

hostelVending^v

Especial Coliving 2024 nº 144



UN BUEN CAFE sabe mejor con una sonrisa

A veces son los detalles inesperados los que dejan la mejor impresión. Mytico permite a sus baristas crear sin esfuerzo bebidas de café excepcionales y, al mismo tiempo, tener tiempo para recibir a los clientes con una cálida sonrisa.



¿Quieres saber más?
mytico.franke.coffee

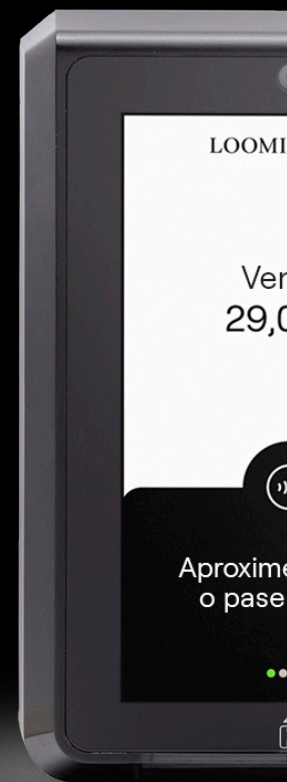
FRANKE

LOOMIS—PAY

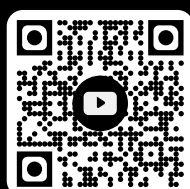
Pay—Unattended

Redefiniendo la experiencia de pago sin asistencia para:

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



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



LOOMIS—PAY
loomispay.es



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.

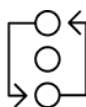
Se incorpora fácilmente en todos los quioscos de autoservicio y cumple con los estándares de la EVA.



ANDROID



REST API & MDB



APLICACIÓN PERSONALIZADA



IP55 IK08

Opciones de pagos admitidos:



VISA



G Pay



Apple Pay



LOOMIS—PAY
loomispay.es



COLIVING: UNA PLATAFORMA QUE SE CONVIERTE EN UN MICROMUNDO

40/ UN ESPACIO PARA COMPARTIR EL MOMENTO, Y UN SEGMENTO DONDE LA UNIÓN PATENTE CON EL CATERING TAMBIÉN SE HACE PATENTE



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



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

ENTREVISTAS

6/ Sara, responsable de Marketing en Jofemar

CAFÉ

8/ ¿Sabes identificar un café de tueste natural frente a un café torrefacto?

10/ Superautomáticas de café: Bienvenido a una experiencia gourmet

12/ Si tienes un trabajo sedentario, el café es el gran aliado para tu corazón

EMPRESAS

16/ De la alianza entre operador, fabricante y proveedor surgen innovaciones ilusionantes

17/ Paytec en Venditalia: innovación en sistemas de pago y nuevas alianzas

18/ METRO24st inaugura dos nuevas tiendas automáticas en ciudades españolas

19/ Selecta ofrecerá servicio de restauración al

Hotel Greenhouse de Bélgica

PRODUCTOS

29/ Soluciones de autoservicio completas y conectadas para todo tipo de entornos

31/ Frente al liderazgo español en cítricos, la oportunidad del café espresso con zumo recién exprimido

27/ Cookie & Cream: Cuando la bebida se convierte en un postre exquisito

ARTÍCULOS

36/ El vending en la era de la Industria 4.0: La democratización de la innovación tecnológica

52/ La conectividad entre superautomática y molino de café para eliminar la formación de la ecuación

63/ ¡Al rico helado! El producto que reina el ven-

SUMARIO 144



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



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

ding, nuevas referencias y mixología del café

especialidad con aceite de oliva

ASOCIACIONES

34/ La EVA y la Fundación OPC comienzan a trabajar en una nueva norma industrial

35/ Asociación Catalana de Vending... Un nuevo rumbo

NOTICIAS

50/ Conectividad, rapidez y fiabilidad: claves de digitalización de los pagos en las pymes

54/ ¿Es la hibridación la nueva norma de la distribución automática?

59/ El valor añadido y las experiencias del cliente impulsan un 40% del crecimiento del foodservice

64/ 4 hábitos saludables en verano que el vending ayuda a cumplir

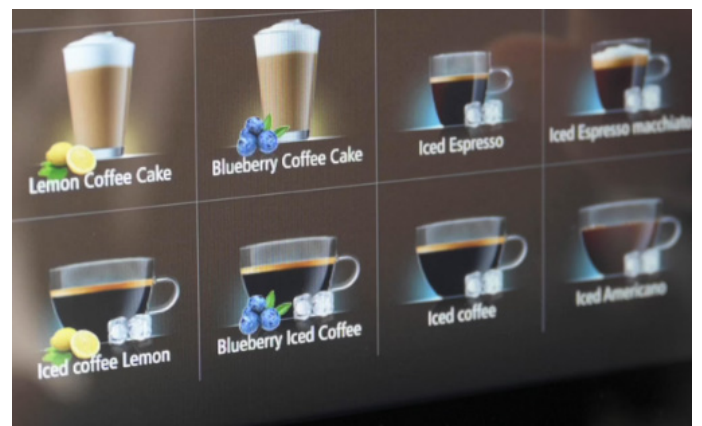
68/ Del bienestar a la stravaganza: Café frío de

FERIAS

74/ Vuelve a HIP 2025 la Cumbre más innovadora dedicada a la Restauración automática

77/ Gran interés por Le Forum-EVEX: 79 socios de vending registrados

79/ Las Jornadas de Profesionales del Vending de Euskadi serán el 2 y 3 de octubre





La gran virtud de **Jofemar**, llegar directamente al **usuario final**

JOFEMAR TIENE UNA GRAN VIRTUD QUE MUCHOS DESEAN: EL CONTACTO DIRECTO CON EL USUARIO FINAL. CONSIGUE LLEGAR A ESE PÚBLICO FINAL, PUESTO QUE EN SU DÍA YA SE VIO EN LA NECESIDAD DE ACERCARSE A ÉL SIN OPERADOR COMO INTERMEDIARIO. AHORA, LA COMPAÑÍA, CON LA INNOVACIÓN COMO BAZA, BUSCA TRASLADAR NUEVAS PROPUESTAS CON UN LENGUAJE DE PREMIUMIZACIÓN; HABLARLE A ESE CLIENTE FINAL DE EXPERIENCIAS, SERVICIOS Y EMOCIONES. DE TODAS ESTAS CUESTIONES CONVERSAMOS CON SARA, RESPONSABLE DE MARKETING DE JOFEMAR.

H: Háblanos de toda la gama y novedades que habéis presentado en Venditalia. Hemos oído que ha sido un éxito.

S: Sí, hubo mucho interés por parte de las visitas, expusimos además del producto existente que tenemos, cuatro nuevos proyectos como las ARGOS PRO y ARGOS AIR, máquinas para la venta de vapeadores sin y con pantalla táctil y un diseño novedoso con luz y atractivo. También la gama ORION, de la cual presentamos la ORION G23, una máquina table top de café con un nuevo diseño mucho más moderno con iluminación en tecla, vaso y frontal, que la hacen más atractiva, además de mejoras internas con las que conseguimos mejorar el café y productos y que hacen que la máquina necesite menos mantenimiento.

Otra máquina que presentamos es la máquina QENDRA, máquina aplicable tanto al vending como al Retail y al dispensing, que incorpora un ascensor con salida en el centro de la máquina con lo que a la posibilidad que ya teníamos de entregar productos pesados, con este nuevo modelo podemos entregar

también de gran tamaño con lo que completamos características a los que las adquieren y a los usuarios.

Por último, presentamos las taquillas refrigeradas LOCKERS^o (lockers degree) que son taquillas configurables a distintos tamaños, que pueden trabajar a 3 grados y que siguen teniendo todas las características de uso de las LOCKERS anteriores en los campos también de vending, retail y dispensing.

H: Jofemar tiene una gran virtud que muchos desean: el contacto con el usuario final. ¿De qué partió -motivos- esa elección y qué supone esto para vosotros?

S: Así es. Toda esta relación directa nace por el interés de ver y experimentar de cerca el comportamiento de nuestras innovaciones en el mercado; y al mismo tiempo, de entender a este desde dentro; pero de verdad.

H: ¿Cómo es ese trato con el cliente final?

S: Varía mucho dependiendo del perfil y tamaño de la empresa, pero en líneas generales, está todo escrito: defender y argumentar el producto propio; defenderlo contra la competencia y la guerra de los precios, con la variable de la profesionalidad y nivel técnico del interlocutor.

H: ¿Son los servicios que proponen y certifican garantía de éxito una de vuestras grandes bazas?

S: Sin duda, es una manera de cerrar el círculo con el cliente generando servicio y confianza. Podríamos decir que este negocio es de carácter mayormente repetitivo. Aún a día de hoy seguimos sin hablar de "servicios", únicamente de producto y precio... Y sin servicio... puedes vender lo mejor del mundo, pero si un día falla y no estás ahí, cliente perdido.

H: ¿Qué os está pidiendo el usuario final en materia de soluciones y propues-



tas?

S: Avances tecnológicos, sobre todo, orientados en su mayor parte a la interacción con el usuario final, así como una experiencia de compra atractiva e inmersiva.

H: Esa ventaja, esa cualidad, la buscan ahora otras empresas que se dieron cuenta después... ¿vosotros veis que esto esté pasando? ¿Que quieran "imitar" esa cercanía como fabricantes al cliente final?

S: Bueno, creo que, en estas cuestiones en concreto, los fabricantes estamos en su mayoría alineados, entendiendo lo explicado anteriormente: "Sin servicio no hay garantía de éxito, tarde o temprano se termina volviendo en contra".

H: Al final, se trata de hablar otro lenguaje; de ofrecer propuestas como si de un operador se tratase y saber escuchar al cliente. Por ejemplo, llegar través de las emociones al público final.

S: Completamente de acuerdo, de eso se trata en estos momentos: La "premiumización" de productos y servicios, cuidar hasta el más mínimo detalle el entorno de la máquina. Crear un concepto, haciendo sentirse al usuario importante a la vez que curioso y, por supuesto, satisfecho. El tiempo de "una máquina" está pasando para llegar a estos nuevos conceptos. Podemos proponer muchas cosas, como nuevas recetas para un público más

joven, más VIP y ávidos de experiencias.

H: Hablamos de calidez, cercanía, calidad. Hablamos de emociones. Vamos a trasladarlo a Jofemar. Ya tiene lo más difícil, ha llegado al público final. Ahora, hay que ser capaces de transmitir emociones, transmitir calidez, estar muy cerca de él con soluciones a medida para cada uno. Lo hace, puede que sí, ¿pero lo transmite?

S: Tenemos que acercarnos y decirle, a través de nuestras innovaciones y de las acciones:

"Os damos nuevas soluciones para facturar más"; y al usuario final: "Estamos aquí, te escuchamos y ofrecemos una experiencia a medida". El fin llega solo cuando se trabaja bien, y eso se consigue haciéndole saber al cliente que lo estás "mimando".

H: Pequeños pasos; grandes resultados. Cambiar en la presentación. No basta con ser rey, hay que parecerlo...

S: En efecto, pero, sobre todo, ¡hay que demostrarlo! Y en Jofemar llevamos haciéndolo muchos años ya, posicionándonos en el mercado con nuestra robustez, diversificación, innovación, durabilidad, y, especialmente, compromiso, entusiasmo e ilusión. Todo ello tratamos de transmitirlo a nuestros clientes, o a quienes se acerquen a conocernos.

H: Hablando de transmitir y de dar imagen, está el tema de las ferias: Un espacio donde sorprender a los clientes.

Impresionados ante una puesta en escena de valor. Máquina que se ha presentado en la feria, luces, colores, hay un paso grande que se ha llevado a cabo. Quizás falta un extra de concepto de experiencia, de gourmet, elemento diferenciador. ¿Os planteáis llegar a nuevas ferias, como pudiera ser HIP 2025, con un stand más mimado, prestando atención a cada uno de los elementos con máxima atención a la luz?

S: De momento a las ferias HIP las hemos visitado, son una buena oportunidad para el futuro, salen novedades no tanto específicas del vending, más de HoReCa, y también novedades en materiales, ideas de diseño. Hoy vamos a ferias como expositores en España, Europa, América y Asia. Creo que a las ferias que vamos como expositores cogemos ideas específicas de nuestras líneas de negocio, y en otras a las que visitamos, vemos tendencias de, materiales utilizados, a veces las novedades hay que analizarlas bien pues el mercado no las acepta bien y hay que ir con cierta prudencia para evitar pasos atrás.



¿Sabes identificar un **café de tueste natural** frente a un **café torrefacto**?



La decisión entre café de tueste natural y café de tueste torrefacto es directamente proporcional a la experiencia del café para tus clientes. El café natural, con sus sabores genuinos y beneficios para la salud, supone la elección ideal para quienes aprecian la calidad y el bienestar.



El mercado español ha aceptado definitivamente la cultura del café de calidad, pero no siempre ha sido así. Y es que, aunque el café es una bebida archiconocida y disfrutada diariamente, lo cierto es que aún hay quienes no conocen, o se resisten a hacerlo, las diferencias entre los tipos de tueste y su impacto en la calidad y sabor en taza.

CAFÉ DE TUESTE NATURAL

El proceso de tueste natural se lleva a cabo para que el grano de café verde despliegue todos sus sabores positivos en la taza, incluyendo notas ácidas, dulces y otros matices agradables.

Consiste en calentar el grano a una temperatura de entre 200 y 250°C utilizando una máquina tostadora, lo que desemboca en un grano caramelizado que desarrolla su sabor y aroma.

Durante este proceso, el grano aumenta de volumen, pierde humedad y adquiere mayor

solubilidad para su posterior extracción.

CAFÉ DE TUESTE TORREFACTO

Por su parte, el tueste torrefacto, en cambio, implica tostar el grano de café al que se le ha añadido azúcar antes de finalizar el proceso. A estas temperaturas, el azúcar no carameliza sino que se carboniza, resultando en sabores y notas completamente negativas en la taza, como a carbón y goma quemada.

En la mayoría de los países de la UE su comercialización está prohibida debido a las evidentes consecuencias insalubres que provoca, sobre las cuales profundizaremos más adelante. Actualmente, solo es legal en España y Portugal, donde cada año se restringe más su comercio.

¿CÓMO IDENTIFICAR INMEDIATAMENTE EL TUESTE DEL CAFÉ?

Quizás la respuesta obvia sea el sabor, al menos para aquellos más puristas y amantes del café; pero cuando tu paladar se acostum-

bra a algo, no notas esas notas a “quemado”, y más si lo mezclas con leche.

Un método simple y eficaz para distinguir entre café de tueste natural y tueste torrefacto, además de concienciar a los consumidores sobre los inconvenientes de consumir café torrefacto, consiste en realizar el siguiente experimento:

Por un lado, coloca un puñado de café en grano de tueste natural en un vaso de agua; por otro, coloca un puñado de café en grano de tueste torrefacto en otro vaso de agua. Entonces veremos que, en el primer caso -con el café de tueste natural-, el agua permanece transparente, indicando la pureza del café.

En el segundo, el agua se vuelve completamente negra debido al azúcar quemado presente en este tipo de café.

El café natural tiene esa capacidad de preservar los sabores originales del grano. Así, los métodos de tueste natural permiten que el café desarrolle sus notas ácidas, dulces y otras agradables características que debe tener un



buen café.

Además del sabor y la calidad, el otro extra de este café es el impacto en la salud: Al no contener azúcar quemado ni sustancias carbonizadas que pueden ser cancerígenas, el café de tueste natural es una opción más saludable. De hecho, el consumo prolongado de los compuestos negativos del café torrefacto puede estar asociado a problemas digestivos y de salud.

MITOS DEL CAFÉ PARA LOS TORREFACTORES

Uno de los primeros mitos que se nos viene a la mente es el del "sabor extremadamente amargo" del café natural. El consumidor español acostumbrado al café torrefacto vincula el sabor de ese café con el de todos. Considera que el café ha de ser muy amargo y fuerte.

Otro de los mitos que trae consigo es la cantidad de crema que genera el café torrefacto. De hecho, tal y como sostienen desde Espresso, el café con alto contenido de robusta es capaz de producir mayor cantidad de crema -y más duradera-, puesto que la crema que crea el torrefacto es de peor calidad y más efímera.

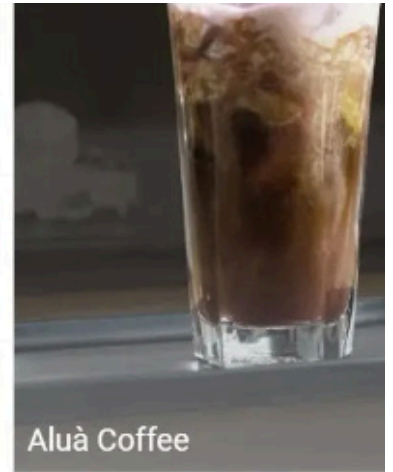




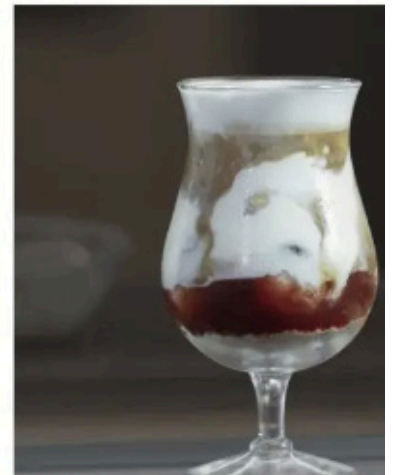
Panettone in a glass



Orange & Rose Flavor Coffee



Aluà Coffee



Superautomáticas de café: Bienvenido a una *experiencia* *gourmet*

VIRGIN IRISH, CAPPUCCINO
PANETTONE, BISCOCCO, 2.0
OLEATO, PASTEL DE ESPRESSO
EN VASO, LECHE FRESCA FRÍA,
DECONSTRUCCIÓN DE LECHE
CALIENTE Y GRAPPA ENVEJECIDA,
LATTE MACCHIATO EN CAPAS, CAFÉ
SABOR NARANJA Y ROSA... RECE-
TAS QUE PODEMOS ENCONTRAR EN
LAS SUPERAUTOMÁTICAS.

La distribución automática ofrece eso, ¿pueden muchas cafeterías, con precios que ascienden hasta los 3 euros por un capuccino, decir lo mismo?

Uno de los rasgos que más atrae al usuario final de las máquinas superautomáticas de bebidas es, sin lugar a dudas, su ventana a la personalización; su repertorio. La posibilidad de diversas recetas, programarlas, guardarlas y contar siempre con la receta perfecta solo es posible con estas soluciones automatizadas, y una baza que les ha hecho florecer en muchos modelos de negocio.

Y si además estas recetas son hechas en colaboración con grandes baristas y chefs de renombre, la superautomática aporta esa visión premium. Sí, chefs, porque como hemos mencionado varias veces,

aquí el café deja de ser una simple bebida para convertirse en un auténtico postre.

La especialidad vinculada a la funcionalidad de las máquinas es un win to win para las compañías fabricantes que están conquistando el panorama, como es el caso de Rhea.

Para mejorar la experiencia del café, la compañía italiana colabora con profesionales de renombre mundial y expertos en café con los que crear recetas gourmet con ingredientes y procesos de preparación únicos; tanto para bebidas frías como calientes.

Sus soluciones personalizadas, adaptadas a los profesionales, van más allá del papel tradicional de una máquina de café, convirtiéndose en una herramienta fundamental para mejorar la calidad del servicio.

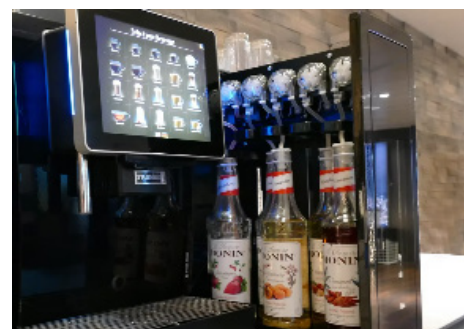
Con una integración perfecta de funcio-

nalidad y sofisticación, sus “centros del momento” garantizan que cada interacción no se limite a preparar café: aquí hablamos de experiencias.

Hablamos de recetas que bien podríamos encontrar en el restaurante más selecto; desembocando de nuevo en el concepto de restauración automatizada: Virgin Irish, Cappuccino panettone, Biscocco, 2.0 oleato, Pastel de espresso en vaso, Leche fresca fría, Deconstrucción de leche caliente y grappa envejecida, latte macchiato en capas, Café sabor naranja y rosa... recetas que podemos encontrar en las superautomáticas de Rhea. La distribución automática ofrece eso, ¿pueden muchas cafeterías, con precios que ascienden hasta los 3 euros por un capuccino, decir lo mismo?

Por si había alguna duda, las superautomáticas han dejado claro que llegaron para quedarse; siendo una opción llamativa, rentable y de valor añadido para el operador o empresa que quiera abrir camino para su negocio de distribución automática. Con especial mención a los últimos años, la premisa de las máquinas de café se ha basado en ofrecer el producto más completo con la mínima intervención humana.

Porque el usuario desea que le sorprendan, pero al mismo tiempo, que le conozcan. Y es que, para poder sorprender a alguien, antes, habrá que conocerlo, ¿no? Por eso, es tan importante ofrecer personalización y autonomía. El usuario, cuando se acerca al coffee corner, busca precisamente eso: hacerse él su café perfecto, pero con la facilidad y precisión que una superautomática ofrece.



Si tienes un **trabajo sedentario**, el **café** es el **gran aliado** para tu corazón



Un nuevo estudio sugiere que el consumo de café puede mitigar los riesgos asociados con el sedentarismo. Este fenómeno, conocido por incrementar las probabilidades de enfermedades cardiovasculares, plantea la pregunta de si el café podría proporcionar una solución efectiva para contrarrestar estos efectos negativos.

Investigadores de la Facultad de Medicina de la Universidad de Soochow, Taiwán, llevaron a cabo un estudio a lo largo de 10 años, involucrando a más de 10.000 participantes estadounidenses. Los resultados, publicados en 'BMC Public Health', revelaron que aquellos que pasaban más de ocho horas al día sentados tenían un riesgo de mortalidad general más alto en comparación con aquellos que pasaban menos de cuatro horas en esta posición.

Para quienes no consumían café, incluso estar sentado más de seis horas al día se asociaba con un aumento en los riesgos para la salud. Sin embargo, los efectos fueron notablemente mitigados en aquellos con un mayor consumo de café, donde la mortalidad general disminuyó significativamente y los riesgos de enfermedades cardiovasculares se redujeron con cualquier cantidad de café ingerido.

Según la investigación, un consumo elevado de café, definido como más de 540 gramos al día (aproximadamente tres tazas), mostró un efecto cardioprotector considerable.

La doctora Faiza Bossy, residente en Francia y especialista en medicina vascular, destacó que el estudio demuestra cómo el café puede compensar los efectos perjudiciales de un estilo de vida sedentario, específicamente aquellos que están sentados más de seis horas al día sin realizar pausas de 30 minutos.

Bossy subraya que, aunque el ejercicio físico es beneficioso para la salud, no contrarresta completamente los efectos de un estilo de vida sedentario prolongado.

TODA UNA MAREA DE ESTUDIOS QUE CERTIFICAN EL EFECTO SALUDABLE DEL CAFÉ

No es la primera vez que un estudio revela los efectos positivos del café para nuestro organismo. De hecho, en HostelVending puedes encontrar toda una marea de noticias de diversas investigaciones ensalzando los beneficios del oro negro.

