

uRetail CONNECT



TECNOLOGÍA

HIP 2025: DEBATIENDO EL FUTURO DE LA RESTAURACIÓN AUTOMATIZADA

CASOS DE ÉXITO

URETAIL ABRE LAS PUERTAS AL FUTURO CON FLAPPERS: LA REVOLUCIÓN DE LAS TIENDAS AUTOMATIZADAS

EMPRENDEDORES

EL BOOM DE LAS FRANQUICIAS: UN EMPRENDIMIENTO ACOMPAÑADO

Bienvenidos

El valor del equipo Tecnología y talento para el futuro del retail

El año pasado, la participación en el Summit de HIP fue una experiencia que reafirmó nuestra visión del sector. Compartimos ideas, debatimos sobre el impacto de la automatización y entendimos aún más la importancia de equilibrar tecnología y talento humano. Este 2025, damos un paso más: **uRetail** forma parte del Consejo Asesor de la Restauración Automática, un espacio clave para definir el futuro del sector y seguir impulsando la innovación.

La automatización es imparable, pero sin un equipo sólido detrás, no es nada. En **uRetail**, sabemos que la clave del éxito no está solo en máquinas más avanzadas, sino en contar con las mejores personas y retribuir las bien. Nuestro equipo trabaja 35 horas semanales con salarios por encima del convenio, garantizando motivación, compromiso y productividad real.

Este mismo enfoque lo aplicamos a quienes confían en nuestras soluciones. **METRO24st**, **1selfvending** y **FLAPPERS** no son solo negocios automatizados, sino modelos diseñados para brindar rentabilidad sin esclavizar a sus propietarios. Con herramientas como **unobo Connect**, permitimos operar de forma inteligente, optimizada y con la libertad que cualquier emprendedor merece.

La gran transformación que estamos viviendo no es solo tecnológica, es de mentalidad. La mediocridad, tanto de empresarios como de empleados, no tiene futuro. La única manera de avanzar es automatizar procesos sin perder el foco en las personas, porque las máquinas pueden ejecutar tareas, pero solo el talento humano puede innovar, adaptarse y construir empresas sólidas a largo plazo.

Desde **uRetail**, seguiremos trabajando para hacer del sector un espacio más eficiente, rentable y humano. Y este año, desde el Consejo Asesor de la Restauración Automática, ayudaremos a dar forma al futuro del retail y la restauración automatizada.

El equilibrio entre tecnología y talento no es opcional: es la clave del éxito.

Gracias por acompañarnos en esta evolución. Esperamos que disfrutes de esta edición, que encuentres inspiración en cada historia y que juntos sigamos explorando el camino de la automatización inteligente.

Con cariño,
Román Suárez González.

Dirección

Román Suárez González

Diseño Editorial

Susana Valero Campello

María Soledad Zapata

Agradecimientos

Sergio León Carrillo

Carlos Abenia León

Marta Ronda



EXPENDEADORAS U-RETAIL SL
www.u-retail.com

Tabla de contenidos



ACTUALIDAD

- 04. España 2025: Una economía en transformación
- 06. Solidaridad en tiempos de adversidad
- 07. Calendario de ferias y eventos 2025

CASOS DE ÉXITO

- 08. uRetail abre las puertas al futuro con FLAPPERS: la revolución de las tiendas automatizadas
- 10. La automatización como factor de diferenciación competitiva
- 12. La era de la automatización en HORECA
- 13. Robots camareros, la automatización y el futuro de la hostelería

EMPRENDEDORES

- 14. El 'boom' de las franquicas: un emprendimiento acompañado
- 16. Marketing automatizado: la revolución silenciosa que está transformando la hostelería
- 17. El impacto de las neveras inteligentes
- 18. Transformando la cotidiano en experiencia



TECNOLOGÍA

- 20. El nuevo reglamento de gases en Europa: Un nuevo desafío para los equipos con grupo de frío
- 21. HIP 2025: Debatiendo el futuro de la restauración automatizada

PRODUCTOS

- 22. Sabores sin fronteras: El 'boom' de la fusión gastronómica
- 24. La revolución del café premium llega a las máquinas expendedoras
- 25. Loomis Pay, adaptando el pago desatendido a la era digital

ENTREVISTA

- 26. Román Suárez en HIP 2024: "El que no lo haga mejor que Amazon, está muerto"

España 2025: Una economía en transformación

El año 2025 en España se presenta como un escenario complejo, marcado por la persistencia de la inflación y el auge de la economía colaborativa. La resaca económica post-pandémica, junto con la inestabilidad geopolítica global, sugiere que la inflación seguirá siendo un factor clave, manteniendo al alza el coste de vida y afectando el bolsillo de los españoles.

Sin embargo, en medio de esta incertidumbre, surge un rayo de esperanza: una nueva forma de entender la economía y el trabajo, impulsada por la colaboración y la tecnología, que promete redefinir la vida en España, tanto en las ciudades como en las zonas rurales.

Estamos viendo una recuperación económica del país que no ha sido homogénea en todos los sectores, lo que ha resultado en un mercado de consumo diverso y fragmentado.

