, entre otras cuestiones; existe un común denominador: la necesidad de apostar por una oferta saludable y nutritiva.

Y ahora, este modelo da un paso más en su evolución y apuesta por auténticas zonas de restauración automatizadas que, más allá de ofrecer un servicio más básico de snacks y refrescos, representa todo un oasis de opcio-





nes premium, personalizadas y nutritivas.

Volviendo al proyecto estadounidense, Paul Hinchey, presidente y director ejecutivo de St. Joseph's/Candler, expresa su entusiasmo por la implementación de la tecnología Just Walk Out en el servicio de comidas del hospital. "La tecnología Just Walk Out de Amazon apoya nuestra estrategia de medicina inteligente al ofrecer soluciones de alta tecnología a nuestros pacientes, visitantes y compañeros de trabajo, incluso con el servicio de comidas".

**Además, destaca la posibilidad de evaluar el impacto de esta tecnología y considerar su expansión a otros campus del hospital en el futuro.**

**Una característica destacada de esta implementación es la introducción del pago por tarjeta de empleado; los trabajadores del Candler Hospital tienen la opción de utilizar su tarjeta de empleado para realizar compras, ofreciendo una forma eficiente de realizar transacciones.**

Este mercado minorista con tecnología Just Walk Out se encuentra estratégicamente ubi-



cado cerca del servicio de urgencias, proporcionando acceso rápido y conveniente a los productos alimenticios para aquellos que buscan opciones de comida en cualquier momento del día.

La administración del Candler Hospital espera evaluar el impacto y la recepción de esta nueva tecnología entre los usuarios antes de

considerar su posible implementación en otros campus hospitalarios.

La iniciativa representa un paso adelante en la integración de tecnologías avanzadas para mejorar la experiencia de los pacientes, visitantes y empleados en el ámbito hospitalario, y demuestra la capacidad de la distribución automática de aportar servicios de calidad.



# ¿Queremos un negocio de **distribución automática eficiente?** Empecemos por el **agua**

**En la dinámica distribución automática, donde la competencia es feroz y la calidad del producto es la carta de presentación, un elemento crucial a menudo pasa desapercibido: el agua. En Hostelvending, exploramos cómo la calidad del agua puede marcar la diferencia entre un café corriente y una experiencia excepcional para los consumidores.**

## UN EQUILIBRIO ENTRE MÁQUINA, GRANO Y AGUA

En el universo de las bebidas calientes dentro del sector, alcanzar la taza perfecta es un arte que depende de dos factores primordiales: el estado de la máquina y la calidad de los ingredientes, especialmente el grano y el agua.

En este sentido, el uso del mejor sistema de filtración de agua para máquinas automáticas se revela como una decisión estratégica para asegurar el correcto funcionamiento de las máquinas y potenciar las cualidades del café.

## EL PESO DEL AGUA EN LAS AVERÍAS DE LAS MÁQUINAS

Resulta sorprendente que más del 80% de las averías en las máquinas se atribuyan al agua sin filtrar o mal filtrada. Esta estadística conlleva no solo mayores costes de reparación, sino también pérdidas de ingresos debido a paros de servicio y una reducción en la vida útil de la inversión realizada.

**¿Tiene sentido invertir en máquinas de calidad sin garantizar su protección adecuada? Filtrar el agua no es un gasto, es una inversión.**

## SELECCIONAR, AJUSTAR Y MANTENER

Seleccionar el sistema de filtración adecuado, ajustar correctamente el nivel de filtrado y llevar a cabo un mantenimiento regular son los tres pasos cruciales que aseguran la protección de las máquinas y garantizan un servicio de restauración automática de alta calidad.

Estos pasos previenen averías, al tiempo que contribuyen a la longevidad de la inversión y la satisfacción del cliente.

## EL CAFÉ: UN 98% DE AGUA

El café, compuesto en un 98% por agua, subraya la importancia crítica de este elemento en la calidad de la taza.

En España, un país con aguas particularmente complejas y variables, solo un sistema de filtración adaptable puede asegurar la uniformidad del café, independientemente de la ubicación del local y la estación del año.

## SISTEMAS DE FILTRACIÓN: MÁS ALLÁ DEL COSTE, UNA INVERSIÓN

El agua afecta la funcionalidad de las máquinas y desencadena una cadena de eventos que influyen directamente en el sabor, aroma y apariencia del café.

Un buen sistema de filtración busca equilibrar los minerales presentes en el agua, libe-



rándola de elementos perjudiciales como el cloro, partículas y residuos orgánicos.

### EL ROL DEL SOCIO DE FILTRACIÓN DE AGUA

La variedad de granos, niveles de tueste y métodos de preparación ofrecen oportunidades de experimentación; pero las diferencias en las composiciones químicas del agua pueden comprometer el perfil de sabor deseado.