Otro más reciente es relativo a 2022, que, utilizando datos del Bio-Banco de Reino Unido -abarcó a más de medio millón de participantes durante una década-, reveló que consumir de dos a tres tazas de café al día estaba asociado con un menor riesgo de enfermedades cardíacas, insuficiencia cardíaca y problemas de ritmo cardíaco (entre un 10% y un



15% menos).

Incluso el café descafeinado mostró una relación con la reducción de enfermedades cardiovasculares, aunque no tuvo efectos notables en casos de insuficiencia cardíaca y arritmias incidentales.

Una posible explicación radica en que el café contiene niveles significativos de polifenoles, compuestos naturales conocidos por sus potentes propiedades antioxidantes, que ayudan a mitigar el estrés oxidativo, un factor clave en las enfermedades cardiovasculares.

Los investigadores han señalado que el mecanismo exacto mediante el cual el café reduce la mortalidad por todas las causas no está completamente claro, dado que el café contiene más de 1.000 compuestos diferentes.

Faiza Bossy destaca la importancia de la calidad del café, aunque este aspecto no fue detallado en el estudio, ya que influye en la presencia de polifenoles. Además, puntualiza en que esta bebida puede reducir los niveles de triglicéridos asociados con el colesterol.



SERACTIVE

Servicio de activos en punto de venta



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

www.seractive.com



IVS Group, Liomatic y Ge.S.A. completan la Business Combination de vending

A partir de ayer, 1 de julio de 2024, todas las operaciones de vending de Liomatic y Ge.S.A. se integran en IVS Italia.

Según un comunicado oficial del operador de distribución automática italiano, con la entrada del mes de julio se inicia una nueva fase de la Business Combination en la que participan tres compañías del sector vending: IVS Italia S.p.A., Liomatic S.p.A. y Ge.S.A. S.p.A.

Este paso decisivo se enmarca en el proyecto que el operador inició en verano 2022, cuando se hacía oficial el acuerdo entre IVS Group, Liomatic y GeSA.

Este contrato, destinado a adquirir una participación accionarial del 75,8% del capital GeSA, uno de los operadores italianos de la restauración automática más destacados, permite alcanzar el control total de la compañía por parte de IVS. Así, culminaba con la fusión por incorporación de Ge.S.A. a IVS Italia y el arrendamiento del negocio de Liomatic a IVS

Italia.

Distribuidores Automáticos Vending, S.L. es la sociedad operativa del Grupo IVS en España y Liomatic, fundada por Paolo Caporali en 1973, ha sido uno de los principales operadores en el sector de las máquinas automáticas durante más de 50 años en Italia. Por su parte, Liomatic también tiene filiales en España, Portugal y Alemania.

La combinación de las tres empresas, tal y como subraya la propia IVS, aportará "importantes beneficios en términos de eficiencia de gestión y desarrollo tecnológico". Así, esta combinación promete garantizar una cobertura logística nacional más amplia y una diversificación de la cartera de productos, manteniendo al mismo tiempo un enfoque continuo en la

sostenibilidad medioambiental.

Fabio Quadrio, Consejero Delegado de Ge.S.A. S.p.A., comenta así la noticia: "Esta integración representa un momento histórico para Ge.S.A. y nos permitirá innovar y mejorar continuamente nuestros servicios, manteniendo la alta calidad que los clientes esperan de nosotros. Estamos orgullosos de formar parte de esta gran realidad integrada. La combinación de nuestras competencias y recursos nos permitirá alcanzar nuevos niveles de eficiencia y ofrecer una experiencia aún mejor al cliente", añadió Ilaria Caporali, CEO & Brand Ambassador de Liomatic S.p.A.

"Un aspecto central de esta operación es el enfoque en la sostenibilidad medioambiental, que seguirá siendo una prioridad clave y guiará todo el viaje."

De la **alianza** entre **operador, fabricante y proveedor** surgen **innovaciones ilusionantes**

A finales de junio tuvo lugar la presentación del proyecto 'El corner que te cuida', un corner de Delikia que fusiona el café de especialidad de Root Café, la calidad de la leche, proteína y bebida vegetal de Central Lechera Asturiana y la tecnología de Azkoyen a través de su superautomática.

¿Os acordáis cuando lanzábamos en el aire algunos interrogantes como '¿qué camino tomará el futuro de la restauración automática?' o si '¿quedarán resquicios para nuevos modelos de negocio cuando son los grandes los que los irán imponiendo?'?

También hablábamos sobre que ya habíamos iniciado una nueva etapa de la distribución automática en la que las grandes empresas optan por colaborar de forma activa con grandes partners que proponen soluciones para entornos nuevos; entornos disruptivos con soluciones integrales y premium.

Pues parece, en efecto, al primer interrogante podemos dar respuesta clara: el camino de la restauración automática vendrá impuesto por las alianzas de grandes partners, y como primer ejemplo, se nos viene a la mente el proyecto en común entre operador, tostador, fabricante y proveedor.

Tal es el caso de Delikia, que presentaba ayer en sociedad un proyecto en el que llevan trabajando mucho tiempo y que promete revolucionar el sector: EL CORNER QUE TE CUIDA. El corner fusiona uno de los mejores cafés de especialidad de Brasil de Root Café con la calidad de la leche, bebida vegetal, proteína y fibra de Central Lechera Asturiana (CAPSA FOOD) y la tecnología de Azkoyen Group con su máquina de café automática Vitro.

RESPONDIENDO A DOS GRANDES TENDENCIAS: LO VEGGIE Y LO PROTEICO

En este concepto, el usuario puede escoger, a través de una pantalla táctil, la opción de leche o bebida de avena y complementar su bebida con proteína, fibra, o ambas opciones, obteniendo así una bebida mucho más saludable y completa a nivel nutricional.

Asimismo, el corner que te cuida nace de la



escucha activa de las necesidades del mercado, con la meta de ofrecer al usuario la posibilidad de crear diversas recetas saludables y personalizadas a un click de pantalla.

Un proyecto que se asienta sobre las bases actuales que mueven al consumo del usuario: la búsqueda de bebidas más saludables y completas a nivel nutricional, por un lado; y al gusto de elaborar recetas personalizadas entendidas como más premium.

Sin duda, una forma de acercar al consumidor nuevos productos y que nace como respuesta a la escucha activa del usuario y de sus necesidades nutricionales.



Paytec en Venditalia: innovación en sistemas de pago y nuevas alianzas

Entre otras innovaciones, Paytec dio a conocer en la feria de distribución automática su gama de sistemas de pago digitales, como el TPV para pagos con tarjeta de crédito. Basado en la plataforma Android, se puede completar con una amplia serie de funcionalidades personalizables.

En el marco de Venditalia, Paytec presentó diferentes innovaciones en todas las áreas principales de los sistemas de pago.

Para la gestión del efectivo, que sigue siendo un elemento a tener en cuenta en los pagos para el vending, la compañía presentó Fox MDB, Platinum y Falcon.

El primero, FOX MDB es un aceptador de monedas MDB que se puede conectar a todos los maestros que no dispongan del clásico conector paralelo/pulsos. Por su parte, el lector de billetes Platinum acepta billetes de hasta 50€ y 100€, destacando su grado de precisión.

Falcon, el nuevo monedero de cambio de 4 tubos con módulo Bluetooth integrado, permite realizar todas las operaciones de configuración, lectura de auditoría y actualización de firmware sin cables, directamente desde el smartphone a través de la aplicación PayTools.

En el ámbito de los sistemas digitales, la gama Paytec - que ya incluye el probado Vendotek - se enriquece con un nuevo TPV para pagos con tarjeta de crédito, en el que el elemento protagonista es la versatilidad. Basado en la plataforma Android, se podrá completar con una amplia serie de funcionalidades personalizables en función de las necesidades y hábitos del gestor y sus usuarios.

Gracias a la pantalla táctil que permite introducir un código pin y a la conectividad integrada, el nuevo TPV gestiona el pago y, además, se convierte en un punto de control central para la máquina expendedora.

Teniendo presente que el control y la conectividad del sistema son conceptos llave para el éxito del negocio unattended, la compañía especializada en métodos de pago también presentó en sociedad el Link6000, un módulo de conectividad que permite conectar de una forma sencilla y rápida los sistemas de pago Paytec ya instalados, sin necesidad de reemplazar ningún componente.

Otra innovación importante que ha tenido mucho éxito se refiere a la llave, y en este caso, Paytec ofrece la PIT12, que también entra al mundo digital gracias a una aplicación que permite recargarla directamente desde el móvil.

Una evolución que promete mantener la comodidad habitual, al tiempo que introduce

nuevas posibilidades.

Por otro lado, y en cuanto a grandes alianzas se refiere, Venditalia fue el escenario donde Paytec hizo oficial la colaboración con REPA, el principal distribuidor europeo de repuestos para equipos de restauración, café, máquinas expendedoras y electrodomésticos; bajo el objetivo mejorar la proximidad de sus productos a los clientes en toda Europa.



METRO24st inaugura dos nuevas tiendas automáticas en ciudades españolas



Con cuatro equipos completamente automatizados, el micromarket está disponible 24 horas, ofreciendo productos como platos preparados, sándwiches, snacks, café y bebidas.

METRO24st continúa desplegando su modelo de tienda automática por todo el territorio español. Seguramente, si das un paseo por tu ciudad, encuentres una tienda automatizada con letreros negros, blancos y verdes.

Espacios de vanguardia y conveniencia que van calando en los ciudadanos; modernizando sus barrios y brindándoles una gran opción de retail 24/7.

Ahora, los vecinos de Vilanova i la Geltrú (Barcelona) también tendrán acceso a los servicios automatizados de la compañía: Un centro de compras automatizado que les ofrece todo lo que puedan necesitar, a cualquier hora del día. Desde snacks y refrescos hasta productos de parafarmacia y electrónica, pasando por una selección de artículos eróticos, la tienda está equipada con cuatro equipos de vending de última generación.

En concreto, la zona de distribución automática tienda está ubicada en la parte norte de Vilanova i la Geltrú, justo al lado del instituto Manuel de Cabanyes.



Ya sea que el usuario necesite un tentempié después de una noche de estudio o un accesorio electrónico de urgencia, la tienda automática brinda servicio non stop a través de cuatro equipos totalmente automatizado.

Asimismo, el micromarket cuenta con tres equipos multiproducto XL, que dispensan diferentes opciones en cualquier tienda de proximidad como snacks y refrescos; pero también menús completos a través de platos preparados y emparedados gourmet.

El equipo multiproducto está integrado con ascensor, que permite ofrecer el producto más

delicado con una dispensación suave.

A esta inauguración se suma la de Murcia. En concreto, la nueva tienda automática de METRO24st se ubica en el oeste de Molina de Segura, justo al Centro Comercial Vega Plaza; formada por 3 soluciones automatizadas: 2 equipos multiproducto XL y equipo multiproducto con ascensor.

Podemos encontrar este modelo de tienda 24 horas en ciudades como Collado Villalba, Lanzarote, Lorca, Mijas, Pamplona, Burjassot, Badalona, Málaga, El Ejido, Móstoles, Aguadulce o Ibiza, entre otras.



Selecta ofrecerá servicio de restauración al Hotel Greenhouse de Bélgica

Selecta anuncia su última instalación en el Hotel Greenhouse Collection de Bélgica, con la que reafirma el papel protagonista que la distribución automática tiene en el canal horeca.

Siempre lo hemos dicho, la relación de los hoteles y los operadores es cada vez más estrecha, pues los primeros han sabido ver la oportunidad de negocio y servicio de la restauración automática; y los segundos, el gran potencial que los espacios premium ofrecen al sector.

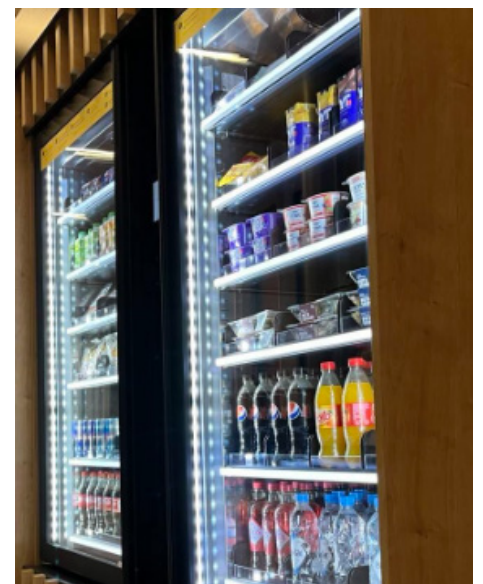
Aquellos operadores que apuestan por la innovación, la evolución lógica de un negocio que -contando hasta el céntimo- estaba aboca-

do al fracaso, y la oferta premium para multitud de entornos y nuevos escenarios. Esos son los que consiguen ascender a nuevos horizontes y, sobre todo, a rentabilizar su compañía.

En el caso de Selecta, ha cerrado un acuerdo con la cadena hotelera Greenhouse en Bélgica, en la que ha incorporado su última tecnología de distribución y restauración automatizadas.

Así, la pieza central de esta instalación es el Smart Fridge, diseñado para proporcionar a los huéspedes acceso las 24 horas a snacks y comidas frescas y nutritivas.

Equipado con diversas innovaciones tecnológicas, la nevera inteligente asegura que los





productos se mantengan frescos y estén disponibles en todo momento, satisfaciendo las necesidades de los viajeros ocupados y los antojos nocturnos.

Como complemento a esta iniciativa, Selecta ha instalado un cubo de recogida selectiva de residuos. Este dispositivo fomenta el reciclaje y la sostenibilidad al punto de consumo, apoyando así los objetivos medioambientales del hotel al gestionar de manera responsable los envases y residuos.

Y como no podía ser de otra manera, el hotel también contará con un espacio coffee station premium, para satisfacer los gustos de los amantes del café más exigentes.

La compañía operadora ha introducido una superautomática de café con Pelican Rouge, disponible en cualquier momento: desde el primer sorbo de energía por la mañana hasta el último momento de relax por la noche.

“Con la integración de estas sofisticadas soluciones, pretendemos aumentar la satisfacción de los huéspedes y agilizar las operaciones del hotel, garantizando una estancia fluida y agradable para todos los huéspedes”, puntualiza Selecta.





Nestlé, Macrosad y la UGR crean el primer proyecto de investigación que une a **mayores** y **niños** en torno a la mesa

Enmarcado en la Cátedra Macrosad de Estudios Intergeneracionales del centro universitario, Nestlé, Macrosad (cooperativa de educación y cuidados a las personas) y la Universidad de Granada han firmado un convenio de colaboración para la puesta en marcha del proyecto de investigación Comedores Intergeneracionales.

El acuerdo abarca todas las fases de la investigación: “prueba de concepto, prototipo, pilotaje a pequeña escala y validación”. A priori, el proyecto se desarrollará y validará en el Centro Intergeneracional de Referencia de Macrosad, CINTER, un lugar de convivencia intergeneracional impulsado por la cooperativa en 2018, y formado por un centro de día y una escuela de Educación Infantil con edades comprendidas entre los 0 y 3 años.

En el momento de la firma de la colaboración, que se ha dado cita en el Rectorado de la Universidad de Granada, han estado presentes el director de la Cátedra, Mariano Sánchez; el rector de la UGR, Pedro Mercado; el director de Nutrición de Nestlé Iberia, Luis Pinto y el director general de Macrosad, Andrés Rodríguez.

Con una duración de dos años aproximadamente, esta iniciativa, primera en su tipología a nivel internacional, analizará los procesos e impactos vinculados a la alimentación como una práctica intergeneracional, que conecta y beneficia a las generaciones desde diferentes perspectivas y grados.

Especialmente, en relación a las personas mayores participantes, se reconocerán las transformaciones en aspectos

como el bienestar psicológico, la autoestima o la soledad emocional y social. En lo que concierne a los niños y niñas, el proyecto se enfocará en los cambios en las competencias sociales y emocionales, y en comportamiento nutricional, entre otros.

En suma, también se incluirán valoraciones tanto de familiares de las personas mayores y de los niños como de los profesionales participantes en cuanto a sus apreciaciones sobre el impacto de la experiencia.

El plan de investigación estará dirigido por Mariano Sánchez, decano de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UGR; y también director de la Cátedra Macrosad de Estudios Intergeneracionales. A su vez, estará apoyado por una comisión de seguimiento, integrada por dos representantes de las tres entidades.

“Para Nestlé, es un proyecto muy ilusionante. La nutrición forma parte de nuestro ADN. Por eso, queremos convertir la comida en un momento especial, donde aprender sobre alimentación saludable y, además, los mayores se sientan valorados compartiendo conocimientos y experiencias con los niños”, explica Luis Pinto, director de Nutrición de Nestlé Iberia.

Por su parte, Andrés Rodríguez, director general de Macrosad, añade: “Este proyecto pionero fortalece la consolidación del enfoque intergeneracional en Macrosad, ya que nuestra cultura corporativa se fundamenta, firmemente, en este sólido compromiso en el que llevamos trabajando y promoviendo, desde hace más de 16 años, de forma transversal, en todos nuestros centros y servicios”.



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



iQ
Technology

Agua optimizada

Máquina siempre protegida



Agua de red



Taza de calidad constante



Rhea y su innovación Made in Italy forman parte de la Cumbre del G7

“Historias de éxito, talento y excelencia de los italianos” es un homenaje al Made in Italy, concebido y realizado por Roberto Santori en colaboración con Agenzia ANSA para la Presidencia italiana del G7.

Rhea, uno de los principales fabricantes mundiales de máquinas de coffee break desde 1960, figura entre las empresas Made in Italy incluidas en el libro “Success Stories, Talent and Excellence of Italians”, elegido como regalo institucional para la Cumbre del G7 y las posteriores reuniones ministeriales de la Presidencia italiana del G7.

En Borgo Egnazia, los jefes de Estado del G7 conocieron así la historia de Rhea. La empresa que comenzó con el icónico dispensador de chicles se ha distinguido a lo largo de los años, gracias a su ritmo creativo e innovador, por llevar al mundo la cultura italiana del coffee break y ampliar los horizontes del vending.

Rhea ha transformado la máquina automática de café de un simple dispensador de bebidas frías y calientes en una sofisticada solución de hostelería Made in Italy, integrando tecnología avanzada, diseño, personalización, sostenibilidad y una atención cada vez mayor a las necesidades del consumidor, ofreciendo una experiencia agradable y de calidad para entornos de trabajo, ocio y sociales y allá donde surjan nuevos escenarios.

“Estamos orgullosos de ser considerados una empresa

que representa lo mejor del ‘Made in Italy’, no sólo por la calidad de nuestros productos, sino también por la excelencia y la innovación que se encuentran en cada detalle de nuestro trabajo. Este éxito es el resultado del trabajo en equipo, de la ‘familia Rhea’, donde la pasión, la dedicación y el compromiso de todos son los ingredientes que enriquecen nuestras soluciones en la industria del café”, afirma Andrea Pozzolini, CEO de Rhea.

“Nuestras soluciones se utilizan en más de 100 países de todo el mundo, a los que a lo largo de los años hemos aportado nuestro estilo característico y sentido de la hospitalidad”, añade Pozzolini.

El libro es un homenaje al Made in Italy, y al mismo tiempo, una invitación a reflexionar sobre cómo Italia puede contribuir significativamente a dar forma a un futuro global más sostenible, equilibrado e inclusivo, tal y como sostiene Roberto Santori, fundador de ‘Made in Italy’. “La idea del libro surgió del trabajo que hemos venido realizando en los últimos dos años con nuestra comunidad de empresarios y empresas italianas, explorando los retos y oportunidades de nuestra marca nacional y debatiendo el papel crucial que el ‘Made in Italy’ puede desempeñar en el panorama global actual”.



Azkoyen supera los 100 millones de euros en el primer semestre por primera vez en su historia

El margen bruto de la compañía fabricante de distribución automática aumenta un 4,8%, debido principalmente a la variación en el mix de negocios.

Azkoyen, multinacional tecnológica de servicios automatizados, acaba de anunciar sus resultados del primer semestre de 2024, en el que registran una cifra de negocio consolidada de 100,46 millones de euros, lo que supone un 0,9% más en comparación con el mismo periodo de 2023. Con estos números, la compañía supera por primera vez los cien millones de euros en seis meses.

Así, en relación a estos resultados y tras la disminución del capital circulante, el grupo consigue reducir la deuda financiera neta en un 35%, ubicándose a 30 de junio de 2024 en 26,8 millones de euros, tras un reparto de dividendo de 8,7 millones de euros.

El margen bruto ha logrado los 4,8 millones de euros, un crecimiento del 4,8% respecto al primer semestre del ejercicio anterior. La mejora del margen se sustenta en la variación en el mix de negocios, tal y como señalan desde el comunicado.

En concreto, de la cifra de negocios del primer semestre, un 27% corresponde a Alemania, un 18,7% en España, un 9,5% en Italia, un 6,2% se centra en Bélgica. Además, un 15,8% corresponde al resto de la Unión Europea, un 9,9% a Reino Unido, y un 12,9% a otros países.

En cuanto al EBITDA, Azkoyen presenta 16.801 miles de euros, un 1,8% menos si lo comparamos a 2023 (mismo periodo analizado). Dicha reducción se debe al aumento de los gastos fijos comerciales y la inversión en I+D.

Juan José Suárez, presidente de Grupo Azkoyen, enfatiza los buenos resultados: "En 2023, la compañía obtuvo los mejores resultados de su historia, y en 2024 seguimos en la senda del crecimiento moderado. Para lograrlo, continuamos aplicando con éxito nuestro plan estratégico, que se basa en la innovación continuada, la diversificación de negocios y la internacionalización, con la sostenibilidad como eje que influye en todos ellos".

VENTAS POR DIVISIONES

La división de Payment Technologies ha registrado un aumento del 12,3% respecto al primer semestre de 2023. Esta división de negocio aglutina productos y servicios para retail y medios de pago industriales y para vending, así como soluciones globales de IoT y telemetría.

A esta se suma la división de Time & Security, cuyas ventas han crecido un 10,2%. La división se fundamenta en dos áreas diferenciadas: por una parte, en el desarrollo de sistemas electrónicos que permiten el control de accesos; y por otra, en el software de gestión y análisis de las horas trabajadas por los empleados.

En cuanto a la división de Coffee & Vending Systems, al contrario que el resto, ha sufrido un descenso del 15,9% en comparación con las ventas del mismo periodo de 2023. De cara a la segunda mitad del año 2024 se estima la normalización y crecimiento de la división.

PERSPECTIVAS A CORTO PLAZO

El año pasado, Azkoyen consiguió los mejores resultados de su historia. Para 2024, tal y como

se adelantó en los últimos meses, se espera un ejercicio de crecimiento moderado, que irá de menos a más.

Así, a corto plazo, el enfoque de la compañía continúa centrándose en preservar la rentabilidad al tiempo que crecen los ingresos a un ritmo sostenido y se mantiene una alta conversión de EBITDA en caja. “La compañía sigue trabajando en las bases de crecimiento y resultado del futuro, centrándose en sus pilares clave: innovación y desarrollo de tecnologías, productos y servicios sostenibles, crecimiento de ventas fuera de Europa, mejora de la eficiencia y gestión interna y trabajo en equipo para alcanzar las metas colectivas”, detalla el grupo en su comunicado oficial.



Gullón invertirá **20 millones de euros** en nuevos almacenes en Palencia



Se estima que la ejecución de este proyecto tomará entre 36 y 42 meses, y se añade a otras inversiones en la ampliación de la fábrica, como las próximas inauguraciones de los nuevos vestuarios y comedores para los trabajadores de Gullón.