La inflación: Un desafío que persiste

No podemos negar que la inflación ha sido la palabra de moda en los últimos años. Según datos del *Instituto Nacional de Estadística* (INE), la inflación en España cerró el año 2024 con una tasa interanual del 3,1%, y aunque se prevé una ligera moderación en 2025, el impacto en el poder adquisitivo de los ciudadanos es innegable. Para entenderlo mejor, pongamos ejemplos cotidianos.

Llenar la cesta de la compra es ahora más caro que hace un par de años. El precio de productos básicos como el aceite de oliva, la leche o el pan ha experimentado subidas significativas. Según la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), la cesta de la compra media se ha encarecido cerca de un 15% en los últimos dos años.

Pero la inflación no solo afecta a los productos de consumo diario. El sector inmobiliario, tanto residencial como comercial, también se ha visto fuertemente impactado. El precio de la vivienda ha experimentado una subida considerable. Según datos del portal inmobiliario Idealista, el precio medio de la vivienda en España aumentó un 7,4% en 2024, mientras que

el precio del metro cuadrado de alquiler se situó en 11,66 euros/mes en 2024, un incremento del 5,6% respecto al año anterior.

El acceso a la financiación también se ha complicado, ya que los bancos han endurecido las condiciones para la concesión de hipotecas ante el aumento de los tipos de interés, como medida para frenar el gasto y la inflación.

Emprender un negocio también es ahora más difícil. El alquiler de locales comerciales ha seguido una tendencia similar a la del alquiler de vivienda. Los propietarios, amparándose en las cláusulas de actualización de renta, han repercutido la inflación en los precios, lo que supone un obstáculo para los nuevos emprendedores.

Además, el coste de los materiales necesarios para adecuar un local, realizar reformas o adquirir equipamiento también se ha disparado. Esto significa que la inversión inicial para abrir un negocio es ahora mucho mayor, lo que aumenta el riesgo y la barrera de entrada para muchos autónomos y pequeñas empresas.

Los emprendedores deben hacer frente a mayores costes y dificultades de financiación. Pero, como decíamos, en medio de la tormenta, surgen nuevas formas de afrontar la realidad. La economía colaborativa y el trabajo híbrido se presentan como alternativas que pueden ayudar a mitigar los efectos de la inflación y a crear nuevas oportunidades, tanto para particulares como para empresas.

La economía colaborativa

La economía colaborativa, basada en el intercambio y el uso compartido de bienes y servicios, ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años. Plataformas como *BlaBlaCar* para compartir coche, *Airbnb* para el alquiler vacacional, o *Wallapop* para la compraventa de artículos de segunda mano, se han convertido en herramientas cotidianas para muchos españoles.

¿Por qué este auge? La respuesta es sencilla: la economía colaborativa ofrece soluciones a los desafíos planteados por la inflación.

Permite acceder a bienes y servicios a un precio más reducido, fomenta el consumo responsable y ayuda a generar ingresos extra. Por ejemplo, compartir co-

che en un trayecto largo reduce considerablemente el coste del combustible, y alquilar una habitación en tu casa a través de una plataforma colaborativa puede suponer una fuente de ingresos adicional que ayude a llegar a fin de mes.

Pero el impacto de la economía colaborativa no se limita exclusivamente al ámbito particular. También está transformando la forma en que interactúan las empresas, los autónomos y los emprendedores, creando un ecosistema de apoyo mutuo.

Las empresas, por ejemplo, están encontrando en la economía colaborativa una vía para optimizar recursos y reducir costes. Plataformas como *Malt* o *Upwork* les permiten contratar a autónomos especializados para proyectos concretos, en lugar de tener que ampliar su plantilla de forma permanente. Esto les aporta flexibilidad y les permite acceder a un talento diverso y global. Además, algunas empresas están optando por compartir espacios de oficina con otras empresas o incluso con autónomos, a través de plataformas de coworking como *WeWork* o *Utopicus*, reduciendo así sus gastos fijos.

Los autónomos, por su parte, se benefician de la economía colaborativa de múltiples maneras. No solo pueden encontrar proyectos y clientes a través de las plataformas de freelance, sino que también pueden compartir recursos y conocimientos con otros profesionales. Los espacios de coworking se convierten en puntos de encuentro donde se fomenta la colaboración, el intercambio de ideas y la creación de sinergias.

Esto es especialmente valioso para aquellos que trabajan en sectores creativos o tecnológicos, donde la innovación y la actualización constante son fundamentales, y esta modalidad hace accesible la creación de redes de apoyo sólidas y duraderas en el tiempo.

Sin embargo, es importante matizar que la economía colaborativa no está exenta de desafíos. La falta de una regulación clara y homogénea es otro de los retos pendientes para garantizar un desarrollo justo y sostenible de este modelo.

En definitiva, la economía colaborativa está creando un nuevo paradigma en el que empresas, autónomos y emprendedores pueden interactuar de forma más eficiente, flexible y sostenible económicamente.

El auge del trabajo híbrido y su impacto en las zonas rurales

Pero el impacto de la economía colaborativa va más allá. Está íntimamente ligado al auge del trabajo híbrido, un modelo que combina el trabajo presencial con el teletrabajo. Esta modalidad, impulsada por la pandemia, ha demostrado ser una alternativa viable y eficiente para muchas empresas y trabajadores.