Contar con un socio experto en filtración de agua puede ser la clave diferenciadora para llevar tu negocio de vending al siguiente nivel.

Y en este aspecto, BRITA, líder en tecnología de filtración, se convierte en un aliado en este proceso de mejora continua. A través de sus productos de filtración, contribuyen a garantizar que las máquinas ofrezcan bebidas excepcionales en cada ocasión.

En conclusión, si aspiramos a un negocio de distribución automática eficiente y de calidad, debemos comenzar por prestar la atención debida al agua.

Este elemento, a menudo subestimado, es esencial para alcanzar la excelencia en cada taza que ofrecemos a nuestros clientes exigentes.



# {V} Resiliencia y transformación: La distribución automática en España a través de los años



**LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA, ANTERIORMENTE CONOCIDA COMO VENDING, HA DEMOSTRADO SER UN PILAR SÓLIDO EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA, RESISTIENDO LOS EMBATES DE LA CRISIS SANITARIA Y ADAPTÁNDOSE A LAS CAMBIANTES TENDENCIAS DEL MERCADO. EN ESTE ARTÍCULO, EXPLORAREMOS LA EVOLUCIÓN RECIENTE DEL SECTOR, LAS TENDENCIAS EMERGENTES Y LAS PERSPECTIVAS PARA EL FUTURO.**

## RESISTENCIA ECONÓMICA DURANTE LA PANDEMIA

A pesar de los desafíos presentados por la crisis sanitaria, el liderazgo en el sector del unattended español mostró una notable resistencia económica.

Las empresas líderes destacaron la importancia de la robustez de sus modelos de negocio, subrayando su contribución significativa a los resultados empresariales. La investigación realizada por IFMA revela que el impacto inicial de la pandemia ha sido superado, reflejando la capacidad del sector para adaptarse y recuperarse.

## TENDENCIAS RECIENTES EN LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA

Estos años seguirán la estela de lo que anunciábamos desde hace tiempo con el apogeo de

modelos de negocio como micromarkets y diversos espacios para la venta no asistida.

*La introducción de zonas de micromarkets y restauración automática ha sido una novedad en España, permitiendo servicios 24/7 y agilizando el proceso de compra al reducir la manipulación de productos.*

Esta innovación, aunque ya consolidada en otras naciones, demuestra la capacidad del sector para adoptar prácticas eficientes y modernas.

Por otro lado, el acento de lo nutricional marcará las nuevas tendencias. Y es que, el confinamiento ha impulsado un cambio de mentalidad en la sociedad española, llevando a



una mayor conciencia sobre la salud y la calidad de vida.

***La tendencia hacia alimentos más saludables y ecológicos ha sido evidente, con un crecimiento significativo en productos orgánicos, veganos y libres de alérgenos.***

Esta transformación en las preferencias alimentarias ha llevado al sector del vending a ajustar su oferta para satisfacer la demanda de opciones más saludables.

#### PRONÓSTICO PARA EL 2023

El impacto de la pandemia resultó en una concentración de operadores en un sector históricamente fragmentado.

Aunque las medidas de distanciamiento social y la recuperación económica han impulsado el aumento de las ventas de las máquinas expendedoras, la recuperación total a niveles pre-pandémicos llevará tiempo.

Expertos de The Monopolitan anticipan un crecimiento del 8% en los ingresos totales del

sector para el año 2023.

Si bien esto sugiere una recuperación constante, las cifras proyectadas aún se sitúan por debajo de los niveles anteriores a la pandemia.

***El corto plazo promete un ritmo de crecimiento elevado, respaldado por la lenta recuperación económica del país.***

Así, la distribución automática en España ha demostrado su capacidad de adaptación y resistencia frente a desafíos económicos y sanitarios.

***Con la implementación de tendencias modernas y la previsión de un crecimiento continuo, la distribución automática sigue siendo un componente vital de la economía española, preparado para enfrentar los desafíos y oportunidades que el futuro pueda presentar.***



## 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 hándicaps 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.

# El mercado de las **superautomáticas** alcanza los **4,6 billones de dólares** en 2023

El mercado de las **superautomáticas** alcanza los **4,6 billones de dólares** en 2023.



**Este fenómeno no es casualidad, sino el resultado de una demanda en constante expansión, impulsada por el crecimiento del consumo de café en todo el mundo. No obstante, tras este aparente éxito, se esconden dinámicas y desafíos que merecen una mirada crítica y objetiva.**

## EXPANSIÓN DEL MERCADO

El consumo creciente de café, especialmente de variantes gourmet, ha propulsado las ventas de máquinas automáticas. La preferencia por estas máquinas en lugar del café hecho a mano, se atribuye a la mayor demanda ya la creciente pasión por las variantes de alta calidad.