El pleno municipal de Aguilar de Campoo ha aprobado por unanimidad la modificación puntual del PGOU para expandir el suelo urbano industrial en el polígono de Laguna Salada. Esta petición fue realizada por Galletas Gullón para extender la zona norte de su fábrica Gullón II, consolidando 60.000 metros cuadrados de suelo industrial.

La empresa galletera de dicho municipio planea invertir 20 millones de euros en este proyecto con el objetivo de ampliar su capacidad logística y de almacenamiento de materias

primas y materiales auxiliares, a fin de soportar el incremento en la producción y las nuevas líneas que se implementan en las fábricas de Gullón y VIDA.

Esta ampliación permitirá la construcción de dos nuevos almacenes, uno para materias primas y otro para envases y embalajes, con una superficie total de más de 15.000 m2. Estos nuevos almacenes mejorarán la capacidad logística y el flujo de producción de la empresa.

Así, esta expansión permitirá consolidar los 100 puestos de trabajo anuales que la empresa ha venido creando desde 2018, generando futuros empleos en la comarca.

Una acción que reafirma el compromiso de

Galletas Gullón con la generación de empleo y el desarrollo económico local. Se estima que la ejecución del proyecto tomará entre 36 y 42 meses, una vez se obtengan todas las autorizaciones necesarias y comiencen las obras.

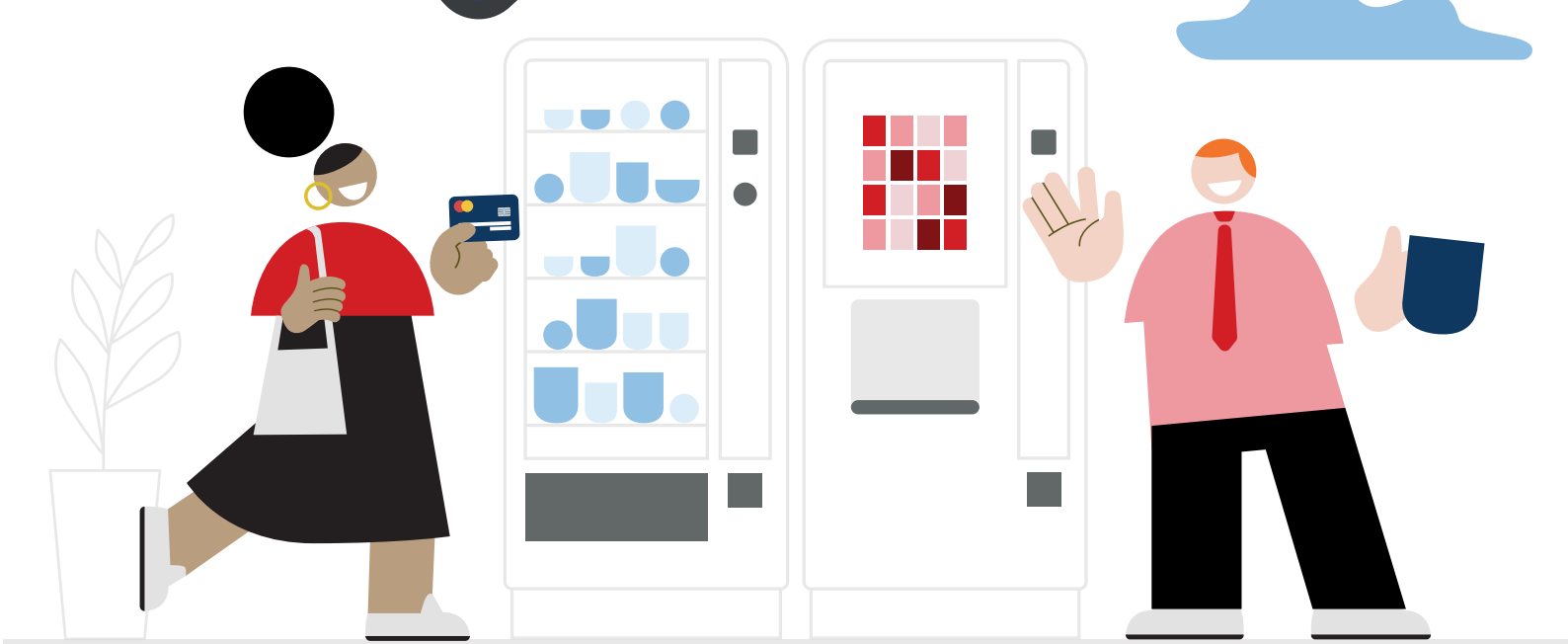
Juan Miguel Martínez Gabaldón, consejero delegado y director general de Galletas Gullón, explica: “Esta ampliación refleja nuestro compromiso con el crecimiento sostenible, optimizando nuestra capacidad logística y apoyando el aumento de la producción que hemos experimentado en los últimos años. Con esta expansión de superficie industrial, se consolidan los puestos de trabajo actuales y nos permitirá seguir incorporando 100 personas al año hasta 2030. Continuamos apostando por el desarrollo económico de Aguilar de Campoo, basado en la producción de productos de alta calidad para nuestros clientes”.

Este proyecto representa un avance significativo para la compañía productora en su estrategia de expansión y modernización de sus infraestructuras, garantizando la sostenibilidad y eficiencia de sus operaciones a largo plazo.

La nueva fábrica Gullón II fue inaugurada en 2003 en Aguilar de Campoo, siendo en aquel momento la planta más grande de Europa. La instalación contaba con más de 100.000 m² de superficie y un almacén de 18.000 m². Ahora, dos décadas después, se está a punto de finalizar una ampliación que incluye la construcción de nuevos vestuarios y comedores, adaptándose al incremento en el empleo durante estos años.



nebular



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

Cookie & Cream: Cuando la bebida se convierte en un postre exquisito



Laqtia lo tiene claro: innovación y más innovación. Sorprender y cuidar al cliente con nuevas recetas que nos llevan a diferentes momentos, y que hacen de la bebida, un auténtico postre. Ingredientes que han llevado a la compañía a un crecimiento estratosférico.

Y no es para menos, Laqtia ha hecho sus deberes y ha sabido leer al cliente final: responderle con recetas de valor, de composiciones de calidad y el contagio de esa ilusión que mueve a la empresa, dedicada a la producción de bebidas instantáneas.

Lo hemos dicho hasta la saciedad: El sector de la distribución automática pide a gritos una transformación radical del modelo más tradicional, ese que cuenta céntimo a céntimo una oferta que no hace más que denostar a la industria.

Por eso, la apuesta por experiencias Premium elevan al sector, lo convierten en punta de lanza de innovación y en una elección atrac-

tiva para diferentes estadios.

Por su parte, Laqtia ofrece una nueva oportunidad para poner en valor la oferta de los operadores, con sabores nuevos, divertidos, ligados a una nueva forma de consumo cansada del clásico espresso. De mirar a la máquina más allá y encontrar en ella todo un rincón de experiencias y sabor. Es la única forma.

De ahí, el consumidor no solo encuentra una bebida: accede a un postre bebible siempre a mano que va en sintonía con su estilo de vida, más on the go y de opciones más dinámicas y sabrosas.

DE LA BEBIDA AL POSTRE: COOKIES & CREAM

El ejemplo más claro de todas estas premisas lo encontramos en uno de sus últimos lanza-

mientos, la bebida Cookie&Cream. Su elaboración es sencilla: solo se necesita disolver en agua caliente para disfrutar de su delicioso sabor.

Ideal para máquinas automáticas, esta bebida es una excelente opción para operadores que buscan diversificar su oferta y sorprender a sus clientes con productos de alta calidad.

Tuvimos la oportunidad de probar en HIP 2024 esta bebida instantánea y "postre" fue el concepto que se me vino a la mente: cremoso, sabor a galleta y, además, con la energía y los beneficios que ofrece el café.

El proceso de elaboración de la bebida Cookies & Cream refleja el compromiso de Laqtia con la calidad. Cada detalle está diseñado para ofrecer un producto que no solo satisface el paladar; también los estándares de calidad y seguridad alimentaria.



Es crucial estar continuamente presente en el mercado con nuevas propuestas. Pocos productos se introducen con éxito en los mercados; pero Cookies & Cream lo ha conseguido. Y vaya si lo ha hecho: ya no buscan ellos al cliente, son las ventas las que llegan a ellos y a la demanda de productos como este.

Como nos comentaba Alfonso López, CEO de Laqtia, durante HIP 2024, prefieren “sacar nuevas recetas al mercado y que el mercado diga lo que está bien y lo que está mal. Quizá de 50 recetas que puedas sacar, 48 no van a triunfar, pero dos sí. En nuestra cabeza está siempre estar vigilantes de cuáles son los nuevos hábitos de consumo”.

Con un crecimiento exponencial en el último año (+40%), Laqtia se ha convertido en todo un referente en adaptabilidad y excelencia en el sector. Prácticamente, casi no han parado de crecer.

Siempre han entendido que la única forma de poder hacerse hueco en este mercado, -uno más maduro y en el que ya había actores, y los sigue habiendo, que hacen las cosas bien-, es intentar hacer algo distinto, nuevas fórmulas... O simplemente saber escuchar al mercado.





Soluciones de **autoservicio** completas y conectadas para todo tipo de entornos

Entre otras innovaciones Matipay presentó en Venditalia su nuevo Micromarket, que integra máquinas automáticas, estanterías de libre acceso, neveras inteligentes y dispensadores de reciclaje de residuos.

Matipay pretendía escribir una nueva página el vending en Venditalia 2024 y así lo hizo. Su stand fue uno de los grandes protagonistas en la feria italiana de vending, de la mano de una serie de innovaciones que se alinean con esa nueva concepción de distribución automática, centrada en la convergencia.

Soluciones de vending, nuevas funcionalidades e innovadores servicios de app marcaron el espacio de la compañía Fintech.

Ejemplo de ello fue la presentación del nuevo Micromarket, una solución innovadora que integra máquinas expendedoras, estanterías de libre acceso, neveras inteligentes y dispensadores de reciclaje de residuos; ofreciendo una experiencia de compra más completa y personalizada, centralizada en el punto de caja de autoservicio.

Los sistemas Matipay, disponibles en distintas configuraciones, permiten diferentes métodos de pago, incluidos pagos sin contacto con tarjetas de crédito, dispositivos sin contacto y monedero virtual.

La aplicación Matipay ofrece una experiencia de usuario óptima y promociones personalizadas para atraer a los consumidores.

Todo ello reafirma la continua inversión de la compañía en la evolución de sus sistemas, centrándose en la conectividad: recogida de datos de ventas, supervisión en tiempo real de alarmas y averías... rasgos que hoy son imprescindibles para los operadores.

Por otro lado, las funciones de comercio electrónico y tarjetas regalo disponibles en la aplicación suponen un avance en la forma en la que los operadores de vending pueden interactuar con sus clientes.

Así, con el comercio electrónico integrado en la app, obtienen una mayor visibilidad de sus tiendas online, mientras que, con un catálogo de más de 100 tiendas, pueden adquirir Tarjetas Regalo.



METRO24_{st}

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

EL FUTURO DE LAS TIENDAS 24 HORAS



605 30 36 84



@metro24st

» SOLICITA TU VIABILIDAD GRATUITA «

Frente al liderazgo español en **cítricos**, la oportunidad del **café espresso** con zumo recién exprimido

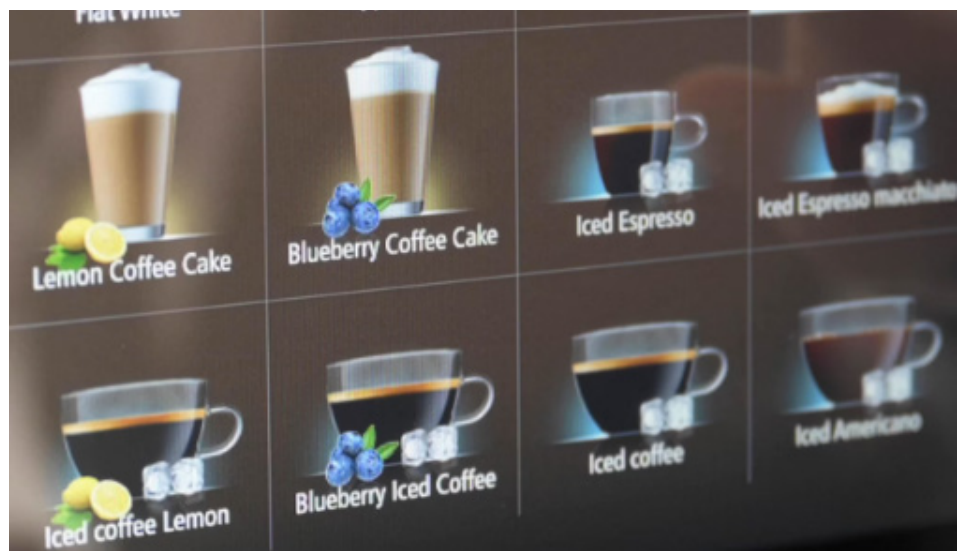


El país ha logrado mantener su liderazgo en la comercialización mundial de cítricos en fresco. Frente a esta posición, descubrimos tendencias en distribución automática como la combinación de café espresso y zumo de cítricos.

España se lleva la medalla de oro en cuanto a producción de cítricos en la Unión Europea, siendo el primero en el continente y el sexto a nivel mundial.

A pesar de enfrentar condiciones climáticas adversas, ha logrado mantener su posición estratégica en la comercialización mundial de cítricos en fresco, representando el 25% del total de exportaciones globales.

En la campaña 2023-2024, las exportaciones españolas de cítricos alcanzaron un valor de 2.662 millones de euros, que se traducen en un incremento del 1,6% respecto a la campaña anterior. Este éxito tiene su eco un saldo comercial positivo de 2.509 millones de euros y una impresionante tasa de cobertura del 1.740%.



Durante la reunión de la mesa sectorial de cítricos, Ana Rodríguez Castaño, directora general de producciones y mercados agrarios, ha presentado estos datos destacando el volumen de exportaciones entre septiembre de 2023 y abril de 2024, que ascendió a 2,34 millones de toneladas.

Aunque esto representa una disminución del 3,1% en comparación con la campaña anterior, el incremento en el valor de las exportaciones subraya la resiliencia del sector.

Este posicionamiento clave en el mundo del cítrico abre nuevas oportunidades para el sector de la distribución automática y la restauración.



ción. Y es que, tenemos la posibilidad de jugar con este valor y ofrecer diversas innovaciones para atraer y satisfacer las demandas del usuario final.

Un ejemplo de esta tendencia es la combinación de café espresso y zumo de naranja, una propuesta innovadora que promete deleitar a los consumidores -y cuidar de su salud al mismo tiempo-.

LA CREATIVIDAD EN LAS SUPERAUTOMÁTICAS DE CAFÉ

En el ámbito de las máquinas de café profesionales, compañías como Franke Coffee Systems lideran la innovación tecnológica, pero también en creatividad.

En respuesta a las nuevas demandas de los consumidores -y relevancia de los cítricos en nuestro país-, estas compañías desarrollan combinaciones únicas que rompen con la estacionalidad del café tradicional.

La combinación de café espresso recién molido con zumo de naranja es una de esas propuestas que pretende refrescar y energizar al cliente final, especialmente en los días de calor extremo.

El usuario actual está dispuesto a pagar



más por una bebida que le ofrezca una experiencia única y emocionante; y las superautomáticas están diseñadas para ofrecer exactamente eso: un momento de relajación, energía o gourmet, a elección del usuario.

La combinación de espresso con zumo de naranja responde a esta tendencia, al tiempo que aporta un valor añadido al momento del desayuno, fusionando dos clásicos en una sola

bebida.

“Con nuestras máquinas de café totalmente automáticas, nuestros clientes pueden desarrollar nuevas y creativas recetas de café, ampliar su carta de cafés y servir auténticos momentos a sus consumidores”, explican desde Franke.



La Rheas
Small Coffee Shops

CoCo
Coffee is not enough

Water	Espresso
Espresso 1	Cappuccino
Espresso 2	Latte Macchiato

Sustainability

Induction

Plastic free

25% coffee
 48% water
 12% tea
 14% milk/cream/other

Balance



Nuevas soluciones para nuevos hábitos

rheavendors group



Ganador del Vending Star Awards de 2015

La **EVA** y la Fundación OPC comienzan a trabajar en una **nueva norma industrial**



La industria de la distribución automática y del OCS ha elegido OPC UA para un intercambio de información estandarizado y seguro. El grupo de trabajo pretende desarrollar una nueva especificación para superar la limitación de los protocolos actuales.

La OPC Foundation, un consorcio global que desarrolla y mantiene estándares para la automatización industrial, junto con la European Vending & Coffee Service Association (EVA) anuncian la formación de un nuevo grupo de trabajo conjunto denominado "OPC UA for Vending, Office Coffee Service & Automated Retail Working Group".

El objetivo del grupo es desarrollar un modelo de información OPC UA para la comunicación entre una máquina vending, sus periféricos y los sistemas de información de la empresa.

Una máquina expendedora debe entenderse como una máquina de autoservicio que dispensa alimentos (incluyendo bebidas, como café) y productos no alimentarios utilizando diferentes tecnologías de dispensación.

En relación a este paso, Erwin Wetzel, direc-

tor General de la EVA, sostiene que, en una era en la que la tecnología se integra a la perfección en todos los aspectos de nuestras vidas, el anuncio del grupo de trabajo conjunto OPC UA para máquinas expendedoras, servicios de café en oficinas y comercio automatizado marca un momento crucial para la industria de la distribución automática y el automatic retail.

"Esta colaboración, encabezada por la Fundación OPC y apoyada firmemente por la EVA, significa un paso monumental hacia la revolución de la forma en que las máquinas expendedoras, las máquinas de servicio de café de oficina y los sistemas automatizados de venta al por menor interactúan con sus periféricos y los sistemas de información de la empresa", concluye Wetzel.

Asimismo, Jürgen Göbel, director de Desarrollo de Negocio de Ingenico, detalla que, "desde la perspectiva del proveedor, la colaboración de EVA con OPC UA reducirá la fragmentación técnica en la industria y permitirá la imple-

mentación de nuevos servicios digitales basados en un estándar armonizado. Esto reduce los costes de desarrollo y mantenimiento de nuevos servicios y soluciones en beneficio de operadores y consumidores".

"La colaboración con la European Vending & Coffee Service Association (EVA) representa otro hito histórico para la Fundación OPC», declara Stefan Hoppe, presidente de la Fundación OPC: "OPC UA fue creado por un puñado de fabricantes en el espacio de la automatización de procesos y se ha convertido en el estándar líder mundial para garantizar la interoperabilidad semántica en la tecnología de fabricación, procesos y energía. Con la creación de este nuevo grupo de trabajo conjunto, estamos llevando este rico ecosistema al enorme mundo de la industria de las máquinas expendedoras y de café".

El compromiso de desarrollar un modelo de información OPC UA es una evolución necesaria. En el panorama actual, las limitaciones de los protocolos actuales han supuesto un cuello

de botella para la innovación y la eficiencia.

Al armonizar los protocolos de comunicación y el intercambio de datos entre máquinas y sus periféricos, esta iniciativa promete superar estos retos, allanando el camino hacia un futuro en el que máquinas de distintos fabricantes puedan comunicarse sin esfuerzo y el flujo de datos sea tan fluido como los productos dispensados.

En el marco del grupo de trabajo conjunto OPC UA, esta norma se está desarrollando como la denominada especificación complementaria OPC UA para máquinas expendedoras y soluciones de café OCS.

Para ello, el grupo de trabajo pretende desarrollar una nueva especificación para superar la limitación de los protocolos actuales (por ejemplo, MDB, Executive, BDV, etc.) que armonizará la comunicación y el intercambio de datos entre máquinas diseñadas para dispensar un producto (por ejemplo, máquina expendedora, máquina profesional de bebidas calientes, nevera inteligente), sus periféricos y los sistemas informáticos de back office en las instalaciones o en la nube (ERP, etc.).



Asociación Catalana de Vending... Un nuevo rumbo

Según un comunicado oficial de la Associació Catalana de Vending, la asociación está en búsqueda de un nuevo gerente que tome el relevo de Rafael Cubarsí.

Tras la recientemente celebrada Asamblea General de socios de la ACV en la cual entró la nueva junta directiva encabezada por Isaac Guerra de Nexus Machine, la junta al completo ya está trabajando en los retos de la nueva legislatura con ímpetu, y pone el foco en el servicio al socio y en que este sea más participe en la asociación.

Entre los nuevos retos, está encontrar un nuevo talento para su gerencia, ya que su gerente, Rafael Cubarsí, "cuelga las botas". La ACV apuesta por una persona que sea capaz de tratar con la Administración Pública, con los socios, y colidere un proyecto asociativo de futuro para el territorio catalán. Debido a la particularidad del sector, un buen conocimiento de este por parte del nuevo gerente fortalecería su desarrollo.



Según comunica la propia ACV, ya han empezado a recibir os primeros currículums e invita a cualquier persona interesada a enviar su candidatura a email de la asociación: info@acvending.cat. Otro reto está en la digitalización de la Asociación, la cual ya se está llevando a cabo, y que facilitará todos os trámites legales, fiscales y funcionales necesarios para

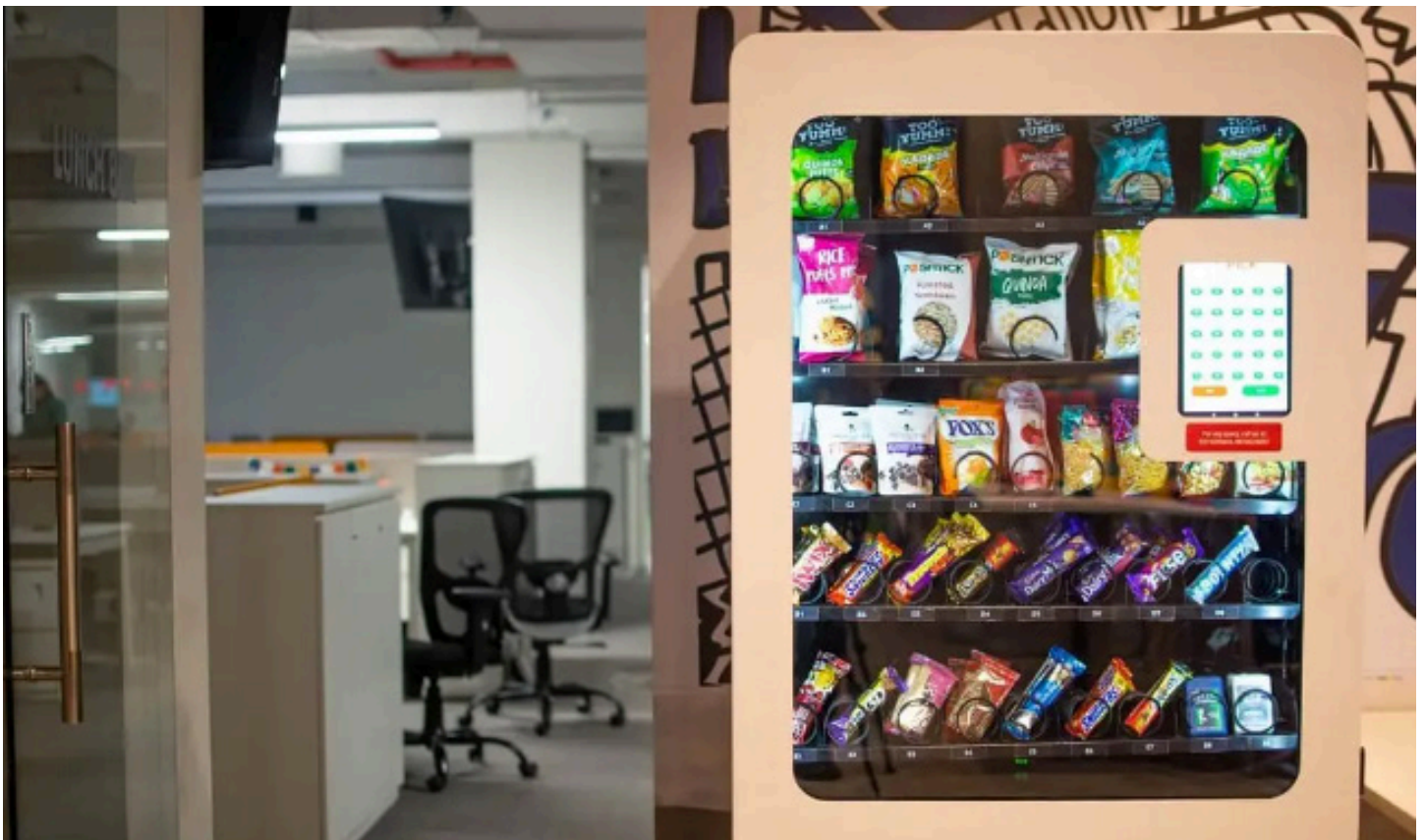
su buen hacer.