El trabajo híbrido ha abierto las puertas a una mayor flexibilidad y conciliación, pero también ha generado un cambio en la percepción del espacio de trabajo. Los coworkings están proliferando en las ciudades, ofreciendo a autónomos y trabajadores híbridos un lugar donde desarrollar su actividad, conectar con otros profesionales y fomentar la sinergia.

Este modelo es especialmente interesante para las zonas rurales, ya que el trabajo híbrido está permitiendo a profesionales cualificados establecerse en pueblos y pequeñas ciudades, huyendo del estrés y el alto coste de vida de las grandes urbes. Este fenómeno, que ya se empieza a observarse en gran medida en nuestro país, puede ser la clave para revitalizar la España vaciada, atrayendo talento y generando nuevas oportunidades económicas.

Cada vez más personas buscan una mayor conexión con la naturaleza, una vida más tranquila y alejada del bullicio urbano. Las zonas rurales ofrecen esto, y el trabajo híbrido y la economía colaborativa son las herramientas que lo hacen posible.

Con la oportunidad de poder trabajar desde cualquier lugar, sumado al menor coste de vida y a la posibilidad de conectar con la esencia tradicional de nuestro país, los pueblos son hoy en día una opción atractiva y viable para muchos.

Si bien no existen estadísticas oficiales que cuantifiquen con exactitud cuántas personas se han mudado a zonas rurales específicamente debido al trabajo híbrido, sí podemos observar indicios de esta tendencia en los datos demográficos.

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en algunos municipios, se ha registrado un saldo positivo. Por ejemplo, la provincia de Soria, a menudo citada como ejemplo de la España vaciada, ha experimentado un ligero aumento de población en algunos de sus municipios más pequeños, un dato esperanzador, pero que debe interpretarse con cautela.



FOTOGRAFÍA DE FREEPIK, VISTA SUPERIOR DEL MUNICIPIO DE BERGA, CATALUÑA

Para que este cambio de tendencia se consolide, es fundamental abordar la brecha digital en las zonas rurales. Organizaciones como *Red Eléctrica Española*, con su programa *Conectando a la España rural*, o *Hispasat*, con su programa de conectividad en las zonas rurales, están trabajando para llevar la conectividad a todos los rincones del país. Garantizar el acceso a internet de alta velocidad es una condición indispensable para que el trabajo híbrido sea una opción viable en los pueblos.

Hacia un nuevo modelo socioeconómico

El panorama socioeconómico español en 2025 es, sin duda, complejo. La inflación es un desafío real, pero la economía colaborativa y el trabajo híbrido están ofreciendo alternativas y oportunidades. La posibilidad de vivir en zonas rurales con un menor coste de vida y una mayor calidad de vida, sin renunciar a un trabajo cualificado, es un factor que puede contribuir a equilibrar la balanza entre las grandes ciudades y la España vaciada.

El futuro, por tanto, nos presenta una oportunidad para repensar nuestro modelo socioeconómico. Un modelo que apueste por la colaboración, la sostenibilidad y la revitalización de las zonas rurales de nuestro país, aprovechando las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías y las nuevas formas de entender el trabajo y la vida. Un futuro donde la esencia de lo tradicional y la innovación se den la mano para construir una España más equilibrada, sostenible y próspera.

Solidaridad en tiempos de adversidad

Todavía nos estremecemos al pensar en el pasado 29 de octubre, el día en que una devastadora DANA golpeó la ciudad de Valencia, dejando a su paso un rastro de inundaciones, angustia y desolación. Esta catástrofe trajo consigo imágenes de calles convertidas en ríos, viviendas arrasadas y familias luchando por rescatar lo poco que podían.

Sin embargo, lo que brilló en medio de la tragedia fue la respuesta del pueblo español, un ejemplo conmovedor de cómo la solidaridad puede unir a un país entero en torno a una causa común. Todos fuimos testigos de cómo voluntarios de todas partes de España, algunos incluso de países vecinos, se desplazaron sin dudar hasta las zonas afectadas para colaborar en labores de limpieza, rescate y reconstrucción.

Gente de todas las edades y procedencias trabajó codo con codo para devolver la esperanza a quienes lo habían perdido todo. La generosidad desbordó las fronteras, y el espíritu colectivo se convirtió en el verdadero motor de la recuperación en las zonas afectadas.

Las redes sociales, a menudo criticadas por fomentar el individualismo, se convirtieron en un auténtico punto de encuentro y coordinación de todas las personas que buscaban ofrecer su ayuda y no sabían cómo.

Cientos de grupos de ayuda se organizaron en cuestión de horas, y diferentes plataformas como *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* se llenaron de mensajes de ánimo, coordinación de esfuerzos y ofertas de ayuda.

En pocas horas, se organizaron grupos de rescate, se crearon cadenas de donaciones y se difundieron listas de necesidades prioritarias, demostrando que la tecnología también puede ser una herramienta poderosa para conectar corazones y acciones.

En un mundo donde parece que el día a día nos consume, donde las preocupaciones individuales parecen ganar terreno, esta tragedia nos recordó algo esencial: vivimos en sociedad.



FOTO DE AMADALVAREZ, BAJO LICENCIA CC BY-SA 4.0, VÍA WIKIMEDIA COMMONS.