Por ejemplo, más del 62% de la población en EE.UU. consume café a diario, según la Asociación Nacional del Café (NCA), marcando un cambio cultural en la forma en que se disfruta de esta popular bebida.

El informe sobre el mercado destaca que la demanda está impulsada por avances tecnológicos, aunque las cafeteras de goteo siguen siendo las preferidas.

La categoría comercial lidera en ingresos, y mientras Asia-Pacífico lidera el mercado, se espera un crecimiento significativo en América del Norte hasta 2030. Sin embargo, este panto-

rama prometedor no está exento de desafíos y matices.

## PREMIUMIZACIÓN Y AVANCES TECNOLÓGICOS

La tendencia hacia el consumo premium de café, la conciencia sobre sus beneficios para la salud y la necesidad de pedidos rápidos en cafeterías han contribuido al auge del mercado.

La innovación, como las máquinas dispensadoras con pantalla táctil y las cafeteras "bean-to-cup", refleja la adaptación a las cambiantes expectativas del consumidor.

La integración de tecnología inteligente en las cafeteras automáticas es una característica distintiva, permitiendo el control remoto a través de nuestros móviles.

En efecto, sin duda, el avance tecnológico impulsará el crecimiento del mercado. De hecho, las máquinas automáticas se identifican como uno de los equipos clave de la cocina moderna actual.

Esto se atribuye a características como la cómoda accesibilidad desde lugares distantes. Tecnologías como la conectividad Bluetooth y Wi-Fi están ganando popularidad, ya que los usuarios pueden manejar las cafeteras automáticas a través de teléfonos inteligentes y dar instrucciones desde cualquier lugar dentro

del rango de conectividad dentro de la casa.

Los usuarios pueden ya recibir notificaciones y recordatorios a través de aplicaciones móviles para rellenar el depósito de agua, sustituir el disco filtrante y controlar el volumen de leche, agua o granos de café en la máquina.

Por otro lado, es las nuevas funciones de preparación múltiple, es decir, hacer dos tazas de café a la vez, también atraen a una amplia base de clientes.

Por lo tanto, se estima que el aumento de la flexibilidad en el funcionamiento de las máquinas automáticas de bebidas a gracias a la facilidad de comunicación -mediante los smartphones- impulse el mercado durante el período previsto (2023-2030).

## ANÁLISIS DEL MERCADO POR TIPO DE PRODUCTO

Las cafeteras de goteo dominan el mercado, respaldadas por su reutilización y características tecnológicas. Las cafeteras espresso automáticas, en segundo lugar, satisfacen la creciente demanda de café de alta calidad en diferentes entornos.





**Jofemar**  
VENDING



Disfruta de una nueva  
**experiencia** de compra

**JOFEMAR**

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

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

# ¿Cómo almacenar la **leche soluble** para **máquinas expendedoras** para garantizar su **calidad**?



En el mundo de la distribución automática, la calidad de los productos es fundamental para satisfacer a los consumidores y mantener la reputación del negocio. En este sentido, Laqtia, reconocida experta en el desarrollo de bebidas instantáneas, nos ofrece valiosos consejos sobre el almacenamiento adecuado de leche soluble para las máquinas automáticas. Asegurarse de seguir estas recomendaciones es esencial para preservar las características organolépticas y nutricionales de este producto, así como para prevenir contaminaciones.

## SELECCIÓN DEL ALMACÉN IDEAL

La elección del lugar de almacenamiento juega un papel crucial en la preservación de la calidad de la leche en polvo. Opta por un sitio fresco, seco y limpio, lejos de olores fuertes.

Este ambiente contribuirá a evitar cambios en las propiedades de la leche soluble, ya que

la humedad y temperaturas elevadas podrían propiciar el crecimiento bacteriano.

## CONTROL DE TEMPERATURA

Una vez escogido nuestro almacén, el siguiente paso será atender a la temperatura del mismo.

**Asegúrate de que el lugar de almacenamiento no supere los 25 °C.**

Elevadas temperaturas pueden afectar negativamente a los nutrientes de la leche soluble, impactando en su calidad y sabor.

## GESTIÓN DE LA HUMEDAD

Ligado a la anterior está el factor de la humedad. Para un buen almacenamiento, mantén la humedad relativa por debajo del 65% en tu almacén.

El exceso de humedad puede llevar a que la

leche absorba agua, comprometiendo su calidad, inocuidad y rendimiento en las máquinas automáticas.

## ROTACIÓN PARA PRESERVAR LA FRESCURA

Una vez equilibrados los parámetros físicos, toca la tarea de revisión. Y es que, un control continuo asegura que no se exceden las fechas de caducidad.