Se prevén actos asociativos de cara al último trimestre de este año, que no solo van a fomentar la relación sectorial entre proveedores y operadores; también aportarán formación y conocimientos que estiman "gustarán a la masa asociativa y de los cuales se informará debidamente".

El vending en la era de la **Industria 4.0**: La democratización de la innovación tecnológica



La automatización impulsa el éxito empresarial en la restauración automática. Al abrazar la tecnología, las empresas logran optimizar sus procesos y premiumizar la experiencia del cliente.



La convergencia es la clave en la Industria 4.0. A medida que las tecnologías de última generación avanzan, también se fusionan las antiguas categorías y sectores en numerosos campos de la automatización y el autoservicio. Estas tecnologías innovadoras abarcan el Internet de las Cosas (IoT), las redes 5G, la Web 3.0, la inteligencia artificial y la robótica, incluyendo drones y robots móviles autónomos.

Esto, a su vez, ha dado lugar a nuevas familias de innovación tecnológica, que abarcan desde la investigación en redes 6G para satisfacer los requisitos de datos masivos de las

ciudades inteligentes interconectadas y las fábricas del futuro, hasta la innovación en energías renovables y la transmisión inalámbrica de energía, tanto a corta como a larga distancia.

Sin embargo, en el sector aún persiste la resistencia de algunos comercios a evolucionar en la era de la Industria 4.0, la cuarta revolución industrial. Quienes mantengan una mentalidad tan cerrada están destinados al fracaso, ya que la cuestión ya no es solo innovar, sino adaptarse al lenguaje de la sociedad actual.

Estamos en un punto en el que el emprendedor o empresario que no tenga un control total de su negocio se está quedando en el lado obsoleto del mercado.

Para enfrentar estos desafíos, es crucial seguir etapas clave para la digitalización de los negocios, que van desde la recopilación de datos hasta la automatización de procesos y la coherencia en la implementación.

Es fundamental tener una estrategia basada en datos para minimizar riesgos y maximizar el retorno de la inversión. Además, es necesario reestructurar los procesos comerciales mediante la automatización.

Aquellos que integren estos elementos

estarán mejor preparados para prosperar en la nueva realidad digital, mientras que los que no lo hagan, se arriesgan a quedarse atrás.

INDUSTRIA 4.0 APLICADA A LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA

La automatización impulsa el éxito empresarial en la restauración automática. Al abrazar la tecnología, las empresas logran optimizar sus procesos y premiumizar la experiencia del cliente.

Como decíamos, los avances en la computación en la nube y la conectividad a Internet han permitido a las empresas tomar decisiones basadas en datos en tiempo real. Esto ha impulsado la automatización, el aprendizaje automático y la inteligencia artificial, facilitando operaciones más eficientes y precisas.

En muchos sentidos, la Industria 4.0 ha unido la TI (tecnología de la información) con la OT (tecnología operativa) para establecer un clima digital hiperproductivo. Esto se consigue conectando sistemas informáticos y bases de datos para crear una red de fuente única de la verdad.



¿PERO CÓMO SE TRASLADA ESTA NUEVA ERA INDUSTRIA EN LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA?, ¿CUÁLES SON LAS IMPLEMENTACIONES?

Por un lado, tenemos la automatización y la robótica: El vending, tradicionalmente asociado a máquinas expendedoras simples con a,b y c de producto, ha adoptado tecnologías de automatización y robótica avanzada.

Las soluciones actuales también pueden realizar operaciones complejas, como la preparación de alimentos frescos y personalizados; lo que se traduce en una mejora más que sobresaliente de la eficiencia operativa y una experiencia de usuario más sofisticada.



A esto se suma el famoso IoT, que llegó como una auténtica revolución para el sector. A través de sensores y conectividad en tiempo real, las máquinas comenzaron a monitorear su propio estado, reportar niveles de inventario, identificar problemas técnicos y recibir mantenimiento predictivo.

Y de ahí pasamos al Big Data: La capacidad de recopilar y analizar grandes volúmenes de datos es otro pilar fundamental de la Industria 4.0 que ha impactado el sector del vending.

Las distribución automática registra datos detallados sobre las preferencias de los consumidores, patrones de compra y tendencias de mercado.

¿Qué quiere decir esto? Que los operadores pueden ajustar al detalle su oferta de productos, realizar promociones y campañas de marketing más certeras y, lógicamente, mejorar la experiencia del usuario.

De ahí pasamos a la innovación tecnológica por antonomasia: la IA. Y es que la aplicación de inteligencia artificial en vending ha abierto la ventana a nuevos sistemas inteligentes capaces de predecir la demanda y personalizar la oferta.

Por ejemplo, las máquinas pueden recomendar productos basados en el historial de compras del usuario o ajustar precios dinámicamente según la demanda y el tiempo del día.

Y no podemos terminar el listado sin mencionar al blockchain. Conocida por su capacidad de asegurar transacciones y datos de manera inmutable y transparente, la tecnología blockchain está comenzando a ser utilizada en la industria para mejorar la trazabilidad y la seguridad.

Ahora, podemos gestionar pagos y suministros de manera más eficiente, asegurando que todas las transacciones sean verificables y seguras.



Coliving: Una plataforma que se convierte en un micromundo

LOS COLIVING, ESE ESPACIO PARA COMPARTIR EL MOMENTO, Y UN SEGMENTO DONDE LA UNIÓN CON EL CATERING TAMBIÉN SE HACE PATENTE

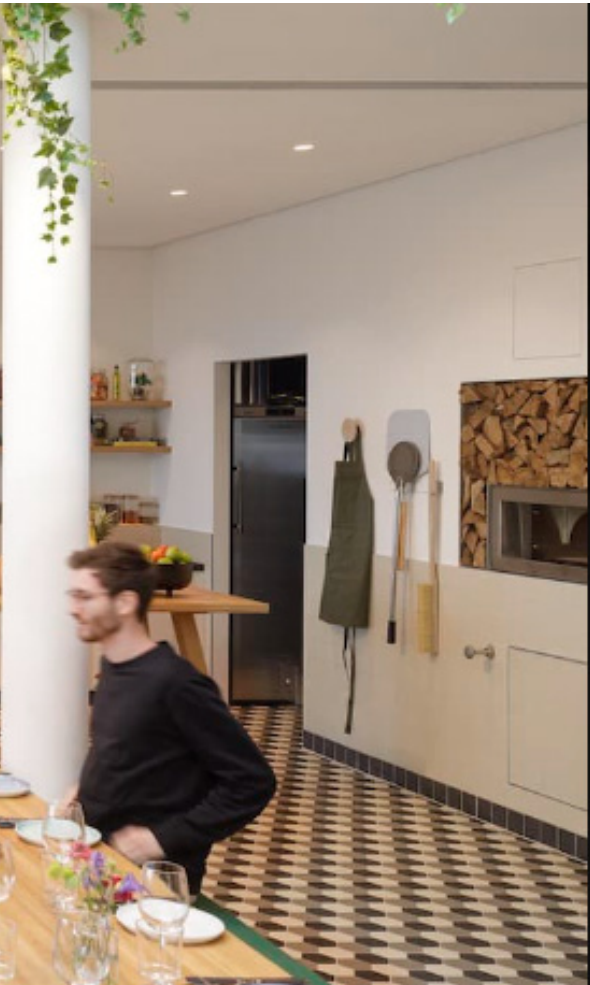
Coliving, o cuando la soledad ya no es un problema. Es hora de dejar de separar las generaciones; juntos, de la mano, para aprovechar lo bueno de cada una. Los coliving son ese espacio para compartir el momento; permitiendo la singularidad y lo común. Esta nueva forma de entender la vida está siendo una opción en pleno auge, puesto que permiten optimizar costes vinculados a la vivienda, al tiempo que facilitan posibles quehaceres diarios con el despliegue de servicios automatizados.

Espacios implementados por la restauración automática, con smart fridges y taquillas inteligentes, coffee corners premium con recetas personalizadas, que encontrarán frente a la máquina superautomática. Aquí también jugará un papel protagonista la oferta de valor en alimentación, vinculada estrechamente con la alta cocina y el bienestar.

Aún son los grandes desconocidos, y por ello,

en este próximo especial queremos arrojar luz y dar a conocer las grandes oportunidades que estos micromundos suponen, donde la distribución y restauración automatizadas tienen mucho que decir.

Las posibilidades son muchas: zonas agradables, cálidas y accesibles las 24 horas para adaptarse a las diferentes rutinas, horarios y necesidades de los allí presentes. Espacios implementados por la restauración automática, con neveras inteligentes y smart lockers, atractivos coffee corners con la receta favorita del usuario, que encontrará frente a la máquina un oasis de café cada vez que lo desee. Y más aún, se trata de un segmento donde la unión con el catering también se hace patente.



Son consumidores jóvenes que consideran la rapidez, el precio y el autoservicio sin perder la calidad de producto. Son cada vez más conocedores del café de especialidad y consumidores de productos saludables o artesanales sin perder ese consumo individualizado pero a la vez experiencial.

Pero también, son ese oasis ideal para los que ya piensan en su jubilación. Una alternativa completa con la que seguir disfrutando del momento, pues se trata de una etapa en la que el bienestar, la comodidad y las nuevas experiencias son las principales motivaciones. Esto incide directamente en el modo de vida y de vivienda de esta población, y frente a ello, el coliving se alza como una tendencia en crecimiento.

Busquemos espacios en común; abracemos la convergencia. Desde Hostelvending, nos esforzamos por trasladar posicionamientos clave para el desarrollo de la restauración automática.

Hemos de crear, ¿qué puede crear un operador? Pues desde luego, sumando fuerzas, los límites los marca el ingenio.

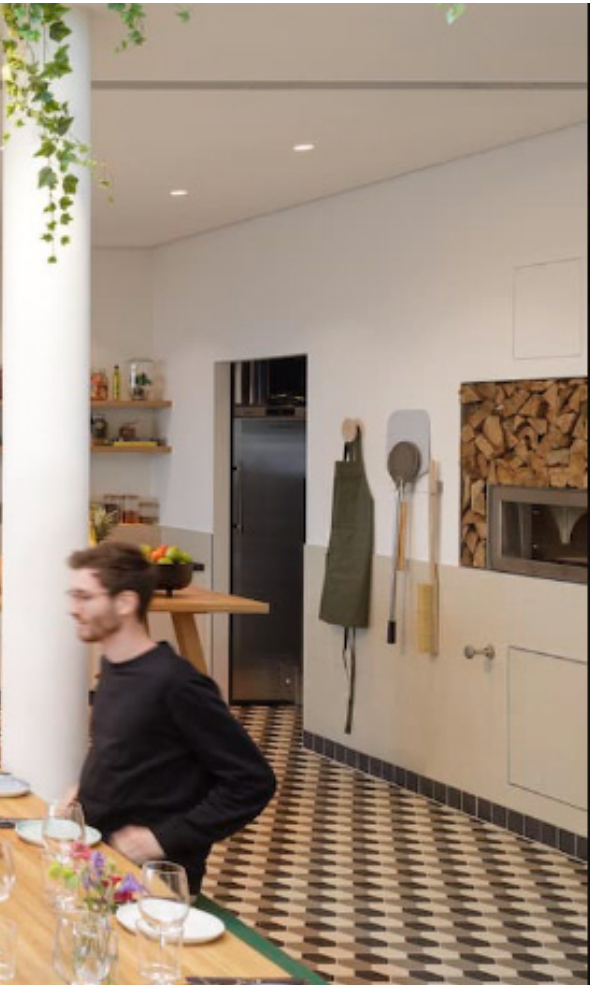


CASOS CONCRETOS DE SERVICIO EN COLIVING

“Ya operamos con las principales sedes residenciales del modelo Coliving en España (Livensa y Resa) que se salen del modelo residencial al uso, con un formato de servicios que cubre desde el renting de equipamiento en los apartamentos, oferta culinaria 24 horas, y servicios dirigidos a segmentos de edad desde los 16 años a los 45”, Serunion.

MENÚS PERSONALIZADOS

“Trabajamos este tipo de cliente orientado a una alimentación más equilibrada y saludable donde priman los alimentos bajos en sal y con un aporte extra de nutrientes debido a la edad de los consumidores que viven en estas residencias o asilos. Nos adaptamos a las necesidades de cualquier usuario sin importar su estilo de vida.” Iparvending.



Son consumidores jóvenes que consideran la rapidez, el precio y el autoservicio sin perder la calidad de producto. Son cada vez más conocedores del café de especialidad y consumidores de productos saludables o artesanales sin perder ese consumo individualizado pero a la vez experiencial.

Pero también, son ese oasis ideal para los que ya piensan en su jubilación. Una alternativa completa con la que seguir disfrutando del momento, pues se trata de una etapa en la que el bienestar, la comodidad y las nuevas experiencias son las principales motivaciones. Esto incide directamente en el modo de vida y de vivienda de esta población, y frente a ello, el coliving se alza como una tendencia en crecimiento.

Busquemos espacios en común; abracemos la convergencia. Desde Hostelvending, nos esforzamos por trasladar posicionamientos clave para el desarrollo de la restauración automática.

Hemos de crear, ¿qué puede crear un operador? Pues desde luego, sumando fuerzas, los límites los marca el ingenio.



CASOS CONCRETOS DE SERVICIO EN COLIVING

“Ya operamos con las principales sedes residenciales del modelo Coliving en España (Livensa y Resa) que se salen del modelo residencial al uso, con un formato de servicios que cubre desde el renting de equipamiento en los apartamentos, oferta culinaria 24 horas, y servicios dirigidos a segmentos de edad desde los 16 años a los 45”, Serunion.

MENÚS PERSONALIZADOS

“Trabajamos este tipo de cliente orientado a una alimentación más equilibrada y saludable donde priman los alimentos bajos en sal y con un aporte extra de nutrientes debido a la edad de los consumidores que viven en estas residencias o asilos. Nos adaptamos a las necesidades de cualquier usuario sin importar su estilo de vida.” Iparvending.



¿Es el coliving una **transición** de las residencias?



Muy vinculado a ello están las residencias, en las que muchos operadores dan servicio de restauración, ya sea bajo su propio servicio o a través de alianzas con empresas de catering. ¿Es el coliving una transición de este modelo? Una nueva realidad donde la automatización tiene más cabida.

Si analizamos sendos modelos, a priori podríamos afirmar que el coliving es una evolución del modelo tradicional de residencias, que se adapta a todos los grupos de población y puede crear unas sinergias sociales que pueden ser muy positivas, donde no se segmenta por edad ni propósito.

En lugar de simplemente ofrecer alojamiento, el coliving se centra en una experiencia de vida completa, con servicios automatizados que facilitan la vida diaria. La automatización, incluida la distribución de agua y vending, juega un papel crucial al proporcionar soluciones rápidas y eficientes, lo que hace que los residentes se sientan más cómodos y atendidos.

La venta automatizada se convierte en este entorno en una solución eficiente para cumplir con todas estas necesidades, añadiendo un plus de tecnología y conveniencia. Y es que, los equipos automatizados actuales permiten la

venta de un sinfín de formatos y calidades de productos, y pueden estar a la altura de cualquier otro negocio en cuanto a la atención personalizada de los clientes, utilizando la tecnología para este fin.

“Esta diversidad en la población residente puede enriquecer las interacciones sociales y promover un entorno comunitario más dinámico, y genera la necesidad de ofrecer una amplia gama de opciones para satisfacer todos los gustos, preferencias y horarios”, METRO24st.

Para corroborar esta respuesta, preguntamos a diferentes operadores de restauración organizada en entornos como las residencias; tal es el caso de Serunion, quienes nos explican que, al final, tanto en un entorno como otro, se trata de ofrecer dos opciones:

Como modelo complementario a la restauración en sus horas de cierre pero manteniendo la oferta y línea gastronómica, y como solución 100% única en centros que no soportan el coste de una restauración tradicional, pero ofreciendo a sus usuarios, ya sea de un modelo o de otro la misma línea gastronómica.



ESPECIAL MENCIÓN A LA OFERTA GAS-TRONÓMICA

“Dada nuestra producción propia de línea de 5 Gama, adaptamos cada 3 meses las ofertas a los platos mas demandados, opciones con proteínas o veganas, llegando incluso a la adaptación a culturas culinarias de otros países en centros donde la población es en su mayoría extranjera”, nos explica Alfonso Huidobro, director de la División de Vending en Serunion.

Esto, permite a los clientes ofrecer la variedad culinaria desde la bebida mas clásica, hasta el plato mas elaborado en cualquiera de sus centros y como un servicio único en el catálogo por el cual los usuarios les eligen.

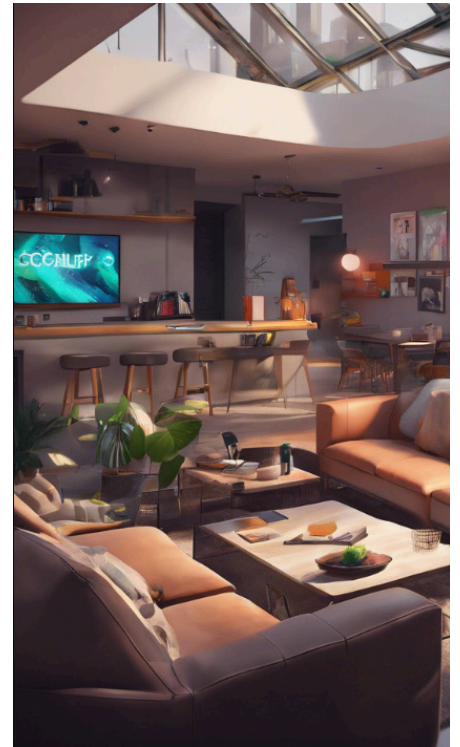
De lo que se trata en un entorno tan vanguardista y rompedor es de ofrecer menús versátiles, equilibrados, gourmet, y mantener al mismo tiempo los máximos estándares de calidad.

Por otro lado, desde el operador Iparvending señalan que, para entornos como los coliving, incluyen opciones sanas de gran calidad

que cumplen los criterios de la estrategia NAOS (Nutrición, Actividad física y Prevención de la Obesidad) creando una alternativa saludable para el almuerzo.

“Seguimos unos estrictos controles de calidad que prometen mantener la integridad del producto desde que llega a nuestras instalaciones hasta que es dispensado al cliente final. Mantenemos un grado de higienización y refrigeración de todos nuestros alimentos y equipos garantizando la limpieza y reposición de nuestras máquinas”, añade Luis Tomás Díaz de Cerio, director Comercial en Iparvending.

Mantener estándares extremadamente alto en cuanto la calidad, seguridad alimentaria y opciones de balance nutricional y sostenibilidad tanto en el modelo asistido como en el no asistido.



La realidad más equilibrada con la **convergencia** de **servicios automatizados**

Espacios con diversas actividades lúdicas donde el servicio de restauración recae en un servicio externo. Seguramente en 15 años las viviendas con uno o dos inquilinos serán la mayoría. Cocinar será un tema emocional, dejando a un lado el tema rentabilidad: ir a la compra, cocinar, lavar cacharros y platos... Un espacio con diversas actividades lúdicas, donde la alimentación se puede volver una actividad más, o un estorbo; pero, en cualquier caso, recaerá en un servicio externo a su apartamento. ¿Cómo puede responder a ello la restauración automática y los propios operadores?

Hace 10 años los envíos a domicilio eran un % ínfimo y ahora esta en el día a día. Las comidas a domicilio han seguido la misma tendencia.

Al igual que en el envío domiciliario han surgido los BOX de recogida de pedido para no depender de la presencia del cliente en el momento de la entrega, punto crítico de la logística, la restauración automática es la solución perfecta para esta extensión en la oferta de entrega individual de oferta gastronómica.

La restauración automática debe ser un



elemento más dentro de los servicios disponibles de las residencias. En nuestro sector podemos poner toda la tecnología de nuestra parte, creando un entorno intuitivo y atractivo en torno a nuestros equipos que los harán mucho más convenientes.

“Avanzamos con la tecnología y nos adaptamos a los cambios que, a lo largo de los años, va conformando nuestra sociedad. Hoy en día, podemos adaptar máquinas vending a cualquier espacio además de integrar micromarkets para que la experiencia de usuario sea más tangible y personal”, puntualiza Luis Tomás, de Iparvending.

“La restauración automática y el servicio de agua pueden responder a esta tendencia ofreciendo soluciones prácticas y accesibles. Dispensadores de agua, máquinas de vending con opciones saludables y servicios de comida preparada de alta calidad permiten a los residentes disfrutar de comidas nutritivas sin el esfuerzo de cocinar. Además, la automatización puede personalizarse para adaptarse a las preferencias individuales, haciendo que el proceso sea más eficiente y satisfactorio”, Culligan.

EXPERIENCIA EMOCIONAL Y PERSONALIZADA A TRAVÉS DE LAS APPS

Y para ofrecer este servicio de restauración automática, las apps ponen el acento. La posibilidad de gestionar todo desde una app simplifica la planificación de comidas y asegura que todos los gustos y necesidades sean atendidos, pudiendo ofrecer un entorno de fidelización donde pueden ganar puntos y descuentos exclusivos.

Por ejemplo, la app móvil que han desarrollado desde METRO24st tiene la capacidad de ofrecer a todos los clientes una atención y oferta personalizada según sus gustos, y en un servicio de restauración automática ofrecen la posibilidad de que los residentes puedan hacer pedidos y reservar sus comidas semanales para darles un plus de conveniencia.

TODO PLANIFICADO PREVIAMENTE PARA NO PERDER LO MÁS VALIOSO: NUESTRO TIEMPO

Poder planificar nuestro menú, disponer de él en el momento elegido, incluso poder disfrutar de la realización de la comida en tiempo real por un chef para los amantes de lo culinario...

Desde METRO24st lo tienen claro: “Por supuesto, el sector de la restauración automática tiene el potencial de ofrecer todas esas soluciones.” Como comentábamos antes, poner



la tecnología de nuestra parte nos permitirá crear experiencias únicas y totalmente personalizadas.

Para ello, tal y como nos trasladan varios operadores del sector, la oferta que presentan ya cuenta dicha personalización. Por ejemplo, desde Iparvending confirman que ya cuentan con configuraciones de productos adaptadas a cada cliente, y el 90% de sus máquinas disponen de telemetría para saber en tiempo real si hace falta reponer algún producto en concreto antes de que nuestros clientes se queden sin su snack favorito.