La respuesta del pueblo español frente a la tragedia fue un ejemplo conmovedor de cómo la solidaridad puede romper las barreras del individualismo y unir a un país entero en torno a una causa común.

La DANA de Valencia no solo nos dejó imágenes de devastación, sino también historias de humanidad: vecinos que abrieron sus hogares, desconocidos que ofrecieron su tiempo y recursos, comunidades que trabajaron sin descanso. En cada gesto quedó demostrado que, incluso en los momentos más oscuros, somos capaces de encender una luz entre todos.

Hoy, mientras Valencia sigue reconstruyendo su normalidad, queda en nuestra memoria el mensaje más importante: la solidaridad es un reflejo de quienes somos y de lo que podemos lograr juntos. Nos recordó

que, aunque el individualismo parece ganar terreno en nuestra sociedad, en el fondo seguimos siendo un pueblo solidario, dispuesto a tender la mano cuando alguien lo necesita.

Que esta tragedia nos sirva como recordatorio de que somos capaces de grandes cosas cuando nos unimos.

Nunca olvidemos el valor de mirar más allá de nuestro día a día, de detenernos a ofrecer ayuda, por pequeña que sea. Porque al final, cuando unimos nuestras fuerzas, no solo ayudamos a otros a levantarse, también reafirmamos lo mejor de nuestra humanidad.

Calendario de ferias y eventos 2025

Cada año, las ferias y eventos especializados se convierten en puntos de encuentro esenciales para profesionales, proveedores y visionarios que buscan intercambiar conocimientos, descubrir las últimas novedades y fortalecer sus redes comerciales.

El 2025 promete un calendario lleno de oportunidades para inspirarse, cerrar negocios y explorar tecnologías emergentes. Desde exposiciones internacionales hasta conferencias especializadas, estos eventos ofrecen un espacio dinámico para conocer productos innovadores, soluciones sostenibles y tendencias de consumo que moldearán el futuro de la industria.

A continuación, te presentamos una selección de las ferias y eventos más destacados del año, ideales para quienes desean mantenerse a la vanguardia y ampliar sus horizontes comerciales.

ENERO

11-13 VENDIST

Centro de Exposiciones de Estambul, Turquía
<https://vendexturkey.com/>

23-27 SIRHA LYON

EuroExpo de Lyon, Francia
<https://www.sirha-lyon.com/>

FEBRERO

03-05 HORECA BALEARES MALLORCA

Velòdrom Illes Balears de Mallorca, España
<https://horecabaleares.com/>

05-07 H&T

Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, España
<https://hyt.fycma.com/>

17-19 GULFOOD

Dubai World Trade Centre, Emiratos Árabes Unidos
<https://www.gulfood.com/>

26-28 ASIA VENDING & SMART RETAIL EXPO

Dubai World Trade Centre, Emiratos Árabes Unidos
<https://www.gulfood.com/>

26-28 THE NAFEM SHOW

Georgia World Congress Center de Atlanta, EE.UU.
<https://www.thenafemshow.org/>

MARZO

04-05 THE CAMA SHOW

Ctro. Inter. de Convenciones de Toronto, Canadá
<https://vending-cama.com/>

10-12 HIP

IFEMA de Madrid, España
<https://www.expohip.com/>

11-13 HORECA BALEARES MENORCA

Recinto Ferial Mahón de Menorca, España
<https://horecabaleares.com/>

14-18 INTERNORGA

Feria de Hamburgo, Alemania
<https://www.internorga.com/>

18-20 VERSOUS

Centro de Exposiciones de Moscú, Rusia
<https://versous.ru/>

24-26 HORECA BALEARES

Recinto Ferial FECOEV de Ibiza, España
<https://horecabaleares.com/>

25-27 EXPO ANTAD

Expo Guadalajara de Jalisco, México
<https://expoantad.com.mx/>

26 VENDEX MIDLANDS

Estadio MK de Milton Keynes, Reino Unido
<https://www.vend-ex.com/vendex-midlands-2025/>

ABRIL

07-10 SALÓN DE GOURMETS

IFEMA de Madrid, España
<https://www.gourmets.net/salon-gourmets>

08-11 FHA FOOD & BEVERAGE

Singapore Expo, Singapur
<https://fhahoreca.com/>

MAYO

05-08 TUTTOFOOD

Fiera Milano (Rho) de Milán, Italia
<https://www.tuttofood.it/>

15-18 THE LONDON COFFEE FESTIVAL

Cervecería Truman de Londres, Reino Unido
<https://www.londoncoffeefestival.com/>

07-09 THE NAMA SHOW

Las Vegas, EE.UU.
<https://thenamashow.org/>

JUNIO

25-27 VENDING SHOW PARIS

Ctro. Exp. Porte de Versailles de París, Francia
<https://navsa.net/>

26-28 WORLD OF COFFEE GENEVA

Palexpo de Ginebra, Suiza
<https://www.worldofcoffee.org/>

SEPTIEMBRE

02-04 VEND ASEAN

Impact Exhibition Center de Bangkok, Tailandia
<http://www.vendasean.com/>

23-25 BDV VENTRA

Olympiapark de Múnich, Alemania
<https://www.ventra.com/>

OCTUBRE

17-21 HOSTMILANO

Fiera Milano (Rho) de Milán, Italia
<http://www.vendasean.com/>

21-24 IBERHORECA

Sancti Petri – Chiclana de la Frontera, España
<https://www.iberhoreca.com/>

NOVIEMBRE

03-05 GASTRONOMIC FORUM BCN

Recinto Montjuïc de Barcelona, España
<https://www.gastronomicforumbarcelona.com/>