Rota tu inventario para utilizar la leche en el orden en que la recibes, garantizando así que siempre estés ofreciendo productos frescos y seguros en el negocio.

## SIN OLVIDAR LA IMPORTANCIA DEL ENVASADO

Lógicamente, como último elemento, pero no menos importante, encontramos el packaging. El envase es un escudo crucial contra posibles contaminantes.

La leche soluble debe almacenarse en reci-



puentes cerrados herméticamente.

En este sentido, Laqtia destaca la atención meticulosa que dedican a sus envases, diseñados específicamente para proteger la leche soluble contra la entrada de humedad y otros contaminantes.

Ante cualquier indicio de envases defectuosos, resulta esencial evitar su uso para prevenir pérdida de cualidades y posibles riesgos para la salud del consumidor.

Siguiendo estas directrices, no solo garantizamos la calidad de la leche soluble en las máquinas; también demostramos un compromiso con la seguridad y satisfacción del consumidor.

En un mundo donde la excelencia es clave, estos cuidados en el almacenamiento marcan la diferencia.



# Hot Desking y Restauración Automática, una fusión innovadora para empresas del futuro



Con una parte significativa de la fuerza laboral trabajando desde casa, las oficinas convencionales se vuelven innecesariamente costosas. El Hot Desking permite a las empresas reducir el espacio de oficina necesario, ahorrando costes significativos. En este contexto, la restauración automática juega un papel crucial.




En la era del trabajo flexible e híbrido, el Hot Desking se erige como una práctica esencial para las empresas que buscan adaptarse a las necesidades cambiantes de sus empleados. Según un estudio de Bitkom, más del 60% de los encuestados revelaron que sus empresas han implementado el trabajo desde casa, al menos en parte. Este cambio no es temporal, ya que un 20% espera que esta tendencia persista durante los próximos tres años.

El hot-desking es un sistema de organización de los escritorios de oficina. En ese sentido, un escritorio se pone a disposición y se puede reservar para varios empleados en dife-


rentes momentos utilizando un software de hot-desking.

El concepto de hot desking está íntimamente vinculado con el modelo de trabajo híbrido, según el cual los trabajadores trabajan desde casa y desde la oficina.

## BENEFICIOS DEL HOT DESKING

 **Aumento de la productividad:** Estudios demuestran que las empresas que adoptan el Hot Desking experimentan un aumento significativo en la productividad de sus empleados.

Un 46% de los trabajadores considera que son más productivos en un entorno de escritorio compartido en comparación con su lugar de trabajo convencional.

 **Atracción de la Nueva Generación:** Con la Generación Z ingresando al mercado laboral, el Hot Desking se presenta como un atractivo fundamental.

La flexibilidad en el trabajo es una de las principales demandas de esta generación, y la posibilidad de reservar el espacio de trabajo necesario en cualquier momento se convierte





en un factor clave para atraer y retener talento.

**Comunicación y colaboración mejoradas:** La mezcla de lugares de trabajo facilita la interacción entre equipos, fomentando la comunicación abierta y una comprensión más profunda de la empresa en su conjunto.

Esta dinámica colaborativa crea un entorno donde se valora y reconoce el impacto de cada individuo.

**Menor coste en bienes inmuebles:** Con una parte significativa de la fuerza laboral trabajando desde casa, las oficinas convencionales se vuelven innecesariamente costosas.

El Hot Desking permite a las empresas reducir el espacio de oficina necesario, ahorrando costes significativamente. Un estudio de Global Workplace Analytics revela que los escritorios de las oficinas están vacíos casi el 60% del tiempo.

Para que el Hot Desking funcione, es esencial crear un entorno acogedor y colaborativo. Si bien la oficina puede ser más pequeña, la inclusión de zonas de descanso, áreas para reuniones y escritorios bien equipados contribuye a un ambiente propicio para el trabajo flexible.

### RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA ADAPTABLE

En este contexto de cambio, la restauración automática juega un papel crucial. Las opciones tradicionales pueden resultar complicadas, pero soluciones como los micromarkets y los coffee corners.



Estos sistemas de autoservicio proporciona alimentos y bebidas accesibles las 24 horas, satisfaciendo las necesidades de un personal que entra y sale de la oficina de manera irregular.

El Hot Desking no es solo una tendencia; es

una respuesta inteligente a las demandas cambiantes del mundo laboral.

Al adoptar esta mentalidad, las empresas no solo mejorarán la productividad y retendrán talento, sino que también podrán optimizar sus costos inmobiliarios mientras ofrecen a sus empleados un entorno de trabajo más flexible y atractivo.