Por otro lado, Serunion ya lo ofrece a través de su aplicación TimeChef escogiendo de manera 100% online opciones, precios y pedidos. Hasta donde llegue, dependerá del precio dispuesto a pagar por el cliente.

¿SERVICIOS DE RESTAURACIÓN MÁS DEMANDADOS?

La realidad más equilibrada: calidad, disponibilidad, precio, usabilidad, será probablemente la más usada, y esta, seguro, estará vinculada a nuestro sector. Áreas de servicios automatizados de restauración combinados con posicionamientos atendidos por máquinas Vending tradicionales, corners premium...

“Uno de los aspectos más atractivos del vending, es la posibilidad de integrar varios productos con diferentes características en una misma máquina. De este modo, podemos implementar snacks dulces con productos saludables y del mismo modo cualquier tipo de café, té o chocolates de diferentes categorías. Este es un aspecto esencial a tener en cuenta dentro de un coliving donde los usuarios pueden tener distintas necesidades dentro del mismo entorno”, Iparvending.

En un entorno de coliving, habrá demanda siempre que se ofrezcan productos variados, con un precio justo y de calidad. Siempre hay que realizar pruebas, y podemos basarnos en

otros establecimientos donde los productos más demandados incluyen snacks, bebidas, artículos de conveniencia y comidas preparadas.

Por supuesto, para personalizar al máximo la oferta y que esta atienda a las necesidades de los residentes es muy recomendable que dispongamos de herramientas para poder medir las ventas, los productos más vendidos, y disponer de un centro de atención en donde los clientes puedan solicitar sus pedidos y dejar sus recomendaciones.

“En MatiPay, creemos que los puntos de venta automatizados son ideales para espacios coliving y otros entornos diversos. Desde hace varios años, ofrecemos soluciones técnicas para el reparto automatizado de alimentos a través de frigoríficos inteligentes, un proyecto que está prosperando en Italia”, MatiPay.

En este sentido, por ejemplificar con soluciones que la restauración automática ofrece, las smart fridges brindan una variada gama de productos, desde comidas preparadas hasta comestibles y productos frescos -de la granja a la mesa-, adaptados a las necesidades del lugar. Es factible, confirman desde MatiPay, especializados en el desarrollo de sistemas de pago inteligentes, establecer una tienda totalmente automatizada con múltiples neveras inteligentes para satisfacer todas las posibles necesidades.

De hecho, en su caso lo pudimos comprobar en Venditalia 2024, escenario donde presentaron un nuevo Micromarket con caja automatizada, que permite la creación de tiendas desatendidas. Estas tiendas pueden integrarse con máquinas expendedoras, OCS, neveras inteligentes y estanterías abiertas.

Y aquí, ya estaríamos entrando en otro servicio adicional: la compra y recogida de productos sin tener que salir de tu edificio. Sin duda, pequeñas ciudades inteligentes que irán imponiéndose en estos años.

Tenemos restauración automática Premium... ¿cómo hacer del **servicio de agua** también **“Premium”**?



Se trata de crear un equilibrio perfecto entre calidad, disponibilidad, precio y usabilidad. Llevar a cabo una combinación de servicios automatizados de alta calidad con máquinas automáticas y córners premium. Esto permitirá a los residentes acceder a una amplia gama de productos y servicios, desde alimentos gourmet hasta snacks accesibles, todo en un entorno cómodo y eficiente.

Ya tenemos el servicio restauración automática Premium... ¿cómo hacer del servicio de agua también “Premium”?

Para conseguir tal fin, tal y como expresa Culligan, es fundamental establecer alianzas estratégicas con proveedores de café, agua y alimentos para ofrecer una experiencia integral y personalizada.

“Al trabajar juntos, podemos asegurar que los residentes tengan acceso a productos de alta calidad, frescos y variados, cubriendo todas sus necesidades diarias de manera eficiente y cómoda”, detalla la compañía especializada en servicio de agua.

EL MUST DE INNOVACIONES TECNOLÓGICAS EN SERVICIO DE AGUA

Los expertos en este campo opinan que las innovaciones tecnológicas cruciales incluyen dispensadores inteligentes que pueden monitorear y reportar el consumo de agua, sistemas de filtración avanzados que garantizan agua pura y segura, y aplicaciones móviles que permiten a los residentes personalizar sus preferencias de agua y recibir notificaciones sobre mantenimiento y reposición.

Estas tecnologías mejoran la comodidad, y al mismo tiempo, aseguran una gran experiencia de usuario.

¿SERVICIOS MÁS DEMANDADOS EN UN COLIVING?

“En un entorno de coliving, los servicios más demandados serían los dispensadores de agua filtrada y mineral, tanto fríos como calientes, para diversas necesidades como beber, cocinar, preparar café o infusiones”, responde Culligan.

Así, para personalizar la oferta de “vending”, es importante incluir una variedad de productos que satisfagan las preferencias de diferentes generaciones, como snacks saludables, opciones orgánicas o productos veganos. Aconsejamos ofrecer menús variados y

equilibrados que se adapten a las necesidades de todos los residentes. Esto incluiría opciones vegetarianas, veganas y sin gluten.

“Es esencial implementar controles de calidad rigurosos para asegurar que todos los alimentos y bebidas cumplen con los estándares sanitarios y nutricionales. El proceso incluye una selección cuidadosa de proveedores y una monitorización constante de la calidad de los productos”, Culligan.



Un **nuevo escenario** en el que será **crucial** establecer **grandes alianzas**



Un nuevo escenario en el que será crucial establecer grandes alianzas para responder de forma personalizada a los 3 grandes servicios de la distribución automática: café +agua+ alimentación...

Precisamente, así lo sostienen desde Culligan, para quienes resulta crucial establecer alianzas estratégicas con proveedores de café, agua y alimentos para ofrecer una experiencia integral y personalizada.

“Al trabajar juntos, podemos asegurar que los residentes tengan acceso a productos de alta calidad, frescos y variados, cubriendo todas sus necesidades diarias de manera eficiente y cómoda”, explican.

En esta línea, a juicio de Serunion, las alianzas se han quedado en valores añadidos como fuentes de agua, y alianzas con el diseño con los fabricantes de maquinaria: “Pero sería ideal poder llegar a generar esa línea de alianzas a futuro, aunque siendo realistas, es algo lejano”.

Desde su experiencia, confían en una internalización integral de todos los servicios ofrecidos; apostando así por tener todas las líneas de servicio Internalizadas: “Somos la única empresa del mercado que ofrece el 100% de las opciones gastronómicas producidas y controladas por nosotros mismos. Esto no solo ofrece una mayor seguridad a los usuarios; también permite una adaptación a la demanda total-

mente ágil, al no depender de los acuerdos de economías de escala de terceros”, explican.

VENDING+ CATERING= COMBINACIÓN GANADORA

Hablando de alianzas, quizás la más destacada en este nuevo modelo de negocio sea la de catering con vending, con el café como catalizador.

En este nuevo escenario, METRO24st mantiene su posición en que la alianza con una buena empresa de catering será crucial para el futuro de la restauración automática en las residencias.

“Sin calidad y variedad, no lograremos cap-

DISTRIBUCIÓN DE UN COLIVING



Rooftop
Compartidos

Apartamentos con cocinas y
salones compartidos

Lavandería y espacio de
fitness

Co- working, café-bar y
conserjería

Fuente de la imagen: Miller & Co, 2024

tar la atención de nuestro público objetivo”, arroja la compañía...

Trabajar estrechamente con proveedores de catering de alta calidad permitirá ofrecer una experiencia gastronómica superior, con el que podamos ofrecer un menú completo que incorpore aperitivos, platos completos, postres y un buen café de calidad, que marcará sin duda la diferencia.

Pero en cuanto a experiencia, no termina todo aquí; igualmente importante es proporcionar a los residentes un espacio cómodo donde puedan disfrutar de sus comidas o en su defecto, ofrecer facilidades para su transporte de manera práctica y segura.

“Desde nuestro punto de vista esto es ya una realidad, pero el café es el catalizador de una parte de la demanda de restauración, pero a su vez, las opciones en 5 gama lejos del producto commodity se ha tornado igualmente importante, ya que siempre pesa la percepción del usuario de tener cubiertas sus necesidades con una opción cambiante”, Serunion.

Una oportunidad para cualquier operador...

Operadores, grandes y pequeños, pueden aprovechar esta nueva tendencia, aquel más pequeño a través de un servicio especializado en entornos específicos, y los grandes, con su capacidad de completar un gran servicio y ampliar el foco.

El sector, que se ha adaptado de manera importante y clara a todos los cambios en los últimos 10 años, incluido obviamente el cambio de tendencia post pandemia, sigue lejos de un trabajo conjunto de alianzas internas, ya que sigue en muchos casos envuelto en una guerra de precios, mas que en marcar una nueva tendencia.

En este punto, volvemos a mencionar el poder de las alianzas. Por ejemplo, desde Iparvending confirman su apuesta fuerte

por proveedores que compartan los mismos principios; principios de calidad y sostenibilidad, en su caso.

“Es crucial para mantener los estándares de excelencia que les prometemos a nuestros clientes y usuarios. Uno de nuestros colaboradores más destacado es Nespresso. Gracias a la cultura de su café y a nuestra experiencia en cafeteras y maquinaria vending, podemos ofrecer al cliente una experiencia única con nuestros Coffee Corner”, Iparvending.



Innovaciones: La integración de múltiples servicios de pago

Antes de realizar cualquier innovación es necesario realizar pruebas periódicas de usabilidad; sobre todo, cuando hablamos de aplicaciones y sistemas de pago para garantizar una excelente experiencia de usuario y la inclusión. Se pueden llevar a cabo, por ejemplo, tutoriales y una sección de asistencia.

Le preguntamos a diversas compañías del sector del unattended por innovaciones tecnológicas que podrían llevarse a cabo, y que serían prácticamente cruciales, en la experiencia del coliving.

En el caso de Serunion, nos explican que la gestión en tiempo real de la demanda y los stocks desde los almacenes, pedidos en curso y máquinas, permiten poder mover la oferta a lo que realmente quiere el usuario de una forma mucho más personalizada.

De igual manera, desde METRO24st añaden la integración de tecnologías que permitan a los residentes interactuar cómodamente con los equipos automatizados, siendo imprescindible ampliar su experiencia incorporando plataformas donde puedan obtener más información sobre los productos que hay disponibles para conocer sobre alergias, valores nutricionales, sus ingredientes... y que disponga de una pasarela de pago digital que mejore la experiencia del usuario.

INTERCONEXIÓN DE LAS MÁQUINAS

La interconexión de las máquinas es otra innovación crucial para una experiencia coliving superior.

A este respecto, nos explican desde Matipay, su sistema incorpora telemetría, “proporcionando una amplia gama de funciones que mejoran las operaciones de vending. Los operadores pueden recibir alertas y notificaciones, realizar un seguimiento de los consumos y automatizar los procesos de reabastecimiento cuando los niveles de existencias son bajos. El sistema también controla las fechas de caducidad y bloquea las ventas de productos caducados”.

En efecto, las opciones de pago sin fisuras en los puntos de venta automatizados son otra innovación vital. Ofrecer sistemas de pago integrados para tarjetas de crédito, aplicaciones móviles y dispositivos NFC sin contacto es un *must* que no debe pasarse por alto en entornos como los coliving.

Más allá del pago, esas aplicaciones deben ofrecer algo más; por ejemplo, detalles del producto, información sobre ingredientes y alérgenos, fechas de caducidad e imágenes del producto. Y por encima de ello, una experiencia completamente personalizada, donde los *colivers* puedan participar en actividades de marketing, como promociones, programas



de fidelización y encuestas, y acceder a servicios adicionales dentro del coliving, opciones de entrega y la compra de tarjetas regalo...

“Los pagos sin contacto y las billeteras digitales que usamos en Loomis Pay, como Apple Pay y Google Wallet, permiten transacciones rápidas y seguras, eliminando la necesidad de efectivo”, Loomis Pay.

(Datos propios de Hostelvending relativos a 2022)



Así es, los programas de lealtad digital y recompensas fomentan la fidelidad del cliente y aumentan el uso repetido, mientras que los sistemas de pagos recurrentes y suscripciones ofrecen conveniencia y un flujo de ingresos estable.

Ejemplificando con soluciones concretas, las máquinas automáticas, córners de café y neveras inteligentes equipadas con terminales de pago integrados facilitan una experiencia fluida y mejoran la eficiencia operativa.

Además, detalla Carlos Abenia, Key Account Manager en Loomis Pay, los sistemas de pago biométrico, que utilizan reconocimiento facial o huellas dactilares, ofrecen un alto nivel de seguridad y una experiencia de usuario sin fricciones.

En este sentido, Loomis Pay permite la integración de múltiples métodos de pago, ofreciendo mayor flexibilidad y simplificando la gestión. "Los sistemas que utilizamos de códigos QR y NFC permiten pagos rápidos y fáciles, ideales para entornos de autoservicio", señala.

Aceptar criptomonedas y utilizar la tecnología blockchain en un futuro no lejano proporcionará seguridad avanzada y transacciones transparentes, atrayendo a usuarios tecnológicamente avanzados.



Abanderando la seguridad de las transacciones



Innovación, un concepto que debe abanderar este tipo de espacio. En ese sentido, ¿están trabajando en la integración de múltiples servicios de pago en una sola aplicación las compañías desarrolladoras de software y métodos de pago?

Desde Loomis Pay nos explican que, si bien de momento no están usando app, sí que, a través de compañías operadoras como Delikia, quieren integrar este tipo de herramientas; "pero de momento aun no podemos exponerlo porque estamos en periodo betamatipay: Nuestra aplicación ya integra varios servicios de pago, incluidas las compras con tarjeta regalo y el comercio electrónico", nos confirman.

"Nuestra aplicación integra perfectamente estos servicios con diferentes opciones de pago: los usuarios pueden pagar con un monedero virtual (con dinero en efectivo en máquinas expendedoras, tarjetas de crédito, PayPal, Apple Pay, GPAY o vales de comida) o directamente con tarjetas de crédito", Matipay.

SOLUCIONES DE PAGO INTEGRADAS PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL USUARIO

Las soluciones de pago integradas enriquecen la experiencia del usuario al ofrecer una tienda online con entrega en espacios coliving y un amplio catálogo de tarjetas regalo. Estos servicios, combinados con una tienda física dentro del espacio coliving, podrían ser accesibles a través de una única aplicación.

En concreto, las soluciones de pago integradas pueden transformar la experiencia del usuario de diversas formas:

1. Conveniencia: Imagina poder pagar por cualquier servicio o producto en tu coliving con solo deslizar tu móvil, smartwatch o tarjeta. Se trata de hacer que cada transacción sea rápida, fluida y sin complicaciones, eliminando la necesidad de efectivo y adaptándonos al estilo de vida actual.

2. Seguridad a la vanguardia: La seguridad debe ser la prioridad. En Loomis Pay, sus sistemas ofrecen autenticación biométrica y cifrado de datos de última generación, con lo que aseguran que las transacciones sean siempre seguras y pro-

tegidas contra cualquier riesgo.

3. Flexibilidad adaptada a TI: Desde tarjetas bancarias hasta billeteras digitales y criptomonedas, es necesario brindar la libertad de elegir cómo pagar. Personalizar las soluciones para que se ajusten a cada preferencia individual.

4. Control financiero y gestión inteligente: No se trata solo de pagar, sino de poder gestionar el dinero de forma inteligente.

“Ofrecemos herramientas avanzadas de gestión de gastos y generación de informes, ayudándote a mantener un control preciso de tus finanzas personales desde la palma de tu mano”, Loomis Pay.

5. Eficiencia operativa: A fin de cuentas, las empresas especializadas en sistemas de pago deben simplificar la vida tanto para residentes como para operadores de coliving. Automatizar procesos administrativos y finan-

cieros, mejorar la eficiencia operativa y liberar tiempo para lo que realmente importa: una experiencia de vida excepcional.

MEDIDAS DE SEGURIDAD PARA PROTEGER LAS TRANSACCIONES

Principalmente, las transacciones deben cumplir las normas PCI-DSS. Otra de las claves podría ser asociarse con entidades adquirentes de confianza que mantienen altos niveles de seguridad.

“No almacenamos ningún dato de pago del usuario; todos los datos son almacenados de forma segura por la entidad adquirente, lo que minimiza la exposición”, Matipay.

Además, detallan desde Matipay, las aplicaciones han de estar al día en cuanto a las políticas de privacidad y el GDPR para el almacenamiento y uso de datos, garantizando la privacidad y seguridad de los datos del usuario.

Ya tenemos la seguridad, y ahora, ¿cómo se

garantizar que los sistemas de pago sean intuitivos y fáciles de usar para todas las generaciones?

Para ello, el enfoque ha de centrarse en diseñar interfaces amigables con el usuario y procesos paso a paso que guían a los usuarios a través de cada transacción de manera clara y sencilla.

Además, ofrecer capacitación y soporte continuo para asegurarnos de que todos los usuarios, independientemente de su edad, puedan utilizar nuestros servicios con confianza.

Adaptar los sistemas para ser accesibles desde una variedad de dispositivos, y recopilamos feedback regularmente para mejorar la usabilidad y la experiencia del usuario.

¿Qué ejemplos de **Coliving** podemos encontrar en **España**?



Ya tenemos clara la teoría; ahora, vayamos a la práctica. ¿Cómo son estas pequeñas ciudades inteligentes?, ¿dónde y cómo las podemos encontrar en nuestro país?

Si bien aún queda mucho recorrido de cómo funcionara este tipo de espacios, pero es una tendencia al alza. En los espacios coliving, la

integración de la restauración automática o corners de autoservicio junto con la tecnología nos brinda una oportunidad de innovación, así como nuevas oportunidades de consumo que el canal tiene que adaptarse a ello.

Sobre todo en la Costa del Sol, los coliving son una tendencia de rabiosa actualidad.

Y es que Málaga se ha convertido, no solo

en el destino turístico deseado por todos, sino en una ciudad donde vivir durante largas temporadas.

Aquí nos encontramos ejemplos como Nordik, quienes han roto con el modelo tradicional para crear una propuesta que permite al usuario independizarse y sentirse como en casa conectando, al mismo tiempo, con otras personas. Personas afines a ti y personas por descubrir.

Todo ello, bajo dos premisas: tener todo lo que necesitas al alcance y no pagar precios desorbitados.

“Entrando cuando realmente necesitas, sin necesidad de depósitos raros y con todo lo que necesitas incluido en el mismo precio (desde 499€) para no llevarte sorpresas a final de mes. Además, creemos en la importancia del networking y eventos para que pertenezcas a la “tribu”, explican desde el coliving malagueño.

Normalmente, el precio del alquiler incluye comunidad y mantenimiento en caso de incidencias. Junto al precio del alquiler, hay cuota que incorporan todos los gastos de suministros (agua, electricidad, internet, gas natural).

Otro ejemplo de coliving en la ciudad del sol es THR, que nace con la ambición de ofrecer al usuario la estancia que mejor se adapte a él.

¿QUÉ ESTÁ INCLUIDO EN LA ESTANCIA?

Todo. Se trata de romper con el modelo más tradicional de residencias o alquileres para que puedas el coliver pueda sentirte como en casa; en un hogar totalmente equipado y amueblado con diseño escandinavo con todo lo necesario



Mesa Coworking
99€/mes



Gimnasio
59€/mes



TaxiTransfer
29€/ida



Mudanza
15€/h



Lavado y Planchado
15€/h



Limpieza Extra
15€/h



Peluquería
próximamente



Almuerzos
próximamente



Fisioterapeuta
próximamente

para tener una estancia emocional y completa.

¿RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA A MODO DE SUSCRIPCIÓN?

Al igual que ocurre con otros servicios, ¿por qué no aplicar servicios adicionales y de valor como pudiera ser la restauración automática a modo de suscripción?

Dependiendo del tipo de suscripción (tarifa básica, estándar y prime), el usuario tendría diferentes servicios disponibles y tipología de habitaciones, promociones adicionales, variedad de cafés en los coffee corners...

“Además de todo lo que te ofrece la ciudad a la que te mudas, lo que persigues es conocer gente que te “sume” a tu vida, ya sea en el ámbito personal o profesional”, THR Coliving.

“También se ha de favorecer la convivencia. Comprueba que se organizan actividades lúdicas con los colivers y/o que existen zonas comunes que favorezcan las interacciones”, Nordik.

EJEMPLOS DE ZONAS EN LAS QUE LOS PROFESIONALES DEL VENDING YA TRABAJAN DE ESTA TIPOLOGÍA

Serunion ya opera con las principales sedes residenciales del modelo Coliving en España (Livensa y Resa) que se salen del modelo residencial al uso, con un formato de servicios que cubre desde el renting de equipamiento en los apartamentos, oferta culinaria 24 horas, y servicios dirigidos a segmentos de edad desde los 16 años a los 45.

De igual forma, desde Iparvending también están presentes ya en varios coliving. Para ello, adaptan y diseñan el punto de venta al espacio de preferencia, realizan muebles a medida con la máquina más óptima para cada ubicación del coliving.

“Además, disponemos de máquinas de todos los tamaños y trabajamos con servicio Coffe Corner Gourmet con todas nuestras variedades en cuanto a selecciones de café”, señala el operador.

Aunque en METRO24st no gestionan directamente espacios de coliving, sí ofrecen la tecnología necesaria para que estos espacios puedan integrar la distribución automática de

manera efectiva.

“La distribución automática puede integrarse en los espacios de coliving convirtiéndose en un punto de encuentro para los residentes, donde pueden encontrar una solución de micromarket exclusiva y disponible las 24 horas del día, sin suponer un mayor coste en personal y mejorando la comodidad de todos los residentes”, METRO24st.

Así, desde Culligan, consideran que los espacios coliving suponen una gran oportunidad de crecimiento. La distribución automática se integra perfectamente en estos espacios al proporcionar acceso constante a agua purificada y otros servicios de vending, optimizando así la comodidad y la eficiencia para los residentes.

“Aún no estamos presentes en estos espacios, pero es un segmento en el que nos gustaría trabajar a corto plazo”, Culligan.

Conectividad, rapidez y fiabilidad: claves de digitalización de los pagos en las pymes



La digitalización de los pagos cuenta ya con una penetración del 80% entre las pymes españolas. Uno de los motivos es que ofrecen una mayor seguridad en el cobro.

Cada vez son más las empresas nacionales las que apuestan por la transformación digital como el motor para crecimiento de su negocio. Una realidad que implica toda una gama de procesos rutinarios de logística y transporte, suministro de materias primas y relación con proveedores, entre otros. Así, el 30% de las empresas familiares afirma que la transformación digital es su mayor reto, tal y como recoge una investigación de Mastercard.


En lo vinculado a los sistemas de pago, alrededor del 80% de los pequeños negocios en España ya acepta pagos digitales; apoyándose en beneficios como una mayor seguridad en el cobro.


Así lo confirma un estudio de VISA y Dynata que también sostiene que, para el 54% de estas empresas, digitalizar los pagos se traduce en un aumento del volumen del negocio entre un 6% y un 15%.




5 GRANDES CLAVES PARA ESCOGER EL MEJOR PROVEEDOR DE SOLUCIONES DE PAGOS DIGITALES


Para que las pymes españolas puedan optimizar los procesos de pagos y ofrecer a sus clientes una experiencia de consumo más enriquecida, podríamos enunciar 5 grandes claves para elegir el mejor proveedor de soluciones digitales:

 Sin tiempo que perder, una instalación rápida: En primer lugar, lógicamente, necesitamos recibir lo antes posible el terminal de pago desde que se ha solicitado, y que este proveedor incluya la instalación del mismo, y del software.