12 VENDEX NORTH

Hipódromo de Doncaster, Reino Unido
<https://www.vend-ex.com/vendex-north-2025/>

(NOV) ANEDA EXPO CONGRESS

Madrid, España
<https://aneda.org/>

uRetail abre las puertas al futuro con FLAPPERS: la revolución de las tiendas automatizadas

uRetail, empresa líder del sector minorista, se lanza a la conquista del futuro con FLAPPERS, su innovadora línea de tiendas automatizadas. Su nuevo modelo de negocio, elimina los pagos físicos para adentrarnos en la nueva era del comercio minorista. Con una propuesta llave en mano y una inversión real cost, uRetail se posiciona en la cima del sector una vez más.

En una era dominada por la tecnología y la búsqueda de la inmediatez, FLAPPERS se presenta como la respuesta a las necesidades del consumidor moderno, ofreciendo una experiencia de compra sin fricciones, disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Para comprender el alcance de FLAPPERS, es fundamental conocer la trayectoria de uRetail: su enfoque se ha caracterizado siempre por apostar por la innovación y la satisfacción del cliente. En un mercado minorista tan competitivo como el actual, la automatización se convierte en una estrategia clave para mantenerse a la vanguardia y adaptarse a las nuevas demandas de los consumidores.

FLAPPERS: La revolución de las tiendas automatizadas

En un mundo donde la inmediatez y la comodidad son esenciales, FLAPPERS se presenta como el líder en la transformación del comercio automatizado, ofreciendo un modelo de negocio innovador que combina tecnología de vanguardia, productos exclusivos y una visión de futuro.

Las tiendas automatizadas FLAPPERS no son sólo máquinas expendedoras, sino verdaderos puntos de venta inteligente, abiertos 24/7, diseñados para satisfacer las demandas de un consumidor moderno, amante de la tecnología y gustoso de una experiencia de compra rápida y eficiente.

Estas tiendas, disponibles las 24 horas, eliminan las barreras tradicionales del comercio minorista, permitiendo a los clientes realizar compras rápidas, con pagos digitales y sin contacto, una tendencia que ha crecido exponencialmente desde la pandemia.

Con tecnología avanzada que permite gestionar inventarios, analizar patrones de compra y ofrecer combos personalizados, FLAPPERS no solo facilita la vida de los consumidores, sino que también maximiza la rentabilidad de los emprendedores.

Un modelo de negocio accesible

En el competitivo mundo de la venta al por menor, FLAPPERS ofrece una solución llave en mano que incluye la instalación de las máquinas, la formación y el soporte técnico. Además, su plataforma de gestión permite a los propietarios controlar sus equipos de manera remota, optimizando su operación y asegurando un rendimiento constante.

Para aquellos interesados en emprender, FLAPPERS se posiciona como una oportunidad ideal, eliminando las limitaciones de horarios y personal. Esto hace que las tiendas automatizadas sean una inversión atractiva, especialmente en un mercado competitivo donde la eficiencia es clave. Otro de los grandes pilares de este modelo de negocio, es la versatilidad de ubicación que ofrece. En las ciudades, el público objetivo se centra en capturar consumidores en áreas de alta densidad. En los pueblos, su principal fortaleza es la falta de competencia directa y la fidelización de las comunidades locales pequeñas.

Innovación y sostenibilidad

FLAPPERS también está comprometido con la sostenibilidad. Sus máquinas están diseñadas para ser eficientes energéticamente, y se alienta al uso de envases reciclables y productos locales en sus catálogos. Esto no solo refuerza la responsabilidad con el medio ambiente, sino que también mejora la percepción de la marca entre los consumidores.

La integración de métodos de pago digitales, como Bizum o Google/Apple Pay, junto con la acumulación de puntos en compras, también resalta su capacidad de adaptarse a las nuevas tendencias de consumo. FLAPPERS no solo vende productos, sino que crea experiencias de compra únicas, personalizadas y alineadas con las expectativas del mercado actual.

FLAPPERS, una apuesta audaz por el futuro del comercio

Con FLAPPERS, uRetail se posiciona a la vanguardia de la innovación en el sector minorista. Esta nueva línea de tiendas automatizadas no solo responde a las necesidades del consumidor actual, sino que también abre un abanico de posibilidades para el futuro del comercio. El éxito de este modelo de negocio se centra en ofrecer una propuesta de valor sólida que combina la tecnología, la eficiencia y la experiencia de compra personalizada. Así, FLAPPERS se presenta como una iniciativa audaz que podría transformar la forma en que compramos, convirtiéndose así en un referente en el sector y consolidando una vez más el liderazgo de uRetail.



Sistema Unobo Connect

Basado en 4 pilares que son la esencia de nuestro modelo vending digitalizado, que te permitirán gestionar eficientemente tu negocio y potenciarlo día a día.