# El metro de Bruselas apuesta por la alimentación saludable a través de máquinas expendedoras



**En respuesta a las crecientes preocupaciones sobre la disponibilidad de opciones saludables en las máquinas expendedoras en áreas de transporte, el gobierno regional de Bruselas ha anunciado una nueva iniciativa para introducir aperitivos nutritivos en tres estaciones de metro clave. La ministra bruselense de Transportes, Elke Van den Brandt, ha revelado la noticia, destacando la importancia de brindar alternativas más saludables a los pasajeros.**

La iniciativa, que se implementará inicialmente en las estaciones de Kunst-Wet, Montgomery y Schuman, surge como respuesta a las inquietudes expresadas por el diputado regional verde francófono, Thomas Naessens.

Naessens señala que las máquinas expendedoras actuales predominantemente ofrecen alimentos procesados cargados de azúcar o sal, lo que plantea preocupaciones sobre la salud pública.

El gobierno regional de Bruselas abordó estas preocupaciones el año pasado al convocar un concurso para encontrar un proveedor capaz de suministrar opciones más saludables para las máquinas automáticas del metro.

Tras un proceso de selección, un candidato se destacó y posteriormente llegó a un acuerdo con el operador de transporte público de Bruselas, MIVB, para llevar a cabo una prueba piloto en tres ubicaciones estratégicas.

Las máquinas expendedoras de snacks saludables se espera que se instalen en Kunst-Wet, Montgomery y Schuman este mes o, a más tardar, el próximo, según lo confirmado por Van den Brandt.

Aunque la duración exacta del período de prueba aún no está clara, se anticipa que, de resultar exitoso, la iniciativa se expandirá a

otras estaciones de metro durante el transcurso de este año.

La implementación de estas máquinas de aperitivos nutritivos es un paso positivo hacia la promoción de hábitos alimenticios más saludables entre los usuarios del metro de Bruselas. Además, se contempla la posibilidad de colaborar con un segundo proveedor en el futuro, lo que podría ofrecer aún más variedad en las opciones disponibles para los pasajeros.

Esta iniciativa demuestra el compromiso del gobierno regional de Bruselas en abordar las preocupaciones de salud pública y mejorar la calidad de las opciones alimenticias en lugares de tránsito masivo como el metro.

A medida que evoluciona este proyecto, se espera que tenga un impacto positivo en la percepción y elecciones alimenticias de la comunidad bruselense.





Descubre todos los detalles de nuestra oferta [matipay.com](https://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.

**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.



## 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.

# Alimentaria & Hostelco 2024: Plataforma **internacional** con participa- ción **récord**



**Del 18 al 21 de marzo de 2024, el recinto Gran Vía de Fira de Barcelona acogerá a 3.200 firmas expositoras, de las cuales 900 serán internacionales, procedentes de más de 60 países, ocupando 100.000 m2 netos.**

En el marco de la industria alimentaria y hostelera, Alimentaria & Hostelco carga motores para la edición de este año, que contará con una oferta transversal de alimentación, bebidas y equipamiento para el canal Horeca. En este sentido, destaca el aumento del 15% en la presencia internacional respecto a la edición anterior, lo que subraya el atractivo de la plataforma para empresas extranjeras. Entre las destacadas, las compañías italianas lideran la participación internacional, acompañadas por el retorno de empresas asiáticas, principalmente de China y Hong Kong.

***A dos meses del evento, las reservas de espacio expositivo han superado el 96%.***

En esta edición, se realiza la proyección internacional, especialmente en el ámbito europeo, mediante la fusión de la oferta expositiva de Hostelco y Restaurama.

Esta unión pretende multiplicar sinergias y consolidar la plataforma como la mayor a nivel

internacional para el canal Horeca.

La innovación será un pilar fundamental en la feria, manifestándose a través de los espacios Alimentaria Hub y The Horeca Hub.

Estos espacios multidisciplinarios y experienciales difundirán conocimientos clave para el canal Horeca, abordando temas como sostenibilidad, digitalización, atracción del talento e internacionalización, junto con la presentación de las últimas tendencias por chefs y expertos en gastronomía.

## **GRAN REPRESENTATIVIDAD DEL SECTOR**

Entre las firmas líderes que participarán en el evento se encuentran reconocidas marcas como Unilever, Coca-Cola, Nestlé, Danone, Europastry, y otras, abarcando distintos sectores como el cárnico y la restauración.

La representación de todas las comunidades autónomas españolas, con Cataluña, Castilla y León, Andalucía y Galicia a la cabeza, subraya la diversidad y alcance nacional del evento.

El respaldo de instituciones y asociaciones sectoriales como ICEX España Exportación e Inversiones, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), FIAB, AECOC, CEHE, CEHAT-ITH, y Food Service Institute, entre otras, consolida la importancia del evento en la

agenda económica y empresarial.