 Seguridad a gogó y la fiabilidad del pago: A la hora de elegir el proveedor, también debemos atender de servicio, así como de los servidores independientes. Así, el negocio permanece activo sin ningún tipo de incidencia

que se pueda dar de forma centralizada. Por otro lado, la encriptación es fundamental, pues dará ese punto extra a la protección del big data del usuario.

 Un cliente atendido 24/7 desemboca en un servicio eficaz: Y más aún cuando hablamos de negocios unattended como la distribución automática, contar con el proveedor en cualquier momento y de manera eficiente es un factor muy valorado por operadores y dueños de negocios, puesto que la posible pérdida de una venta o en servicio se queda en anécdota cuando cualquier error se solventa en tiempo real.

 Conectividad: Lo hemos dicho en numerosas ocasiones, en retail automático -así como en cualquier otro comercio-, la conectividad es vital. "Tener un terminal de pago con multisim, capaz de pasar de conectividad 4G a la red wifi, es una garantía de que el pago se produce satisfactoria e instantáneamente",

como explican desde Dojo. Se trata de un valor diferencial que agiliza el servicio en negocios con altos picos de trabajo, como ocurre en la hostelería y la restauración.

 **Procesamiento de pagos al día siguiente y todos los días de la semana:** Tener acceso al dinero en la cuenta bancaria del negocio de manera inmediata, sin necesidad de esperar hasta el comienzo de la semana o después de un día festivo, es una característica crucial al elegir proveedores de soluciones de pago digitales.

Esta capacidad permite a los negocios con ingresos más modestos mejorar su independencia y planificación financiera. Es esencial verificar este aspecto con el banco del negocio, ya que no todas las entidades bancarias ofrecen este servicio.



Efectivo, ¿abocado al fracaso? Conviviendo en un mundo digital



¿De qué manera convivirán el dinero físico y digital? ¿Se convertirá el cash en una reliquia del pasado o continuará teniendo mucho peso en nuestra vida financiera?

El debate sobre el futuro de la tipología de pago no hace más que acrecentarse. Y es que, si bien el efectivo ha reinado durante mucho tiempo el ranking de los sistemas de pago, la aparición de nuevos métodos -más cómodos, ágiles y globalizados- han ido cambiando nuestra percepción del valor de las transacciones, cambiando el peso de la balanza en beneficio de los sistemas digitales.

Todo ello, lógicamente, ha tenido también su efecto en negocios como el unattended, que abanderó en realidad las innovaciones en materia de pago.

Ahora bien, lo cierto es que aún parte de la población continúa sintiéndose más cómoda utilizando el dinero en efectivo, por lo que esta transición, por otra parte inevitable, ha de aplicarse de forma lógica y amigable para toda la

población. Entonces, ¿pueden convivir todas las formas, cash y cashless?

UNA COEXISTENCIA ACTUAL INEVITABLE

En realidad, tanto el efectivo como el dinero digital presentan sus propios beneficios y hándicaps, por eso, tal y como sostienen desde Automated Transactions, “es poco probable que uno reemplace por completo al otro en el corto plazo”.

Por un lado, el dinero en efectivo desprende una sensación de tangibilidad y anonimato que muchas personas valoran a positivo; por otro, los pagos contactless ofrecen conveniencia y acceso inmediato mediante plataformas electrónicas.

Asimismo, todo indica a que sendos métodos convivirán en el futuro, cada uno, empleándose en diferentes contextos y propósitos. Por eso es tan importante la convergencia en el mundo del pago.

Claro que, esta convivencia y la supervivencia del efectivo hay que cogerla con pinzas, porque su uso y percepción van a cambiar. Con la democratización de las tecnologías como las tarjetas de crédito y débito, las apps y wallets móviles y, en última instancia, las criptomonedas y el pago

biométrico, lógicamente el uso del cash disminuye notablemente.

No obstante, “el efectivo seguirá siendo popular en ciertas situaciones, como compras en efectivo, propinas y transacciones informales entre amigos y familiares. Por ejemplo, en mercados locales o en pequeñas tiendas, el efectivo sigue siendo la opción preferida”.

¿Y EN VENDING?

En toda Europa, los sistemas de pago sin efectivo están instalados en alrededor del 75% de las máquinas automáticas.

Comparando el 2023 con el año anterior, los datos revelan un aumento del 3% en los pagos digitales, indicando un cambio constante hacia métodos más modernos y eficientes.

Tal y como recogen desde compañías operadoras como Delikia, en 2023, el 43% de las ventas totales en máquinas expendedoras se realizaron a través de TAG o aplicaciones móviles, mientras que el 10% se concretó mediante tarjetas de crédito o débito.

Juntas, estas cifras representan un 53% del total de pagos, consolidando la posición del pago digital como una fuerza dominante en el mundo del vending.

La **conectividad** entre **superautomática** y **molino de café** para **eliminar la formación** de la ecuación



La conectividad entre máquina y molino de café simplifica la preparación del espresso, aporta mayor calidad en taza y, al mismo tiempo, soluciona los problemas de la rotación y formación del personal.

Nos encontramos de lleno en una era en la que la excelencia en la preparación del café es un requisito cada vez más extendido entre los usuarios finales.

En esta etapa, lógicamente, han surgido todo un arsenal de soluciones e innovaciones que llegan para facilitar a las empresas y profesionales la consecución de dicha calidad; una calidad constante que se consigue con la automatización de los procesos.

Máquinas superautomáticas y semiautomáticas con esa dosis de tecnología, elegancia y, sobre todo, mucha inteligencia; molinos gravimétricos que miden de forma exacta la dosis de café molido deseada... todo ello, unido con el concepto que quizás más se repite en los últimos años: la conectividad.

La conectividad entre todas las soluciones, en este caso, máquina y molino, optimiza y

hace más sencillo todo el ritual de preparación del café, mejora la calidad y consistencia en cada bebida y, sobre todo, viene a responder los continuos problemas de la formación y la rotación del personal en cafeterías -uno de los mayores hándicaps a los que se enfrenta la hostelería-. Todo ello tendrá su eco en la satisfacción y experiencia del cliente.

En ferias de renombre para el canal horeca como HIP en España, o Host in Italia, hemos sido testigos de las constantes innovaciones que el sector tiene por ofrecer; sobre todo, desde el lado de los profesionales de la restauración automática.

Esa comunicación abierta y fluida entre la máquina y sus accesorios permite, como decíamos, que todo el proceso se simplifique. Pero sobre todo, se trata de la experiencia, de hacer del consumo de café un momento que, gracias a la exactitud de las superautomáticas, se repite una y otra vez, si así lo desea el usuario.

La necesidad de conectar la máquina con el molino para gestionar los parámetros dependientes de ambos elementos ha estado pre-

sente en el mercado durante algún tiempo.

Hace años, varios fabricantes introdujeron soluciones de interconexión que siempre enfrentaban las limitaciones del complejo control de los gramos de las dosis de café.

Por ello, la llegada de la tecnología de molinos gravimétricos, comentan los profesionales del sector, ha dado otro impulso a este desafío.

LA LUCHA POR LA EXCELENCIA Y CONSISTENCIA EN CADA TAZA

La principal meta de la hostelería, enfocada en el café, es ofrecer una calidad óptima en cada taza y mantener esa consistencia en todos sus servicios.

Esta es la mejor manera de fidelizar a los clientes, asegurándoles que disfrutarán del mejor sabor y aroma en cada taza que tomen en su cafetería. Para garantizar esa calidad, es fundamental controlar todos los parámetros que influyen en una correcta extracción del café, como la cantidad de café molido, el volumen de líquido extraído y el tiempo de extracción.

Y como sabemos, algunos de estos parámetros son difíciles de controlar en la mayoría de

los casos.

Tal y como trasladan los tostadores, en muchos molinos, cambiar el punto de molido afecta la dosis, lo que requiere un nuevo ajuste. Por esta razón, mantener todos los parámetros bajo control exige que el personal esté muy bien capacitado, sea capaz de gestionar todas las variables y ajustarlas adecuadamente.

Y SE SUMA EL HÁNDICAP DE LA ROTACIÓN DE PERSONAL

Retomando el párrafo anterior, decíamos que para que todos estos parámetros se cumplan a rajatabla (en cada servicio) es crucial que el personal esté más que capacitado y formado. Pero lo cierto es que esto es un problema al que se enfrentan prácticamente todas las empresas dedicadas al café y la hostelería.

El servicio de café es uno de los que mayor rotación de personal presenta: por un lado, no es tarea fácil encontrar personas dispuestas a trabajar en este sector y, además, muchos de estos empleados no suelen permanecer mucho tiempo en el mismo lugar.

Esto provoca que invertir tiempo en la formación de baristas no sea, normalmente, la solución más deseada.

Frente a ello, nos topamos con la solución en mayúsculas, la implementación de superautomáticas de bebidas.

Simplifican el proceso de preparación al requerir solo presionar un botón, o la misma pantalla, y sobre todo, aseguran que toda la retahíla de desafíos (parámetros de preparación, formación y rotación) queden resueltos en una misma solución.

Claro está, requerirá una mayor inversión inicial y por supuesto su servicio técnico preventivo -que ya se suele incluir en la compra de la misma-; pero hagamos números: el retorno y la estabilidad están más que asegurados.

Así, cada vez más fabricantes de máquinas de café han escrito estas necesidades en su whiteboard y han lanzado soluciones basadas en la automatización y la calidad de servicio, y que permiten borrar el elemento de la formación de la suma.

Con estas máquinas, cualquier usuario puede preparar un espresso de calidad en segundos, sin tener que invertir en dicha formación.

Estas máquinas espresso, ya sean superautomáticas o semiautomáticas, aseguran el volumen de líquido, la presión de erogación y la temperatura idónea en cada taza. Por su parte, los molinos automatizados permiten ajustar la dosis ideal de cada bebida.



¿Es la **hibridación** la nueva norma de la distribución automática?

Hibridación, la palabra de moda actualmente. Entendida como la integración de elementos dispares para crear algo nuevo y mejorado, se ha convertido en una norma esencial en la industria de la distribución automática.

Aplicado al campo del unattended, la hibridación energética es uno de los ejemplos más evidentes, donde la electrificación complementa o incluso reemplaza a los combustibles fósiles. Esta transición hacia fuentes de energía más limpias, además de responder a la necesidad de reducir nuestra huella de carbono, promueve la innovación en el uso de materiales sostenibles.

Materiales de origen vegetal están ganando terreno como alternativas viables a los derivados de hidrocarburos, marcando un cambio significativo en la producción y consumo responsables.

Por otro lado, el ámbito laboral no ha sido ajeno a esta transformación. La pandemia ha acelerado la adopción del teletrabajo, los espacios de coworking y el trabajo a distancia, obligando a las empresas a replantear sus modelos organizativos.

Esta hibridación del trabajo genera nuevas expectativas en torno a la flexibilidad y el bienestar de los empleados, quienes ahora demandan entornos más adaptables y saludables. Una evolución en la que la distribución automática tiene mucho que decir con sus servicios personalizados.

NUEVOS HÁBITOS ALIMENTARIOS

Lógicamente, la hibridación también redefine nuestros hábitos alimentarios. En un contexto donde el picoteo se asocia frecuentemente con una mala nutrición y el aumento de la obesidad, la demanda de productos más saludables ha crecido.

Estos nuevos productos son menos azucarados, más naturales y funcionales, enriquecidos con oligoelementos y vitaminas.

Además, el consumo de proteínas vegetales se ha popularizado, encontrándose cada vez más en bebidas y cafés, respondiendo a una necesidad creciente de opciones alimenticias más equilibradas.



En el campo tecnológico, la inteligencia artificial (IA) es hoy una herramienta clave para simplificar y flexibilizar las prácticas actuales.

La IA promete optimizar procesos; pero también la posibilidad de personalizar la experiencia del usuario en vending, adaptándose a las preferencias y necesidades individuales.

Con todo lo anterior, es más que evidente que el vending no está exento de estos cambios, ni debería. Las transiciones ecológica y alimentaria son inevitables, y el sector debe responder con contundencia.

La restauración alternativa, como complemento a las pausas para el café y el momento de re-conexión, es una necesidad apremiante; destinada a hacer el entorno laboral más cómodo y eficiente. Adaptarse a estas “nuevas realidades” es crucial para convertirlas en oportunidades, optimizando la rentabilidad y creando valor.

En este sentido, tal y como recoge F&CM, el Le Forum -donde se llevará a cabo la EVEX 2024-, será un punto de encuentro crucial para

abordar estas nuevas realidades.

Las organizaciones que lo llevan a cabo (la EVA y la NAVSA, en colaboración con F&CM) presentarán sus visiones y estrategias para abordar los retos de la hibridación en el sector, ofreciendo orientaciones claras y sugerencias para afrontarlos con éxito.

La hibridación, lejos de ser una moda pasajera, se convierte así en una norma que redefine múltiples aspectos de nuestra vida, impulsando cambios que prometen un futuro más sostenible y adaptativo. En el vending, como en muchos otros sectores, abrazar esta transformación es vital para prosperar en el nuevo paradigma que se nos plantea.



¿Eres una empresa de vending?

Somos el partner que estás buscando.

Somos Culligan.

Hemos estado ayudando a la gente a disfrutar del recurso más esencial de la vida desde 1936.

Hoy en día, somos un líder mundial en agua con productos y servicios que atienden a más de 150 millones de clientes cada año.



Más de 20k

Visitas por día



Escanea para más info

14K+

Empleados



90+ Países

con operaciones directas e indirectas



Díselo con flores... **de vending.** León acoge la **segunda máquina de ramos de flores**



La máquina expensora supone la segunda de su tipología en España. La implementada en León contará con doce productos distintos, disponibles las 24 horas del día.

No es la primera vez que escuchamos hablar de máquinas de vending que dispensan auténticas creaciones en ramos de flores. Para algunos, un salvavidas de última hora.

La innovación en este tipo de máquinas ha sido impulsada por la compra en origen y la buena conservación de las flores, manteniendo siempre la cadena de frío.

Este enfoque asegura un alto estándar de calidad a buen precio y un control total de la flor desde que se corta hasta que llega al cliente. Un servicio de atención al cliente ágil y eficaz es esencial para las empresas gestoras de servicios de vending en este segmento.

Las flores, al igual que cualquier otro pro-

ducto del mercado, deben adaptarse a las necesidades del cliente. Así, se ha creado un canal de venta que complementa a las floristerías convencionales mediante expendedoras automáticas de ramos de flores.

La colocación de estas máquinas en centros comerciales, hospitales, aeropuertos, cementerios y otras zonas estratégicas garantiza el suministro de ramos frescos cuando y donde el consumidor los requiera.

Principalmente, el objetivo de muchas empresas que se dedican a este sector es llegar a acuerdos con floristerías locales para continuar su expansión; para otras, ofrecer un complemento a un modelo de negocio que no tiene por qué estar vinculado. Sea como fuera, la instalación de estas máquinas en ubicacio-

nes estratégicas ofrece una solución innovadora en un mercado donde aún no existe competencia directa.

En el caso de implementarse en las floristerías, se prevé que las sean estas quienes gestionen las máquinas mientras los operadores se dedican a proveer las flores.

LA SEGUNDA MÁQUINA DE FLORES EN ESPAÑA SE ENCUENTRA EN LEÓN

En el caso de León, una empresa de venta de flores en el centro de la ciudad contará con doce productos diferentes disponibles 24/7. Los leoneses podrán comprar y regalar ramos de flores en cualquier momento del día sin tener que estar limitados al horario de la floristería.

En concreto, la máquina 'bouquetmat kiwiatomat' llegará en las próximas semanas al centro de León, ubicada en la calle Julio del Campo, siendo la segunda de su tipo en España

después de la instalada en Pontevedra.

La instalación corre a cuenta de León Flor, una céntrica floristería que ha contactado con la empresa polaca Eldrut y la distribuidora Anna Kwiatomat para colocar la máquina expendedora junto a la plaza de la Inmaculada.

Laura Prieto, responsable del negocio, reconoce que es «un poco experimento» y espera que sirva para completar su oferta en momentos en que no tienen venta presencial. «Queremos dar el servicio porque mucha gente nos llama en domingos, festivos o a mediodía y necesita un ramo para ya», explica Prieto. Tras conocer el éxito en Pontevedra, decidieron que era una buena idea, a pesar de la inversión considerable que implicó traer la máquina a León.

VENTAJAS DE LAS MÁQUINAS EXPENDEDORAS DE FLORES

- Proximidad y acceso fácil para los consumidores.
- Punto de venta abierto 24/7, 365 días al año.
- Costes reducidos en el punto de venta.
- Flujo de caja positivo, con un negocio autofinanciado.
- Comercio efectivo.

Debido a la naturaleza perecedera de las flores, es crucial mantener una visión constante del estado de las máquinas. Por ello, las expendedoras suelen contar con un software para controlar su funcionamiento, permitiendo monitorear en tiempo real el stock, la fecha de caducidad de los ramos, las ventas, estadísticas y posibles incidencias.





Las **superautomáticas** implementan teclados para **personas con discapacidad**, ¿lo hace la cafetería tradicional?

¿Son inclusivas las máquinas de café automáticas? La respuesta la encontramos en sus teclados: Ya hay compañías fabricantes que desarrollan pantallas y teclados para personas con discapacidad visual.

Aunque no es la primera vez que el sector de vending apuesta por un servicio inclusivo, pues desde hace años encontramos máquinas expendedoras adaptadas para este nicho de mercado y que, al mismo tiempo, ayudan a cubrir las demandas, servicios, actividades, de movimientos asociativos de personas con discapacidad.

Así, las empresas que deciden colocar estas máquinas en sus instalaciones también se

involucran en un proyecto solidario de una manera sencilla haciendo de un metro cuadrado una fuente de compromiso con el colectivo y brindando una gran imagen corporativa.

Ahora, este espíritu inclusivo se traslada a la innovación más destacada del OCS, y cada vez de más modelos de negocio: las superautomáticas de bebidas.

En concreto, el gobierno de la provincia de Drenthe, en los Países Bajos, junto con 3D Ambacht, ha desarrollado un molde innovador que permite a las personas con discapacidad visual seleccionar la bebida deseada en una máquina de café mediante el tacto, denominado CoffeeBoy.

Este molde consiste en una tapa con texto

en relieve impreso en 3D, facilitando la correcta elección del café.

Además, está disponible en un color verde brillante, lo que lo hace fácilmente visible para personas con discapacidad visual. Animo, fabricante de máquinas de café, ha decidido incorporar esta innovación en sus modelos, promoviendo así la inclusión y permitiendo que estos consumidores puedan utilizar el dispensador de manera autónoma.

Todos valoramos nuestra independencia, nuestra autonomía; por eso es tan importante este tipo de desarrollos. Ahora, todas las personas pueden tener su taza de café, cuando quiera y según sus necesidades; hacer suyo el momento y de nadie más.

ECONOMÍA



El valor añadido y las experiencias del cliente impulsan un 40% del crecimiento del **foodservice**



OFRECER UN SERVICIO DE EXPERIENCIAS Y EL VALOR AÑADIDO QUE DEMANDA EL CONSUMIDOR SUPONE EL 40% DEL CRECIMIENTO DE UN NEGOCIO DE RESTAURACIÓN. EN CUANTO A FOODSERVICE SE REFIERE, EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ESPAÑOL CONTINÚA REGISTRANDO ESTE 2024 UNA LÍNEA CONTINUISTA RESPECTO AL AÑO ANTERIOR.

El inicio de este año fue similar en términos de precios para la restauración si lo comparamos con los últimos 24 meses; es decir, han ido incrementándose hasta mantenerse en una inflación interanual próxima al 5%, según recoge los datos del panel CREST recogidos por Circana. No obstante, la subida de precios en el retail de alimentación y bebidas (no alcohólicas) ha ido ajustándose paulativamente hasta quedar por debajo de dicho porcentaje.

Sobre estas cuestiones de precio, la percepción del usuario final -en restauración- está sujeta a esa dinámica y ha impulsado que el consumidor ajuste su comportamiento

de consumo tanto en bares como en restaurantes españoles. De esta forma, surgen dos consecuencias:

RACIONALIZACIÓN DE LOS MOMENTOS ENTRE HORAS

Actualmente, el consumidor en España prioriza las ocasiones de consumo principales y son los momentos de comidas y cenas donde intenta mantener su frecuencia de consumo.

Por otro lado, a diferencia de años atrás, renuncia a hacer algunas ocasiones de consumo adicionales como aperitivos, brunch, meriendas o desayunos out of home durante el fin de semana.

El efecto neto ha provocado que en lo que va de año (entre enero-abril 2024) hayan surgido un -0.4 % menos de ocasiones de consumo en la restauración española que en el mismo periodo de 2023.

Todo ello, ha dado lugar a un impacto diferente por categoría de consumo, siendo las bebidas frías las más penalizadas – caen un 2 % de ocasiones de consumo – debido a su mayor presencia en estos momentos entre horas, mientras que las bebidas calientes han subido un 2,5 % de visitas.

TRANSFERENCIA A LA RESTAURACIÓN DE MARCA

Pero no todo son malas noticias, porque, en este contexto de ajuste, el consumidor español incrementa un 1,5 % el número de visitas que ha hecho a algún establecimiento de restauración de marca (12 millones cerrados a abril 24).

Esto ha desencadenado que la restauración de marca en España crezca un 0,3 % de

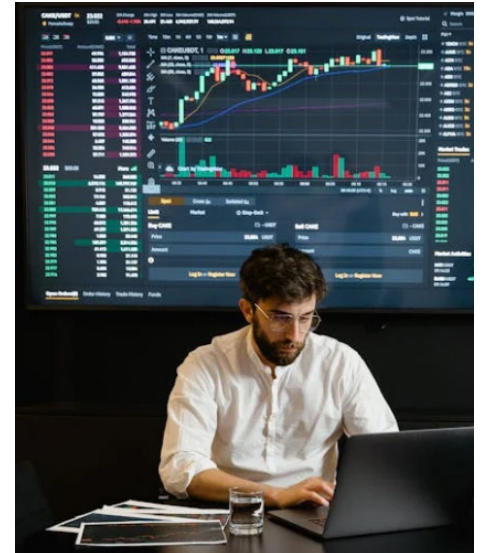
cuota de valor, alcanzando el 29,5 % de todo el gasto que los consumidores han realizado en restauración comercial durante 2024.

En concreto, el crecimiento de la restauración de marca es motivado por el aumento del número de establecimientos: Los grupos de restauración han abierto casi un 5 % más (crecimiento neto) de negocios en el último año; sobrepasando ya los 15.100 locales en el país.

“Seguir abriendo nuevos establecimientos que permitan aumentar la cobertura nacional es una necesidad clave para la restauración en España, pero no es suficiente. El 30 % del crecimiento de las cadenas de restauración proviene del desarrollo e implementación de estrategias que atraen a más consumidores e incrementan la rotación” explica Eurne Uranga, vicepresidenta Foodservice Europa en Circana.

“Por tanto si queremos crecer de forma saludable necesitamos no solo expandir nuestra huella, sino que también es impres-

cindible escuchar y entender activamente qué quiere el consumidor hoy y qué tipo de ocasiones está realizando en nuestros bares y restaurantes, tanto en el local como cuando utiliza los canales del takeaway como el delivery, que recordemos que en España suponen ya el 25 % del gasto hecho en food-service” concluye.



El sector de comida rápida aumenta su facturación con 5.300 millones de euros en 2023

Las ventas en el mostrador representaron el 74% del total de facturación, experimentando un incremento del 12%, una cifra ligeramente superior al 9% registrado por los ingresos del servicio delivery.