- APP MÓVIL Y WEBAPP
- PANEL DE CONTROL
- MARKETING DIGITAL
- SERVICIO TÉCNICO

EXPERIENCIA DE COMPRA

Con sólo escanear un **código QR**, el cliente tiene acceso al amplio catálogo de productos de la tienda. Puede seleccionar cada uno, ver su descripción ampliada y agregarlo a su carrito de compras. Tanto la **App** como la **Webapp** permiten abonar la compra mediante **tarjetas bancarias, Bizum y wallet**. La App además ofrece un **sistema de fidelización** de clientes mediante acumulación de puntos y otorgando descuentos.



VERIFICACIÓN DE EDAD

La **verificación de edad biométrica** permite autorizar la compra de productos de venta restringida a menores de edad. Con un simple escaneo de un documento válido internacional y una selfie, cada usuario puede verificar su perfil para comprar desde la App de **FLAPPERS** sin ningún tipo de restricción.

Permite incorporar productos como vapores sin nicotina y CBD.

TIENDA DE PUNTOS

Nuestra **Tienda de Puntos** permite a los usuarios acumular beneficios con cada compra realizada para poder canjearlo por **premios espectaculares**. Los usuarios obtienen puntos al registrarse por primera vez en la App, al verificar su edad y con cada compra que realizan.

El sistema de fidelización de clientes también ofrece descuentos en días como **Black Friday**.

La automatización como factor de diferenciación competitiva

En el actual panorama empresarial, caracterizado por una competencia implacable y una evolución tecnológica constante, la automatización se ha consolidado como un elemento clave para el éxito, que permite a las empresas diferenciarse, ofrecer productos y servicios innovadores, mejorar la experiencia del cliente y responder con mayor agilidad a las fluctuaciones del mercado.

Las empresas que integran la automatización en sus estrategias obtienen una serie de ventajas significativas en todos sus procesos. En primer lugar, impulsa la productividad al liberar a los empleados de tareas repetitivas y procesos manuales, permitiéndoles enfocarse en actividades de mayor valor añadido, como la innovación, la estrategia y la atención al cliente. Esto se traduce en una mayor eficiencia, mejor experiencia del cliente y en un mejor aprovechamiento del talento humano.

Es fundamental comprender que la automatización no busca eliminar puestos de trabajo, sino redistribuir los esfuerzos dentro de una empresa. Es necesario romper con este sesgo y, en lugar de verla como una amenaza, considerarla una oportunidad para potenciar la eficiencia y fomentar la innovación.

En segundo lugar, la automatización reduce costes al optimizar el uso de recursos, minimizar errores humanos y agilizar procesos. Al eliminar la intervención manual en tareas susceptibles a fallos, contribuye a mejorar la calidad y la consistencia de los productos y servicios. Además, permite a las empresas adaptarse rápidamente a las fluctuaciones de la demanda y escalar sus operaciones de forma eficiente.

Sin embargo, la automatización no se limita únicamente a la eficiencia y la reducción de costes. También es un motor de innovación y diferenciación. Facilita la adopción de nuevas tecnologías y la creación de productos y servicios disruptivos, permitiendo a las empresas destacar en un mercado cada vez más saturado.

Diversas empresas líderes en el mercado han demostrado cómo la automatización puede ser un catalizador del éxito. En Europa, el crecimiento de las *startups* está impulsado por factores como la inversión en I+D, el apoyo gubernamental a la innovación y la creciente demanda de soluciones de automatización en diversos sectores.

UiPath

Ejemplo de *startup* europea es la empresa rumana *UiPath*, que se ha posicionado como líder en el campo de la automatización robótica de procesos (RPA). *UiPath* ofrece una plataforma integral que permite a las empresas de diferentes sectores automatizar tareas repetitivas y optimizar sus flujos de trabajo.

Su plataforma facilita la creación de robots de *software* que pueden interactuar con diversas aplicaciones y sistemas, imitando las acciones humanas para realizar una variedad de tareas. Gracias a su interfaz intuitiva, incluso usuarios sin experiencia en programación pueden diseñar robots de *software*, lo que facilita la adopción de la RPA en todas las empresas.

La plataforma de *UiPath* no solo permite la automatización de tareas individuales, sino que también facilita la orquestación y gestión de robots a gran escala. Esto permite a las empresas transformar digitalmente procesos completos, mejorando la eficiencia y la productividad en toda la organización. Además, *UiPath* ofrece una gama de servicios que complementan su plataforma, incluyendo consultoría, formación y soporte técnico, para ayudar a las empresas a implementar y aprovechar al máximo la RPA.

Exotec

En el competitivo mundo del comercio electrónico, la eficiencia en la gestión de almacenes es crucial para el éxito. Y es en este ámbito donde *Exotec*, una *startup* francesa fundada en 2015, está causando sensación. Su innovador sistema de robots escaladores, llamado *Skypod*, está revolucionando la forma en que las empresas almacenan y gestionan sus productos, ofreciendo una solución flexible y escalable para optimizar la logística.

El sistema *Skypod* se basa en una flota de robots autónomos que se mueven en tres dimensiones dentro de los almacenes. Estos robots, capaces de alcanzar alturas de hasta 12 metros, se desplazan por el suelo y escalan las estanterías para recoger los productos y llevarlos a las estaciones de preparación de pedidos. Esta tecnología elimina la necesidad de que los operarios recorran largas distancias dentro del almacén, aumentando significativamente la eficiencia y la velocidad de preparación de pedidos.