## **CRECIMIENTO DE LA PROYECCIÓN INTERNACIONAL Y PARTICIPACIÓN DESTACADA**

Italia liderará la presencia internacional, seguida de cerca por Turquía, China y Hong Kong, Polonia, Portugal, Francia, Bélgica, Alemania, Países Bajos y Argentina. La vuelta notable de empresas asiáticas, en especial de China y Hong Kong, junto con una representación significativa de Taiwán, Tailandia, Corea del Sur, Indonesia y Japón, subraya el alcance global del evento.

***La organización espera atraer a un 25% de visitantes internacionales, con un programa de invitación de compradores que reunirá a más de 2.200 importadores y distribuidores de alto nivel, más del 50% de los cuales serán internacionales.***

## **PLENA OCUPACIÓN Y OFERTA EXPOSITIVA DIVERSIFICADA**

La plataforma ocupará la totalidad de los 100.000 m2 netos del recinto Gran Vía de Fira de Barcelona, distribuidos en siete pabellones. La oferta se estructurará en 13 sectores diferenciados, abarcando desde carne y lácteos hasta productos gourmet y equipamiento para la industria de alimentos y bebidas.

***Entre las novedades, se destacan los salones de nueva creación como Fine Foods, Organic Foods y Coffee, Bakery & Pastry, respondiendo a las demandas emergentes del mercado. Premium, como espacio exclusivo, presentará productos gourmet de alta calidad.***

## **HOSTELCO: INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD PARA EL CANAL HORECA**

El salón Hostelco, en conjunto con Restaurama y Coffee, Bakery & Pastry, constituirá el evento europeo de referencia para el canal Horeca. Reuniendo equipamiento, productos, servicios e ideas creativas, se espera que aumente las oportunidades comerciales, formativas y de networking para los profesionales de la restauración, hotelería y colectividades.



# Calendario de 2024 de la distribución automática: Ferias de febrero a diciembre



## 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 hotelería, 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 (FYC-MA).

## 5-7 DE FEBRERO – HORECA BALEARES

Justo en la misma fecha se llevará a cabo HORECA Baleares, celebrada en Consorci Velòdrom

Illes Balears Palma de Mallorca para proyectar las novedades de empresas de España e internacionales vinculadas con los sectores de Alimentación.

HORECA Balears 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.

#### 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,

## TU BILLETE HACIA UN VENDING SMART

**PAGOS DIGITALES**  
**RÁPIDOS, CONVENIENTES, UNIVERSALES**



**Pasajero** : Tu Gestión  
**Embarque** : Seguro, sencillo, intuitivo  
**Duración** : A la Velocidad de la Luz  
**Equipaje** : Sin modem, sin tarjeta SIM  
**Operado por** : Paytec  
  
Bonificación inmediata en el Banco al realizarse la venta.

**OPTO**



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



Payment Technologies S.r.l.  
[www.optopayment.com](http://www.optopayment.com)  
+39 02 9696 141 | [info@paytec.it](mailto:info@paytec.it)







## 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 estrate-

gia 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 colabora-**

**ción 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.



Descubre todas nuestras soluciones digitales

En HIP del 6 al 8 de Marzo  
Pabellón 5, Stand 5F637  
[newis.evocagroup.com](http://newis.evocagroup.com)



# H&T supera las expectativas y reúne a más de 18.000 profesionales



La feria malagüela cierra su vigesimosexta edición con más de 18.000 visitantes profesionales y más de 400 empresas y entidades representadas en la que ha sido la mayor convocatoria de su historia



## Las firmas participantes aplauden el alto volumen de negocio y sinergias generadas, así como el nivel del perfil profesional de los asistentes, con intención real de compra y capacidad de decisión

Más de 18.000 profesionales de la hostelería y las industrias hotelera y turística han participado en la vigesimosexta edición de H&T, Salón de Innovación en Hostelería, que se ha clausurado hoy en FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga) posicionado como un referente sectorial a nivel nacional.

La edición de 2024 ha sido la mayor de su historia tanto por número de empresas participantes como por volumen de visitantes profesionales, datos a los que se suma también una importante proyección de negocios y acuerdos generados por las marcas más influyentes del sector.

unto a ello, H&T ha vivido una última jornada muy especial en la que se ha reconocido a una de las figuras más relevantes de la industria hotelera mundial como es Gabriel Escarrer, fundador de Meliá Hotels International.

Este reconocimiento se ha producido en el

marco de los H&T Awards, que ha entregado hoy sus galardones junto a los Mejores Vinos H&T 2024 y el X Concurso Provincial Cocina Joven Chef Sabor a Málaga. Además, y tras la entrega de estos premios, el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre; el presidente de la Diputación Provincial de Málaga, Francisco Salado, y la delegada territorial de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía, Gemma del Corral, han destacado el nivel de los productos, proyectos y profesionales reconocidos, ejemplos de un nivel de excelencia y calidad plenamente alineados con los objetivos de H&T.