El sector de comida rápida vuelve a crecer en España y Portugal por tercer año consecutivo. Con una valoración ascendente a los 5.330 millones de euros, el sector alcanzó un incremento del 10,9% en comparación con el año anterior, según los datos recopilados por el Observatorio Sectorial DBK de INFORMA.

Este crecimiento continúa la tendencia al alza que se había observado en años anteriores, con aumentos del 27% en 2021 y del 22% en 2022.

La dinámica positiva del mercado se atribuye principalmente a varios factores. En primer lugar, la prolongación del aumento en los pedidos para llevar y la entrega a domicilio ha contribuido significativamente a la facturación.

Además, se ha superado el nivel de consumo en sala previo a la pandemia, lo que ha impulsado aún más las ventas.

Por último, el incremento de los precios tam-

bién ha jugado un papel importante en el crecimiento del valor del mercado.

En cuanto a las ventas por modalidad, las ventas en mostrador experimentaron un aumento del 11,6%, alcanzando los 3.930 millones de euros. Por otro lado, el servicio de entrega a domicilio mostró un crecimiento más moderado del 8,9%, generando ingresos por valor de 1.400 millones de euros, lo que representa el 26% del negocio total.

Analizando por tipo de establecimiento, las hamburgueserías lideraron el crecimiento con un aumento del 12,4%, alcanzando los 3.175 millones de euros en ingresos.

Por su parte, las pizzerías y las bocadillerías registraron tasas de crecimiento más modestas, situadas en el 7% y 4,8% respectivamente, generando 840 millones y 545 millones de euros en ingresos.

El grupo de otros establecimientos, que

incluye una variedad de opciones, incrementó su facturación en un 14,1%, alcanzando los 770 millones de euros.

A pesar de estos crecimientos positivos, se prevé una tendencia de desaceleración en los próximos años, en un contexto marcado por la debilidad del consumo privado y la contención de los precios.

En cuanto a la oferta de establecimientos, se observa un aumento continuo, alcanzando los 5.820 locales al cierre del año 2023. Este incremento se debe principalmente a la apertura de nuevos puntos de venta por parte de cadenas ya establecidas y la creación de nuevas enseñas.

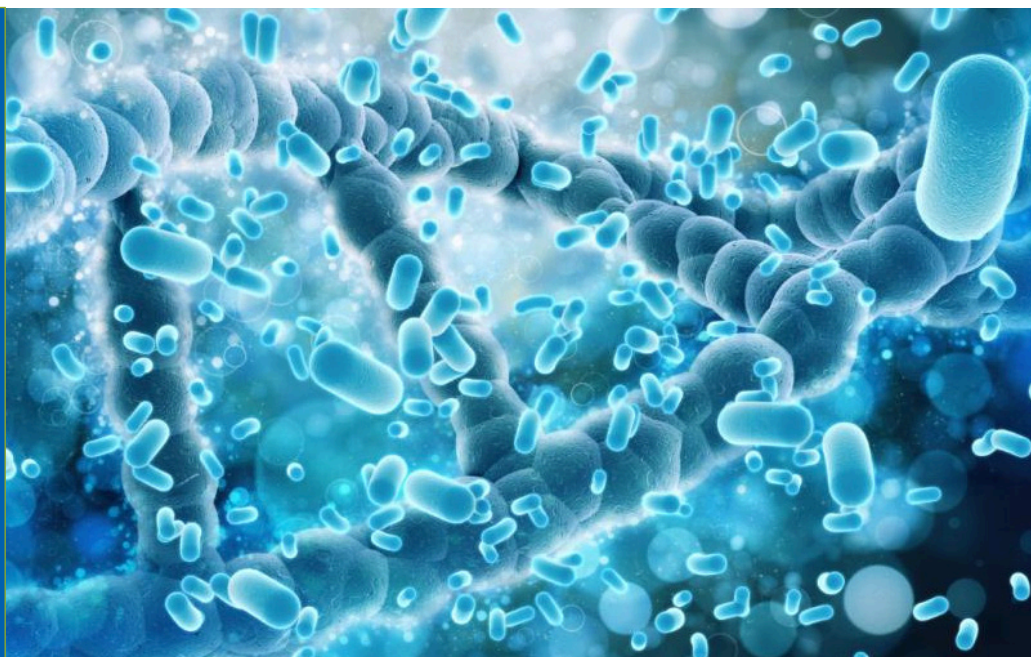
El mercado de comida rápida en la región presenta un alto grado de concentración, con un número reducido de grandes cadenas dominando el panorama.

De hecho, las cinco principales cadenas en términos de número de locales representaron más del 50% de la oferta total de establecimientos en 2023, mientras que en cuanto a facturación, estas mismas cadenas acapararon el 74,5% del mercado total.

 LEGISLACIÓN

Aprobado el nuevo Real Decreto para la prevención y el control de bacterias en el agua

Tras meses de espera y aplazamientos, el pasado 2 de julio 2024, el Consejo de Ministros aprobó la modificación del Real Decreto que establece los requisitos sanitarios para la prevención y control de la legionelosis, una infección provocada por bacterias en el agua.



La actualización es una respuesta a la contundente la petición del sector del agua de modificar “varias cuestiones ambiguas, poco desarrolladas e incluso desacertadas a nivel operativo y legal de la versión previa de esta ley, que es el Real Decreto 487/2022”, tal y como recoge AQUA España, la Asociación Española de Empresas del Sector del Agua.

Así, el nuevo Real Decreto continúa recogiendo el propósito principal de mejorar la seguridad y claridad en la gestión de las instalaciones que utilizan agua y pueden generar aerosoles, minimizando así el riesgo de legionelosis para la población.

La legionelosis es un tipo de enfermedad provocada por la legionela, que agrupa bacterias que viven en aguas estancadas.

En concreto, la normativa recoge cambios en varios artículos clave del primer Real Decreto. Por ejemplo, la redefinición del concepto de “titular de la instalación”, aumentando su cobertura para incluir no solo a los propietarios,

también a los explotadores de las instalaciones. Esto garantiza una mayor seguridad en la responsabilidad del cumplimiento legislativo.

Asimismo, el artículo 5 ha sido revisado para señalar que, en caso de que la instalación sea operada por una entidad distinta al propietario, la responsabilidad del cumplimiento normativo recaerá en la persona explotadora -a no ser que se pueda documentar lo contrario-.

Otro cambio importante es la actualización del artículo 11. Ahora se exige que la toma de muestras para la detección de Legionella sea realizada exclusivamente por entidades o empresas acreditadas conforme a la Norma UNE-EN-ISO/IEC 17025:2017.

Esta medida garantiza que los procedimientos de muestreo se efectúen con la máxima calidad y precisión, permitiendo un control más eficaz de la legionelosis.

Se otorga un periodo transitorio hasta el 1 de enero de 2030 para que las empresas obtengan dicha acreditación.

En suma, se flexibiliza la gestión del agua en ciertas instalaciones, permitiendo la recirculación sin vaciado total en determinados casos, siempre que no se comprometa la salud pública. Esta medida facilita una gestión más eficiente en términos económicos y energéticos.





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

¡Al rico **helado!** El producto que **reina el vending**, nuevas referencias y su mixología con el **café**



En el ámbito del vending, los helados se asocian intrínsecamente con el verano. Y aunque al principio eran las bebidas frías las top ventas de todo el año, los helados van ganando su cuota de mercado y rompiendo con la estacionalidad.



Con el verano en su apogeo y las temperaturas alcanzando niveles récord, la demanda de productos refrescantes como los helados se dispara. Las largas colas en heladerías y cafeterías son una estampa común en estos días calurosos. Ante esta situación, la solución se encuentra en el vending, con máquinas expendedoras diseñadas para ofrecer productos frescos y congelados las 24 horas del día.

La distribución automática de helados destacan por su sofisticado sistema de refrigeración, esencial para mantener los productos en óptimas condiciones.

Para ello, debemos echar un vistazo a la innovación que las empresas fabricantes del sector están llevando a cabo; por ejemplo, Jofemar ha avanzado con paso firme en la creación de máquinas refrigeradas que aseguran la frescura y calidad de este tipo de pro-

ducto. Estas soluciones de restauración, además de cumplir con las necesidades básicas de conservación, incorporan tecnologías avanzadas como la telemetría y aplicaciones digitales de gestión.

Estas herramientas permiten monitorear en tiempo real el estado de las máquinas, creando alertas inmediatas en caso de variaciones de temperatura que puedan comprometer el inventario.

Hasta hace tiempo, eran las bebidas frías la gama de producto que se vendían, más allá de la época; mientras que los helados dependían del calor para impulsar sus ventas.

Pero poco a poco, estos han sabido ganarse el corazón del usuario independientemente de la estacionalidad: eso es, en efecto, la necesidad de romper la estacionalidad.

La industria ha trabajado para desestacionalizar el consumo de helados, aunque esto varía según la ubicación geográfica. José

Ramón Fernández, gerente de Eravending, señala que en regiones como Levante, Andalucía e islas, es viable mantener máquinas expendedoras de helados durante todo el año debido al clima favorable.

En otras zonas con menor consumo estacional, Eravending apuesta por máquinas de espirales ajustables de -20°C a +5°C, permitiendo vender helados en verano y otros snacks y opciones más templadas en invierno, optimizando así la rentabilidad del equipo todo el año.

Pero, volviendo a los helados, ha sido su combinación con el café lo que realmente le ha dado el impulso para su proyección durante todo el año, así como innovaciones en restauración automática que brindan auténticas creaciones artesanales.

Se nos viene a la mente una máquina automática estadounidense capaz de ofrecer hasta 25 combinaciones de helados recién hechos.

Ubicada en centros comerciales, esta máquina encapsulada utiliza un brazo transportador y robotizado para servir helados y coberturas, brindando una experiencia muy de tik tok.

Por otro lado, las marcas proveedoras, conscientes del potencial de este mercado, innovan constantemente para atraer a los consumidores.

Además de las nuevas máquinas y tecnologías, se alinean con la tendencia del vending saludable, introduciendo helados bajos en calorías, sin azúcares añadidos, con alto contenido de fruta y opciones sin gluten, colorantes ni aromas artificiales.

La venta de helados conlleva, debido a su necesidad de conservación a bajas temperaturas, desafíos logísticos y de mantenimiento. Para abordar las cuestiones logísticas, los reponedores deben planificar meticulosamente sus rutas y utilizar neveras durante el transporte. En cuanto al mantenimiento, la prevención es clave. Aunque las máquinas de helados son tan fiables como cualquier otra expendedora, no están exentas de fallos en su sistema de refrigeración, lo que puede resultar en la pérdida de productos.

MIXOLOGÍA: DEL ESPRESSO AL ICED COFFEE Y DEL HELADO AL FRAPÉ

Como decíamos, desvinculándose de su tradicional asociación con el verano, el helado se ha convertido en una delicia que puede disfrutarse en cualquier época, gracias a su integración con sectores como la repostería, la cafetería y la mixología. Esta última ha dado lugar a una tendencia en auge: los cócteles congelados, que prometen ser imprescindibles para todo el año.

En el ámbito de la mixología, la verdadera innovación reside en la incorporación de cócteles congelados en las máquinas de granizados. Esta tecnología proporciona una textura espumosa y un sabor uniforme desde el primer sorbo hasta el último, ofreciendo una experiencia multisensorial única para quienes buscan algo refrescante y diferente.

En este contexto, los Millennials y la Generación Z, conocidos por su afán de vivir experiencias únicas y personalizadas, también han influido a esta revolución del helado.

Ahora, la demanda se encamina a soluciones automatizadas que ofrezcan la posibilidad de crear helados a medida, permitiendo a los clientes seleccionar sus ingredientes favoritos para obtener un sabor único y personalizado al momento.



A ello se une la conexión entre el helado y el café helado, que también ha encontrado su camino en el mundo de la distribución automática. ¿Entonces, podemos verlo ya? Definitivamente sí. Las máquinas automáticas ofrecen una amplia variedad de helados y bebidas de café heladas.

Los sabores más solicitados, como el chocolate y el café, se diversifican y se enriquecen con especialidades de café y pasta de cacao, creando combinaciones únicas y sofisticadas.

BEBIDAS FRÍAS Y FRAPÉS A BASE DE COLÁGENO: LA NUEVA MODA SALUDABLE

Vital Proteins ha lanzado su nueva línea de péptidos de colágeno con sabor a chocolate, una opción ideal para disfrutar tanto en bebidas frías y granizadas.

Este producto se disuelve en agua, leche o smoothies, invitando a crear recetas deliciosas y variadas. Como la marca destacada en complementos alimenticios de colágeno en EE.UU., Vital Proteins, perteneciente a Nestlé, ofrece 20 g de péptidos de colágeno hidrolizado con sabor a chocolate por dosis, sin gluten ni azúcares añadidos.

Los péptidos de colágeno proporcionan al cuerpo aminoácidos que ayudan a estimular la producción propia de colágeno, contribuyendo a una piel de apariencia fresca y firme. Al ser hidrolizado, este colágeno es más fácil de digerir y facilita la síntesis por parte del organismo.

El colágeno es la proteína más abundante en nuestro cuerpo, constituyendo el 70% de la piel y el 30% de las proteínas totales. También

se encuentra en el cabello y las uñas, aunque su producción disminuye un 1% por año a partir de los 30 años.

Dada la creciente popularidad de los productos saludables y funcionales, ¿por qué no incluir solubles con colágeno en las superautomáticas? Las máquinas de bebidas superautomáticas, que ya ofrecen solubles saludables de cacao y una variedad de sabores, podrían incorporar colágeno en su oferta.

Esta innovación permitiría a los consumidores disfrutar de una bebida que no solo es deliciosa sino también beneficiosa para su salud. Incluir el colágeno como una opción adicional que se puede añadir a cualquier bebida, ya sea un espresso, un cappuccino o incluso un smoothie. Escuchemos siempre al usuario final.



 SALUDABLE

4 hábitos saludables en verano que el vending ayuda a cumplir

Te contamos una serie de recomendaciones para mantener hábitos saludables este verano, y cómo la innovación en vending puede ser tu mejor aliado.

El verano trae consigo cambios significativos en nuestra rutina diaria: calor, vacaciones, jornada intensiva en el trabajo y la conciliación familiar. Estos cambios pueden llevarnos a abandonar los hábitos saludables que hemos mantenido durante el año. Sin embargo, el verano no debe ser una excusa para descuidar nuestra salud.

Afortunadamente, la distribución automática ha evolucionado para ayudarnos a cumplir nuestras metas de bienestar, incluso en esta temporada.

HIDRATACIÓN CONTINUA A TRAVÉS DE DISPENSADORES DE AGUA AUTOMATIZADOS

Quizá este sea el punto más importante de toda la lista, ya que puede causar problemas de salud graves e incluso la muerte en los casos más extremos.

En verano, las temperaturas en constante aumento hacen que sea esencial beber más agua para mantener nuestro organismo en buen estado. Las autoridades médicas recomiendan al menos dos litros de agua al día, incluso más en la temporada estival.

El sudor, el calor y la actividad física son factores que debemos considerar para saber cuándo y cuánto debemos hidratarnos. No es necesario esperar a tener sed para beber agua, ya que esa sensación aparece cuando el cuerpo ya está deshidratado.

Agua disponible en cualquier momento, esa es la clave. Precisamente, un elemento protagonista de los espacios de distribución automática, son las fuentes de agua.

Estos sistemas están diseñados pensando en la facilidad de uso, permitiendo a los usuarios acceder a agua pura y refrescante en cualquier momento del día.

Para los operadores de vending, confiar en



un socio experto en filtración de agua puede ser la clave para impulsar su negocio. Contar con la garantía de un servicio de agua de alta calidad, disponible en cualquier lugar, no solo mejora la satisfacción del cliente sino que también refuerza la imagen de responsabilidad y cuidado por la salud.

DIETA EQUILIBRADA CON LA RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA

Durante las vacaciones, es normal que nuestros hábitos alimenticios varíen, especialmente cuando viajamos y no siempre tenemos la posibilidad de cocinar en casa.

No obstante, mantener una alimentación equilibrada y prestar atención a las necesidades de nuestro cuerpo cada día es clave para disfrutar plenamente de esta temporada de descanso. Seguir una dieta balanceada nos ayuda a aprovechar al máximo nuestras vacaciones sin poner en riesgo nuestra salud y bienestar.

Y aquí la restauración automática es la reina

de la variedad de opciones: Para ese día de capricho y calor extrema, contamos con máquinas automáticas de helados artesanales, superautomáticas que crean auténticos postres fríos...

Por otro, alternativas más saludables y nutritivas a través de máquinas automáticas y/o neveras inteligentes, brindando toda una gama de opciones saludables en su oferta.

Desde opciones de snacks bajos en calorías hasta bebidas refrescantes y más saludables: ensaladas, wraps con ingredientes naturales, platos preparados artesanales, barritas de proteína, fruta fresca cortada, bowls al estilo superfood, frutos secos...

Ese es el valor que tiene un operador: poder entregarlo en una oferta gastronómica a un restaurante y tener la misma operativa 24h, sea cual sea el entorno. Todo ello, partiendo de una premisa: Es el cliente el que nos pide.

SIEMPRE PROTEGIDO DEL SOL CON MÁQUINAS QUE DISPENSAN CREMA SOLAR

Durante el verano, es casi inevitable estar bajo el sol, pero siempre debemos hacerlo con una protección alta contra rayos UVB y UVA. Además, es recomendable evitar la exposición en las horas centrales del día, cuando el calor y la radiación son más intensos.

Por eso, además de las bebidas refrescantes como el iced coffee, la protección solar es otro must. Con las olas de calor asolando estos meses, debemos mantener la piel protegida, en todo momento y en todo lugar.

Tanto es así que los dermatólogos recomiendan aplicarse la protección cada 2 o 3 horas, ya que en el transcurso del tiempo la crema va perdiendo su eficacia.

¿Cómo puede la distribución automática ayudar a proteger nuestra piel del sol? Las innovaciones en este sector ofrecen soluciones prácticas y accesibles para fomentar el uso de protectores solares.

Un ejemplo son las máquinas expendedoras de crema solar, que permiten a las personas obtener protección de forma rápida y conveniente, sin depender del horario de farmacias u otros establecimientos. Son especialmente útiles para aquellos que olvidan llevar consigo protector solar o para turistas que no tienen fácil acceso a estos productos.



MANTÉN UNA RUTINA DE SUEÑO CONSTANTE

En estos meses es común desear dormir más, tomar siestas o levantarse tarde. Sin embargo, aunque parezca que estamos descansando más, alterar las rutinas de sueño puede ser perjudicial.

El cuerpo necesita al menos 7 u 8 horas de descanso nocturno para repararse adecuadamente. Si dividimos las horas de sueño a lo largo del día, es probable que no descansemos bien por la noche, alterando nuestros horarios. El cuerpo sigue unos ritmos naturales que no conviene desajustar, ya que luego será más

difícil retomar la rutina al final de las vacaciones.

En este aspecto, la distribución automática puede ayudar a respetar unos horarios de sueños fijos, ¿cómo? Innovaciones en este sector proporcionan soluciones que faciliten mantener una rutina saludable.

Recordatorios a través de las pantallas del cumplimiento de las horas de sueño, o la dispensación de productos que promuevan el descanso y la relajación, como infusiones relajantes, suplementos de melatonina y snacks saludables bajos en azúcar, ideales para consumir antes de dormir.





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

Del bienestar a la *stravaganza*: **Café frío** de especialidad con **aceite de oliva**

Combinar un café de especialidad frío con ingredientes tan autóctonos como el aceite y el azafrán ofrecen una cremosa bebida de café frío que ya está conquistando a todos los paladares.



Se ha escrito mucho sobre los supuestos beneficios del café frío, como ser una opción más saludable que no perjudica al estómago ni a los dientes. En suma, es una bebida ideal para mantenerse hidratado durante el verano y tiene la ventaja de liberar ácidos grasos del tejido adiposo, lo que se traduce en un mayor rendimiento físico para quienes lo consumen antes de entrenar. Además de todo ello, es una opción ideal para los meses de calor y poner remedio a la sed del momento.

Con esta serie de incentivos, no nos sorprende que cada vez más empresas del sector cafetero en España se hayan puesto en marcha para desarrollar una amplia gama de productos destinados a un nicho de mercado en constante crecimiento.

Varietades como el cold brew, los clásicos lattes en su versión para llevar, y las distintas infusiones solubles en frío, que hace unos pocos años eran raras en el mercado, se han convertido en una tendencia que genera cada vez mayor expectación. Y sobre todo, en la bebida por antonomasia del nuevo consumidor.

Cuando hablamos de ese nuevo consumidor de café, nos referimos a uno muy diferente

del clásico bebedor de espresso. Los millenials y generación Z viven el café como una conexión emocional, buscando auténticas experiencias.

Es así, "quien paga, elige". Por ello, parte de la Generación Z, y porque también es la evolución más razonable, es la que está cambiando las normas y tendencias en el consumo de café.

Y en el caso de esta generación, a diferencia de la cultura de la tercera ola del café, que adoptó un enfoque serio y, a veces, excluyente, los consumidores de la Generación Z buscan que el café sea divertido y diferente: recetas exóticas que además aporten valor añadido.

RECETAS DE CAFÉ FRÍO CON ¿ACEITE DE OLIVA?

Y hablando de recetas exóticas, hay un blend que está sabiendo adentrarse en el corazón de los amantes del café: café con aceite de oliva.

A esta mezcla, cada vez más de moda, se la conoce como oleato.

Básicamente, se trata de incorporar los beneficios de los dos afamados ingredientes, y

en el caso del aceite de oliva, además de ser muy de nosotros, es una grasa vegetal muy nutritiva, con propiedades cardioprotectoras, antiinflamatorias y antioxidantes.

De la unión nacen toda una gama de bebidas destacadas por su cremosidad y excelencia, que, terminadas con toppings y decoraciones, dan lugar a todo un postre selecto.

Tal es el caso de las creaciones por parte de Nestlé, quienes han sabido estar en sintonía con las nuevas tendencias.

Así, el equipo de Nestlé Professional España ha podido degustar en primera una de las recetas frías de café elaborada con single origin Colombia de la gama premium Roastelier by Nescafé, de la mano de su coffee specialist, Oriol Rifà. El resultado, una deliciosa y cremosa bebida a base de café frío.

Así, aunque pueda sonar extraño, es una de las bebidas más populares de los últimos años, tanto por su sabor y textura como por sus beneficios nutricionales.



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.



La tendencia *veggie* también conquista los servicios de catering y colectividades



LA TENDENCIA EN CATERING DE INCORPORAR MÁS PROTEÍNA DE ORIGEN VEGETAL ESTÁ LIGADA A LA BÚSQUEDA DE INNOVACIÓN Y OPCIONES MÁS CREATIVAS. ASIMISMO, LA TENDENCIA VEGANA Y LA DISMINUCIÓN DEL CONSUMO DE PROTEÍNA ANIMAL EN ESPAÑA ES UNA REALIDAD CADA VEZ MÁS ASENTADA: LA ALIMENTACIÓN PLANT-BASED APARECE DE FORMA REGULAR EN EL 40% DE LOS HOGARES DEL PAÍS.

Si lo aplicamos al ámbito de la restauración, en 2023, 6 de cada 10 de españoles menores de 30 años acude a un restaurante entre dos y cinco veces al mes en su tiempo libre.

De ese valor porcentual, más del 30% de estos elige platos más respetuosos con el medioambiente que hace 5 años cuando come o cena fuera de casa y 2 de cada 10 que no lo hace, reconoce que le gustaría adquirir ese hábito, según recoge Observatorio Nestlé de Hábitos Nutricionales y Estilo de Vida de las Familias.