Una de las claves del éxito de *Exotec* es la flexibilidad de su sistema. *Skypod* se adapta a las necesidades específicas de cada almacén, pudiendo integrarse con sistemas de gestión de almacenes existentes y ajustarse a diferentes tipos de productos y flujos de trabajo. Además, ofrecen un sistema escalable, que permite a las empresas aumentar o disminuir la capacidad del almacén según sus necesidades, simplemente añadiendo o retirando robots.





Soluciones integrales para empresas inteligentes

www.bonoboservices.com

   @bonoboservices

Acento Robotics

La seguridad en entornos exteriores presenta desafíos únicos. Terrenos irregulares, obstáculos imprevistos y la necesidad de una vigilancia constante demandan soluciones innovadoras. *Ascento Robotics*, una *startup* suiza, está respondiendo a este desafío con una propuesta que combina la robótica ágil con la inteligencia artificial: robots de dos ruedas diseñados para la vigilancia exterior autónoma.

Estos robots, que recuerdan a un ágil bípedo con ruedas, son capaces de navegar por terrenos complejos, subir escaleras y superar obstáculos con sorprendente facilidad. Equipados con cámaras de alta resolución, sensores térmicos y tecnología de visión artificial, los robots de *Ascento* proporcionan una vigilancia constante y precisa, detectando anomalías y posibles amenazas de forma autónoma.

La capacidad de estos robots para patrullar libera a los guardias de seguridad humanos de tareas repetitivas y les permite concentrarse en situaciones que requieren intervención directa. Además, la información recopilada por los robots en tiempo real mejora la capacidad de respuesta ante incidentes y proporciona datos valiosos para la toma de decisiones en materia de seguridad.

Ascento Robotics ofrece soluciones personalizadas para diferentes sectores, desde la vigilancia de instalaciones industriales y almacenes hasta la protección de campus universitarios y parques solares. Su tecnología está diseñada para integrarse con los sistemas de seguridad existentes, proporcionando una capa adicional de protección y optimizando la eficiencia de las operaciones de seguridad.

Bonobo

El sector del vending también está experimentando una transformación digital, y **Bonobo Services** se encuentra a la vanguardia de esta revolución con su innovadora solución **Unobo**.

Aunque este sector ya contaba con gran parte de su actuación automatizada, **Unobo** ha desarrollado una plataforma integral que combina una aplicación móvil, un panel de control inteligente y una serie de funcionalidades adicionales que optimizan todavía más la gestión de máquinas expendedoras, para ofrecer una experiencia de compra moderna y mucho más atractiva.

La aplicación móvil de Unobo es la puerta de entrada a una nueva forma de interactuar con las máquinas de vending.

A través de la app, los usuarios pueden explorar el catálogo de productos disponibles en la máquina, realizar compras sin contacto utilizando sus teléfonos móviles, y acceder a información detallada sobre cada producto, como ingredientes, alérgenos y valores nutricionales. La app también permite a los usuarios gestionar sus métodos de pago, acumular puntos de fidelización y recibir notificaciones personalizadas con ofertas y promociones.

Por otra parte, el panel de control proporciona a los operadores de máquinas expendedoras una herramienta poderosa para gestionar sus operaciones con precisión y eficiencia. A través del panel, los operadores pueden monitorizar las ventas en tiempo real, identificar los productos más populares, controlar el inventario y programar la reposición de productos.

Además permite gestionar la atención al cliente, configurar diferentes roles de usuario con distintos niveles de acceso, y analizar datos para tomar decisiones más informadas.

Unobo ofrece una serie de funcionalidades adicionales que permiten a los operadores personalizar y enriquecer la experiencia de vending. Entre estas funcionalidades se encuentran la verificación de edad biométrica para la venta de productos restrin-

gidos, un sistema de fidelización para recompensar a los clientes habituales, un módulo de IA predictiva para optimizar la gestión del inventario y las estrategias de venta, y un CRM integrado para gestionar las relaciones con los clientes.

La versatilidad de la tecnología de **Unobo** la hace aplicable a una amplia gama de servicios *unattended*.

Su capacidad para integrar pagos móviles, control de inventario, interacción con el usuario a través de una aplicación móvil y análisis de datos la convierte en una solución ideal para sectores como gasolineras, parkings y neveras inteligentes.

En gasolineras, permite el pago en surtidores, el control de inventario de combustible y ofertas personalizadas a través de la app. En parkings, facilita el pago automático a través de la app, la gestión de reservas y el control de acceso. En neveras inteligentes, el control de acceso, el pago por producto a través de la app, y la monitorización de inventario y temperatura.

El futuro de la automatización en Europa

La automatización está transformando el panorama laboral en Europa. Se estima que para 2030, entre el 37% y el 69% de los empleos en la UE podrían ser parcialmente automatizados. Esto plantea desafíos, como la necesidad de *reskilling* y la adaptación a las nuevas tecnologías. Sin embargo, también ofrece oportunidades para aumentar la productividad, crear nuevos empleos y mejorar la competitividad de las empresas europeas.