Cabe mencionar que el acto ha contado con la participación del cómico Leo Harlem.

## H&T AWARDS Y MEJORES VINOS H&T 2024, COMPROMISO CON LA INNOVACIÓN Y CALIDAD

La última jornada de H&T ha estado marcada por la entrega de premios de dos distinciones claves para el salón por su compromiso con la innovación, saber y calidad, tanto en los ámbitos hostelero, hotelero y turístico, como

en un producto que es clave de estos subsectores, el vino.

En los H&T Awards, cuyo objetivo es reconocer el talento y la innovación dentro del ámbito de la hostelería y la industria turística, se han reconocido la labor de grandes empresas y pymes, así como micropymes y startups desde distintas ópticas.

Con 39 candidaturas presentadas, el premio a la mejor empresa internacionalizada del sector ha sido para Ly Company Group, en la que también han sido finalistas Grupo Infrico y Paraty Tech.

Mientras que los premios al mejor proyecto hotelero y hosteler han recaído en NIVIMU y Welbilt Iberia SAU, respectivamente. Como proyecto hotelero han quedado como finalistas Jaydo Landscape Services y Ly Company Group, y, en el ámbito hostelero, han sido Foodtic y Dish by Makro.

Por su parte, la mejor solución innovadora para la hostelería, hostelería, industria turística, equipamiento y servicios y gastronomía ha ido a parar a Ghop, siendo finalistas también AiManager, HarBest Market y Visitas Virtuales.

# Andalucía presenta su potencial agroalimentario en el 37 Salón Gourmets



Del 22 al 25 de abril de 2024, la región de Andalucía se erigirá como epicentro de la excelencia agroalimentaria en el 37 Salón Gourmets, a celebrarse en Ifema Madrid. Con el honor de ser la Comunidad Autónoma Invitada, Andalucía desplegará un vasto repertorio de productos bajo el lema “Gusto del Sur. Es calidad. Es Andalucía”, presentando su innovador sello de calidad, Gusto del Sur.



**Impulsado por la Junta de Andalucía y gestionado por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Gusto del Sur actualmente respalda a una cincuentena de firmas gourmet. Este distintivo busca promover los alimentos y bebidas producidos en la región bajo rigurosas exigencias de calidad e innovación.**

El pabellón andaluz será testigo de la diversidad gastronómica de la región, exhibiendo productos que van desde el reconocido aceite de oliva virgen extra hasta hortalizas, frutas, cereales, legumbres, panadería, dulces, repostería, ibéricos, carnes, pescados frescos de sus lonjas, vinos, destilados, entre otros.

De esta forma, Salón Gourmets se convierte en un festín para los sentidos, colmando el espacio con luz, color, sabor y refinado gusto.

La participación de Andalucía en este evento no solo busca destacar la riqueza agroalimentaria de la región; también consolidar su presencia a nivel nacional e internacional.

En la feria, organizada del 22 al 25 de abril en Ifema (Madrid), se espera la presencia de

más de 100.000 profesionales de todo el mundo, proporcionando una oportunidad para posicionar las marcas andaluzas en el escenario internacional.

**Convocando cinco pabellones, Salón Gourmets acogerá numerosas catas y show cookings, ofreciendo a los visitantes una inmersión en la experiencia culinaria tanto nacional como autonómica.**

Además, la participación en el Salón Gourmets se presenta como una estrategia para atraer nuevas adhesiones empresariales al sello Gusto del Sur.

Las empresas que se sumen a esta distinción disfrutarán de beneficios que van desde la identificación de sus productos con la calidad que caracteriza a Andalucía, hasta el apoyo en la promoción y comunicación de la firma, así como asesoramiento en la comercialización, entre otras ventajas.

Con más de 2.000 expositores y más de 55.000 productos en exhibición, la edición de

2024 ocupará más de 70.000 metros cuadrados.

Además, con un volumen de negocio estimado en 200 millones de euros, y la participación de 16.000 visitantes profesionales extranjeros procedentes de 85 países, este evento se consolida como un motor económico y una plataforma para el intercambio comercial y la promoción del producto gourmet.

En paralelo, se llevarán a cabo más de 1.000 actividades y 25 Business Center, respaldados por el programa Hosted Buyers, copatrocinado por ICEX, que contará con la participación de 250 compradores invitados y la realización de más de 4.000 reuniones, provenientes de 50 países.

Andalucía, a través de su destacada participación en el 37 Salón Gourmets, demuestra su compromiso con la calidad, la innovación y la proyección internacional de su rica tradición agroalimentaria.