Una tendencia que también ha afectado al catering, en el que ya encontramos todo un repertorio de opciones veganas creativas, que no solo conquistan a los que llevan esta dieta.

De igual manera ocurre en la restauración automática, cada vez más ligada, por cierto, al catering: Platos completos listos para comer,

zumos saludables, refrescos como la Kombucha y snacks proteicos y veganos en la restauración automática; la siguiente generación de las máquinas expendedoras ha llegado.

De hecho, las marcas de restauración consideran expandir pronto su alcance a más segmentos, como el de los hospitales o las máquinas automáticas.

¿Y DE DÓNDE SURGE LA TENDENCIA EN CATERING Y COLECTIVIDADES DE INCORPORAR MÁS ALTERNATIVAS A LA PROTEÍNA ANIMAL?

Lo cierto es que existen varios factores. Por un lado, la búsqueda de salud y bienestar. Quizás sean dos de las palabras más recurrentes en cualquier conversación media, pues cada vez más usuarios optan por opciones más saluda





bles y bajas en grasas saturadas y colesterol.

El siguiente motivo también empieza por “s”: sostenibilidad. La preocupación sobre el medio ambiente y la sostenibilidad se ha intensificado hasta el punto de impulsar la elección u otra de productos de alimentación.

Por otro lado, si hay algo que destaca en la cocina vegana, es la creatividad: veganizar platos tradicionalmente a base de proteína animal, incorporar nuevos sabores y texturas, nuevos ingredientes...

Los menús basados en proteína vegetal son sin duda una innovación, y para ello, los chefs emplean variedad de ingredientes y técnicas para crear platos que sean una experiencia en sí misma.

Y es que, a medida que existen más productos veganos, sustitutos de quesos, carne y otros productos como el atún vegano, y otras proteínas vegetales, los servicios de catering tienen más fácil implementar menús más variados y plant based.

De ahí pasamos a otra razón: el amor por los animales. Y es que existe gran parte de la población, vegana por convicción ética.

Todo ello tiene su eco en la propia demanda del consumidor. El crecimiento del número de usuarios que se identifican como veganas, vegetarianas o incluso flexitarianas, es directamente proporcional a la demanda de este tipo de opciones en eventos y servicios de catering.



NUEVOS ENTORNOS PARA CATERING Y COLECTIVIDADES

Con nuevos menús y fórmulas de servicio a través de la automatización, el catering y el servicio de colectividades están conquistando a multitud de usuarios.

Ya sea en eventos corporativos y conferencias, donde las empresas optan por menús plant based para acomodar a una audiencia más diversa; o en centros educativos como escuelas y universidades, el catering tiene una cuota de crecimiento más que notoria.

Y ahora, también se ha puesto de moda incluir esta alternativa gastronómica en celebraciones como bodas: Bodas “veganas” o al menos con opciones vegetales, que además, pueden extender su servicio durante todo el evento a través de la restauración automática.

Una nueva versión de la feria de **Hostelco** se celebrará en **México**



Fira de Barcelona y Expo Guadalajara se alían para convocar Hostelco en México. Mexico Hospitality Expo powered by Hostelco, nombre del nuevo evento, se celebrará en 2025.

El Salón Internacional del Equipamiento para la Hostelería, Restauración y Colectividades, Hostelco, cruzará el Atlántico para llevar a cabo una edición en México del 6 al 8 de mayo de 2025. Un evento que nace tras el acuerdo entre Fira de Barcelona y Expo Guadalajara, uno de los operadores de ferias más destacados del país.

Bajo el título de Mexico Hospitality Expo powered by Hostelco, la feria, que pone de manifiesto la estrecha relación entre sendos países, estima reunir alrededor de 250 empresas del sector hotelero, de restauración y cafetero en un área de 20.000 m² en el recinto de Expo Guadalajara.

Convocado por Fira de Barcelona y Expo Guadalajara, la primera edición de Mexico Hospitality Expo powered by Hostelco surge bajo la

ambición de impulsar el sector de la hostelería tanto en México como en Centroamérica, aglutinando en un mismo lugar las novedades en equipamiento, productos, servicios y actividades.

El salón se presentó el pasado jueves en una rueda de prensa en Expo Guadalajara, en el que estuvieron presentes Luis Roberto Arechederra Pacheco, secretario de Desarrollo Económico de Jalisco; Vanessa Pérez Lamas, secretaria de Turismo de Jalisco; Juan Enrique Suárez Del Real Tostado, presidente de la Unión de Secretarios de Turismo de México; y Luis Isaías Salazar Ramírez, presidente del Comité Técnico de Expo Guadalajara, entre otras figuras destacadas.

Según el director de Negocio Internacional de Fira de Barcelona, Ricard Zapatero, "gracias a la alianza con Expo Guadalajara exportamos nuestra experiencia y un modelo de éxito de uno de nuestros salones más emblemáticos, con el objetivo de contribuir a internacionalizar negocios y abrir nuevas oportunidades en el sector y, especialmente, a todos los expositores y colaboradores de Hostelco para establecer relaciones comerciales con los mercados

mexicano y centroamericano, dos de los más dinámicos del entorno".

Durante esta presentación se dio a conocer que la feria contará con seis áreas: Fully Equipped (equipamiento, maquinaria y accesorios); Atmosphere (interiorismo, decoración, textil, mobiliario y bienestar); Coffee, Bakery & Pastry (café, bar, panadería, pastelería, heladería y equipamiento); Setting (paramiento y servicio de mesa); Tech (tecnología y entretenimiento) y Food Provisions (comida, utensilios y suministros).

Mexico Hospitality Expo powered by Hostelco también albergará una zona congresual donde se efectuarán ponencias dirigidas a expositores y visitantes con temáticas vinculadas con las tendencias actuales del hospitality, gestión de negocio y sostenibilidad. En suma,

Debido a los cambios significativos que está viviendo el sector, con la innovación como motor de cambio, se diseñará un espacio destinado a los nuevos negocios y startups con el

que impulsar el talento basado en el ecosistema emprendedor.

ACTIVIDADES PROGRAMADAS

En lo que concierne al programa de actividades, se estiman propuestas experienciales que inspiren y aporten conocimiento a los profesionales del sector.

Así, The Horeca Hub Live Solutions será un espacio que brindará demostraciones de cocina, degustaciones y charlas sobre la industria del hospitality y restaurantes. Coffee Bakery & Pastry Taste & Talks acogerá talleres, demostraciones y conferencias dirigidos a profesionales de los sectores cafetero, panadero y pastelero.

Con la motivación de fomentar oportunidades de negocio tanto a nivel nacional como internacional, el evento organizará un programa de hosted buyers y vip buyers a través del cual se invitarán a profesionales internacionales de alto nivel con capacidad de compra.

Por otro lado, la sostenibilidad será otra de las protagonistas, impulsando iniciativas para promover la economía circular, el reciclaje y la reducción y gestión de residuos.



TU BILLETE HACIA UN VENDING SMART

PAGOS DIGITALES RÁPIDOS, CONVENIENTES, UNIVERSALES



Descarga el OPTO

- 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.



At the Speed of Light

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






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







Vuelve a **HIP 2025** la **Cumbre** más innovadora dedicada a la **Restauración automática**



HIP incorpora por segunda vez el negocio de la restauración automática, con nuevas propuestas, empresarios y un espacio ampliado. Vuelve así Automated Foodservice Expo para dar a conocer las novedades del segmento.

Debido a la gran acogida que tuvo en la pasada edición el espacio Automated Foodservice Expo, que supuso una de las grandes sorpresas de HIP, vuelve más fuerte que nunca a HIP –Horeca Professional Expo 2025, con la ambición de entrar de nuevo en una dimensión en la que los profesionales del vending y la distribución automática tienen mucho que aportar.

La novena edición del evento, que tendrá lugar del 10 al 12 de marzo de 2025 en IFEMA Madrid, reunirá a más de 50.000 profesionales de la hostelería, que acudirán en búsqueda de las soluciones con las que ser más competitivos.

Y es que, la restauración automatizada continúa evolucionando, marcando un nuevo paradigma en el sector. La proliferación de tecnologías avanzadas, lideradas por la Inteligencia Artificial, junto con la persistente escasez de profesionales en hostelería y la creciente demanda de alimentos y bebidas disponibles en cualquier

momento, son factores clave que han propiciado esta revolución. Sobre todo, la entrada de nuevos players con mucha experiencia en distribución automática, que ven en esta nueva realidad un potente modelo de negocio todavía a descubrir.

Para satisfacer las demandas del mercado y aumentar el atractivo de la restauración automática, este modelo de negocio se asienta en tres grandes columnas: experiencial, personalización y premiumización.

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

Por otro lado, la expansión que está viviendo la hostelería en las últimas temporadas ha inducido a que siga siendo uno de los principales motores de la economía nacional. De acuerdo

con los resultados compartidos por la CEO recientemente, el Producto Interior Bruto (PIB) de España incrementará cerca del 2,5% este año, impulsado, sobre todo, por el sector hostelero y del turismo, llegando así a crecer por encima de la media de los países de la Unión Europea.

LA CONVERGENCIA DE LA RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA ABRE NUEVAS Y GRANDES ALIANZAS

Con el objetivo de proyectar dicha evolución de la restauración automatizada y dar a conocer las tendencias, tecnologías y conceptos emergentes en este ámbito, HIP 2025 albergará por segunda vez el “Automated Foodservice Expo”, pivotado por Hostelvending.

Esta dimensión ofrecerá un espacio expositivo donde participarán tanto las empresas líderes en tecnología de máquinas de restauración automatizada, sistemas de pago, alimentos y bebidas, packaging y digital signage, como los operadores que proporcionan soluciones integrales para empresas, hoteles, residencias, áreas de servicio y estaciones.

De hecho, estad atentos, porque iremos relevando caras muy conocidas del sector que participarán de forma pionera en este evento.

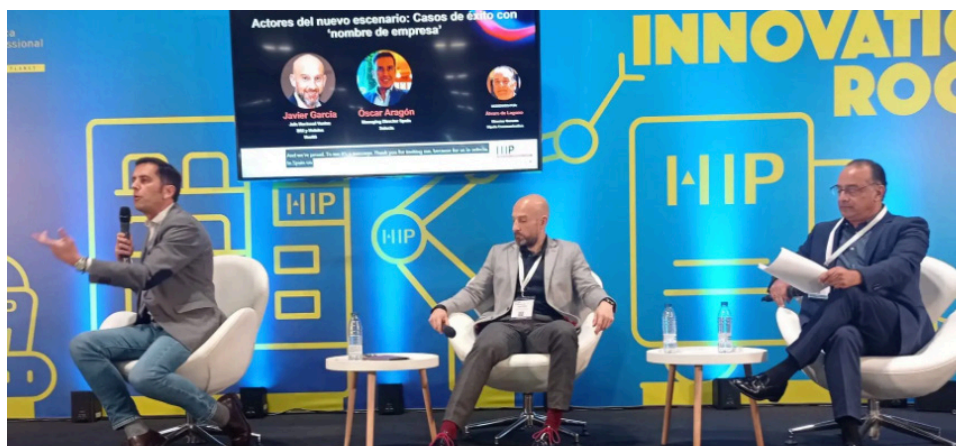
Estos participantes acudirán a HIP en busca de innovadores conceptos como dispositivos de café superautomáticos, córneres personalizados, micromarkets y neveras inteligentes, entre otros. Espacios donde el catering y el vending se suman para dar así una auténtica restauración automática, Premium y personalizada.

Ya puedes reservar tu espacio en el único evento que genera ADN de inversión a empresarios y decisores de compra Horeca.

FIGURAS DE RENOMBRE PARA EL SECTOR SE PREPARAN PARA EL SEGUNDO SUMMIT DE RESTAURACIÓN AUTOMATIZADA

Como ya sucedió en la edición predecesora, la zona expositiva se complementará con un Summit específico dentro de Hospitality 4.0. Este será el segundo Summit dedicado a la restauración automática, un segmento que está volviendo a escribir la experiencia del consumidor en diversos entornos, como hoteles, espacios de coworking y aeropuertos.

El primer Summit, titulado “Convergencia en la Restauración Automática: ¿Hacia dónde



vamos?”, exploró las tendencias actuales y las perspectivas futuras del sector, destacando la importancia de la omnicanalidad y la digitalización en la gastronomía. Marta Ronda, responsable de Redacción en Hostelvending, inauguró el evento subrayando estos temas clave.

Entre los momentos más destacados, Román Suárez, CEO de METRO24ST, compartió su experiencia en bares automáticos y retail, abordando la resistencia al cambio en la era de la industria 4.0.

El segundo bloque del evento, un debate titulado “Actores del nuevo escenario: Casos de éxito con Nestlé Professional y Selecta”, presentó a Javier García de Nestlé Professional y Oscar Aragón de Selecta, quienes discutieron sus estrategias y experiencias innovadoras en la restauración automatizada.

Además, una mesa redonda moderada por Álvaro de Laguno, CEO de Hostelvending, “¿Hacia dónde nos dirigimos? Cliente final: sus necesidades del hoy y del mañana”, reunió a representantes destacados del sector para discutir las necesidades actuales y futuras del cliente final.

En concreto, participaron expertos como Carlos Abenia de LOOMIS PAY, Alfonso Huidobro de Serunion y Alberto Bayo de AEV.

La respuesta del público al primer Summit fue muy positiva, evidenciando el interés creciente en soluciones automatizadas que ofrecen experiencias personalizadas y eficientes.

Este éxito ha sentado las bases para la próxima edición del Summit, que ya está en proceso de organización con nuevas temáticas y ponentes que se revelarán próximamente.

Frente a estas nuevas posibilidades, Manuel Bueno, director de HIP, apunta que “aunque nos encontremos en un panorama positivo a nivel coyuntural, nos enfrentamos a diario a los cambios constantes que suceden por parte de los consumidores y del contexto socioeconómico global. En consecuencia, debemos de considerar la innovación continua a fin de lidiar con los retos del momento, entre los que sobresalen la gestión del establecimiento, la experiencia de cliente, la captación y retención de talento o la integración de las tecnologías exponenciales, como la IA. De todo ello hablaremos en HIP2025 con el propósito de que los hosteleros puedan hacer sus negocios rentables y escalables”.

La novena edición de la cumbre congregará a más de 50.000 empresarios y profesionales



del sector que acudirán en búsqueda de las soluciones, productos o servicios que les permitan ser más competitivos.

Quiénes darán a conocer estas soluciones serán las más de 700 firmas expositoras, las cuales presentarán lo último en alimentación y bebidas, equipamiento, interiorismo, mobiliario, menaje, packaging, tecnología, nuevos conceptos, restauración automatizada, higiene, y sociosanitario para cualquier segmento de la industria: hotelero y otras categorías de alojamiento, restauración, bar, cafetería, delivery y "take away", colectividad, y ocio.

EL MAYOR CONGRESO MUNDIAL DE TENDENCIAS HOSTELERAS

Como decíamos, además de acoger el Automated Foodservice Expo, Hospitality 4.0 Congress, el mayor foro mundial sobre tendencias Horeca, reunirá a más de 750 expertos internacionales que son líderes en cada tipología y tamaño de negocio.

Los ponentes se encontrarán en los más de 30 summits con los que contará el congreso, siendo algunos de referencia, como el CEO Summit, pensado para analizar los desafíos y oportunidades que afrontan los máximos directivos de la industria; Hotel Trends, especializado en la administración de los alojamientos; o Restaurant Trends, enfocado a la restauración de marca.

En otras ediciones, en Hospitality 4.0 Congress han acudido nombres de la talla de Dabiz Muñoz, Chef y Dueño de "UniverXO"; Ferran Adrià, Presidente de elBulliFoundation; Oriol Castro, Eduard Xatruch y Mateu Casañas, chefs de Disfrutar***; José Andres, chef y funda-



dor de World Central Kitchen; Borja Hernández de Alba, CEO de Restaurant Brands Iberia; Sacha Michaud, Cofundador de Glovo; Amancio López, Presidente del Grupo Hotusa; o Ramon Aragonés, CEO de NH Hotel Group, entre otros.

ACTIVIDADES PARALELAS

Siguiendo con el modelo de HIP, el encuentro, además de albergar la zona expositiva y congresual, acogerá distintas actividades profesionales con las que promover la creación de relaciones comerciales.

Algunas de ellas son los Horeca New Busi-

ness Models Awards 2025, premios que reconocen el trabajo, el liderazgo y la transformación de aquellas compañías que apuestan por la innovación en la hostelería;

Así, atenderemos al Future Gastronomy Startup Forum, organizado por LABe de Basque Culinary Center, competición que da visibilidad a las empresas emergentes que disponen de una propuesta de valor viable y adaptable para el canal Horeca; o el Leadership Summit, almuerzo de empresarios junto con autoridades para consolidar y emprender proyectos transformadores.

Gran interés por **Le Forum-EVEX: 79 socios de vending** registrados



El evento, concebido para reunir a los profesionales franceses y europeos del vending, tendrá lugar en octubre. El número de inscripciones de operadores y proveedores refleja el deseo de participar activamente en el futuro del sector y de reflexionar sobre la distribución automática, y en concreto, sobre la oferta de servicios para el coffee break.

Dentro de poco más de tres meses, dará comienzo uno de los momentos europeos más destacados para el sector, la celebración de la EVEX, el evento convocado por la Asociación Europea de Vending & OCS (EVA). Para este año, estiman recibir a más de 400 participantes en Cannes, donde podrán "vivir" el evento en un ambiente profesional y distendido.

Ya se han inscrito más de 100 empresas operativas, y las inscripciones continúan. A ellas se unirán 79 empresas del sector y agentes del mercado que también se han unido a Le Forum-EVEX.

Así, tal y como confirma la asociación, en las próximas semanas, descubriremos Le Forum/ EVEX App, que promete proporcionar toda la información sobre el evento, así como sesiones

+ENWWW.HOSTELVENDING.COM



EUROPEAN
VENDING & COFFEE
SERVICE ASSOCIATION

30 1994
2024
ANNIVERSARY

NAVSA
FÉDÉRATION NATIONALE DE VENTE ET SERVICES AUTOMATIQUES

FCN
&
vending & coffee service

interactivas para ayudarles a preparar y aprovechar la feria de la mejor manera posible.

Después de Deauville en 2022, la Asociación Francesa de Vending (NAVSA) vuelve a apoyar Le Forum, que este año se celebrará en Cannes los días 16, 17 y 18 de octubre, y que también acogerá EVEX, el punto de encuentro europeo de los profesionales del sector organizado por EVA, la Asociación Europea de Vending & Coffee Service de la que NAVSA es miembro fundador.

Como continuación de las reuniones de la Asamblea General celebradas en Aix-en-Provence los días 13 y 14 de junio, la NAVSA invita de nuevo a los operadores y a los profesionales del sector a explorar y debatir otros temas clave, a dar a conocer los que han surgido y a proponer otros formatos de intercambio "concretos" basados en los problemas cotidianos a los que se enfrentan los operadores. Una cita anual ineludible, por tanto, para todos los pro-

fesionales del vending preocupados por su futuro...

Estos encuentros tendrán lugar en el nuevo Centro de Conferencias del Hotel Carlton.

Le Forum-EVEX reúne este año a 79 proveedores y socios del sector que se han sumado al evento.

Soluciones tradicionales de hardware, restauración asistida/autónoma, productos de café y bebidas calientes, snacks sanos y gourmet, snacking fresco, pero también tratamiento del agua, accesorios, soluciones de pago y tecnológicas...

Se ha reunido un amplio abanico de ponentes para responder a las exigencias y desafíos de un mercado en plena evolución.

Le Forum-EVEX pretende brindar a todos la oportunidad de tomarse el tiempo necesario

para reflexionar sobre el futuro del negocio y encontrar las respuestas más adecuadas a los retos a los que se enfrentan.

LO QUE SABEMOS DEL PROGRAMA

16 DE OCTUBRE

- 8:00 a 12:00 horas: Bienvenida a proveedores e invitados.
- 12:00: Almuerzo de apertura en la Croisette, en la playa del Carlton, patrocinado por Nayax y GTI.
- 14:00: Descubrimiento de los stands, reuniones y talleres.
- 16:00: Pausa café gourmet patrocinada por N-and Group.
- 14:00 a 18:00: Al mismo tiempo, exposición y visitas a stands.
- 19:30: Conferencia plenaria de apertura.

-20:30: Cena de gala Forum/ Evex/ NAVSA para celebrar los 30 años de la EVA.

17 DE OCTUBRE

- 9:00: Stands y Asamblea General de la EVA
- 12:30: Almuerzo en los jardines del Carlton patrocinado por Pay Complete. Actividad cultural opcional de la EVEX.
- 14:00 a 18:00: Visita y exposición de los stands.
- 16:00: Coffee break gourmet esponsorizado por Regilait.
- 19:30: Salida para la velada blanca en la Villa con entrega de los premios a la innovación

18 DE OCTUBRE

- 9:00: Brunch gastronómico en torno a los stands de los salones Carlton.
- 12:00: Fin del evento.



El operador de vending toma protagonismo en la competición **Worldskills de Lyon**

Del 10 al 15 de septiembre de este año, la profesión de operador de distribución automática se pondrá de relieve en la competición Worldskills de Lyon (Francia).

WorldSkills es una de las mayores competiciones de habilidades profesionales del mundo. Su objetivo es motivar a los estudiantes con más talento para que exploren y descubran su interés por profesiones clave y presentarles una carrera profesional atractiva.

Por eso, que el vending esté presente de alguna forma en este espacio es toda una consecución para el sector.

Así, por primera vez, la labor del operador de vending -el “profesional de la pausa para el café”- figurará entre las muchas profesiones específicamente destacadas en esta edición.

Una recreación de un ambiente relajado de pausa para el café en el pabellón francés de EUREXPO pretende animar a las empresas en su planteamiento para mejorar el bienestar en el trabajo, y mostrar cómo el papel que el operador de máquinas expendedoras contribuye a ello.

La demostración de las pausas para el café ilustrará el cambio en el sector hacia tecnolo-

gías innovadoras, experiencias sin contacto, alimentos locales y más saludables, el uso de materiales y máquinas sostenibles; así como la gestión responsable de los residuos. También se celebrará un acto en torno al tostado del café.

Esta representación correrá a cuenta de la NAVSA, la Asociación Francesa de Vending, quien realizará una importante inversión en este evento con el fin de aumentar la visibilidad y el atractivo de la distribución automática; destacando las competencias de los trabajadores del sector.

Este acontecimiento debería aportar beneficios estratégicos en términos de promoción de los conocimientos y el saber hacer de nuestro sector, acabar con las percepciones negativas del vending y crear una imagen más positiva.

Además, hacer de los operadores de máquinas expendedoras una profesión reconocida con el fin de reinvertir en el ámbito de la formación profesional, lo que conducirá a una revitalización del mercado laboral del vending.

Con 250.000 visitantes esperados en el evento, así como varias delegaciones políticas y gubernamentales, la presencia del sector representa una oportunidad para poner en

valor el trabajo del mismo.



Pretende ser un primer paso en un proyecto a largo plazo que debería conducir a la integración de las funciones de la distribución automática en las competiciones nacionales, europeas y mundiales.

WORLD SKILLS LYON, EN CIFRAS

- 10-15 de septiembre de 2024.
- 120.000 m² en EUREXPO.
- 250.000 visitantes previstos.
- Más de 60 países representados.
- 1500 competidores y más de 50 profesiones en competición.

INSTANT BEVERAGE LAB

LAOHOTEL



Ofrece el mejor
**Sabor y
calidad**



¡Descubre
nuestra web!
+ENWWW.HOSTELVENDING.COM