Un evento que promete deleitar a los paladares más exigentes y fortalecer la presencia de Andalucía en el escenario gourmet internacional.



**GAGGIA**  
MILANO

*la Solare*  
Light up your break

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

**2 TIPOS DE CAFÉ EN GRANO**

**MAYOR ESTABILIDAD TÉRMICA**

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

REGULACIÓN ELECTRÓNICA

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

**LIMPIEZA AUTOMÁTICA**



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



LECHE FRESCA



PROTOCOLO MDB PARA SISTEMAS DE PAGO



TELEMETRÍA (OPCIONAL)



# HIP 2024: *Convergencia en la Restauración Automática: ¿Hacia dónde nos dirigimos?*



En un escenario donde la omnicanalidad es la norma y la tecnología es aliada, la digitalización genera una convergencia en la restauración automática; trasladando la experiencia a donde quiera el cliente. Este es el punto de partida para el próximo Automated Foodservice Expo, organizado por HIP en colaboración con Hostelvending que se llevará a cabo en el marco de HIP – Horeca Professional Expo 2024 del 19 al 21 de febrero en IFEMA Madrid.



**Automated Foodservice Expo se erige como la plataforma perfecta para descubrir las últimas novedades del segmento de la restauración automática. Dentro de este espacio, destacará el Summit “Convergencia en la Restauración Automática, ¿Hacia dónde vamos?”, también organizado por Hostelvending. En este encuentro se reunirán empresas líderes del sector para explorar cómo la restauración automática está evolucionando hacia un concepto más experiencial, personalizado, cercano y de calidad.**

La presentación, que dará inicio a este Summit, estará a cargo de Marta Ronda, responsable de Redacción en Hostelvending, y Román Suárez, CEO de METRO24ST.

En este primer bloque, se abordarán los motivos que alcanzan a la restauración automática como la gran solución, así como los recursos para potenciar el uso de soluciones unattended y modelos de negocio concretos.

Como ya adelantábamos, el encuentro se dividirá en tres momentos clave. Uno de ellos será el debate “Actores del nuevo escenario: Casos de éxito con Nestlé Professional y Selecta”.

Empresas como Nestlé Professional y Selecta se alzan como protagonistas de este cambio. Javier García, jefe Nacional de Ventas B&I y Hoteles en Nestlé Professional, compartirá las experiencias y estrategias que han llevado a la marca a destacar en este nuevo escenario.

Por su parte, Oscar Aragón, Managing Direc-

tor Spain de Selecta, ofrecerá insights valiosos sobre cómo la empresa operadora ha liderado la innovación en la restauración automatizada.

La falta prolongada de profesionales en la hostelería y la creciente demanda de consumir alimentos y bebidas en cualquier momento son algunos de los desafíos que han provocado una auténtica revolución en la restauración automatizada. Para dar respuesta a las exigencias del mercado y revalorizar su atractivo, la categoría se embarca en una evolución hacia un enfoque más experiencial y personalizado.

Tras este debate, se llevará a cabo la tercera ponencia, que en este caso se trata de una



mesa redond: “¿Hacia dónde nos dirigimos?  
 Cliente final: sus necesidades del hoy y del mañana”.

Moderada también por Álvaro de Laguno, la mesa redonda contará con la participación de destacados representantes del sector, incluyendo a Carlos Abenia, Key Account Manager de LOOMIS PAY; Alfonso Huidobro, director División de Vending de Serunión; y Alberto Bayo, director general de la división ERV de AEV.

Un espacio que aprovecharemos para profundizar en las herramientas actuales que impulsan la restauración automática, desde la aplicación de la Inteligencia Artificial hasta el servicio técnico, la seguridad en los pagos, el servicio personalizado y el control en tiempo real.

Estas tecnologías no solo están transformando la forma en que se lleva a cabo la restauración automatizada, sino que también están redefiniendo la experiencia del cliente final.


Este Summit, parte de Hospitality 4.0 Congress, tiene como objetivo fundamental enten-



der al cliente final para ofrecerle una experiencia única, personalizada y de élite. Se presentarán soluciones innovadoras de restauración no atendidas por personal, destacando la excelencia en emplazamientos diversos, ya sea en hoteles, coworkings o aeropuertos, entre


otros.

Es un evento que busca explorar las oportunidades que la convergencia en la restauración automática ofrece en un mundo cada vez más digitalizado y centrado en la experiencia del cliente.



**19-21 de febrero 2024**  
**IFEMA Madrid**

[www.expohip.com](http://www.expohip.com)



**Higher Power**

INSTANT BEVERAGE LAB

# LAOHOTEL



Ofrece el mejor  
**Sabor y  
calidad**



¡Descubre  
nuestra web!