En un mundo cada vez más digitalizado, la automatización seguirá desempeñando un papel fundamental en el éxito empresarial. Las empresas que adopten la automatización de forma estratégica y responsable estarán mejor posicionadas para competir en el mercado global, impulsar la innovación y crear valor para sus clientes y la sociedad en general.

La era de la automatización en HORECA



La automatización ha llegado para transformar profundamente la industria HORECA. La integración de tecnología avanzada está cambiando la forma en que los negocios operan, mejorando la eficiencia, reduciendo costos y llevando la personalización del servicio a un nuevo nivel.

Este fenómeno no solo responde a la necesidad de adaptarse a las nuevas demandas del mercado, sino también a una búsqueda constante de experiencias únicas y memorables para los consumidores. La adopción tecnológica promete revolucionar el sector de manera integral, con impactos significativos en la gestión operativa, la experiencia del cliente y la sostenibilidad.

Innovación en restauración y hotelería

Los restaurantes están adoptando tecnologías como sistemas de comandas digitales, robots cocineros y asistentes de cocina autónomos. Empresas como *Miso Robotics*, creadora del robot *Flippy*, han demostrado cómo los robots pueden manejar tareas repetitivas, mejorando la consistencia y reduciendo los tiempos de preparación. Los robots de cocina son capaces de freír, voltear hamburguesas y realizar tareas de ensamblaje de alimentos, liberando al personal para concentrarse en la creatividad culinaria y la atención al cliente. Además, las plataformas de gestión de inventarios automatizadas están ayudando a los gerentes a minimizar el desperdicio y optimizar los pedidos de suministros.

En la hotelería, la digitalización ha evolucionado con kioscos de *check-in* automáticos, cerraduras inteligentes y asistentes virtuales impulsados por inteligencia artificial. Los hoteles de cadenas internacionales, como *Marriott*, han implementado tecnologías que permiten que los huéspedes accedan a sus habitaciones sin llaves físicas, mejorando tanto la seguridad como la comodidad. Los asistentes virtuales integrados en las habitaciones pueden ajustar la temperatura, las luces o responder preguntas sobre servicios, ofreciendo una experiencia personalizada y fluida.

El uso de aplicaciones móviles y kioscos de autoservicio en cafeterías está revolucionando la forma en que los clientes interactúan con los establecimientos. Estos sistemas permiten a los usuarios personalizar sus bebidas, realizar pedidos con antelación y pagar desde sus dispositivos móviles. Además, tecnologías emergentes como la preparación de café robotizada están ofreciendo un servicio más rápido, reduciendo los tiempos de espera durante las horas pico.

Desafíos y oportunidades del futuro automatizado

La inteligencia artificial está impulsando la personalización de manera sin precedentes. Mediante el análisis de datos, las plataformas de IA pueden identificar patrones de consumo, preferencias de sabor y tendencias emergentes, permitiendo a los negocios anticiparse a las necesidades del cliente. Por ejemplo, las recomendaciones de menú adaptadas a las preferencias dietéticas o las ofertas basadas en el historial de compras están mejorando la satisfacción del consumidor y aumentando las ventas.

La pandemia, por ejemplo, aceleró la adopción de robots de entrega autónomos, una solución que reduce costos de personal y mejora la conveniencia. Empresas como *Starship Technologies* y *Nuro* han implementado flotas de robots capaces de realizar entregas locales, garantizando tiempos de envío más rápidos y reduciendo la dependencia del transporte tradicional. Estos robots, equipados con sensores avanzados y navegación autónoma, están diseñados para operar en entornos urbanos densos.

La sostenibilidad también es un área clave donde la automatización está haciendo una diferencia. Sensores inteligentes para el control del consumo de energía y agua están ayudando a reducir costos

operativos y el impacto ambiental. Los sistemas automatizados de gestión de residuos permiten separar materiales reciclables de manera más eficiente, contribuyendo a prácticas más sostenibles.

La adopción de nuevas tecnologías no está exenta de desafíos. Las barreras económicas pueden ser significativas, ya que muchas soluciones automatizadas requieren una inversión inicial elevada.

Además, la implementación efectiva exige capacitación especializada para garantizar que el personal se adapte a los nuevos sistemas. La preocupación por la pérdida de empleos ha generado debates éticos sobre el equilibrio entre eficiencia tecnológica y empleo humano. Sin embargo, los defensores de la automatización argumentan que esta puede liberar al personal de tareas repetitivas, permitiéndoles enfocarse en la creatividad y la interacción humana, aspectos fundamentales en la experiencia del cliente.

La automatización está redefiniendo el panorama de HORECA, impulsando eficiencia, personalización y sostenibilidad. Los negocios que adopten estas tecnologías no solo mejorarán sus operaciones, sino que también brindarán experiencias excepcionales, asegurando su relevancia en un mercado altamente competitivo. La era de la automatización no es un concepto futurista: ya es una realidad palpable que está marcando la diferencia en la manera en que se gestiona la hospitalidad moderna.

Robots camareros, la automatización y el futuro de la hostelería

La hostelería, un sector tradicionalmente definido por la interacción humana y la calidez en el servicio, se encuentra inmersa en una transformación tecnológica sin precedentes.

Estos robots, que ya no son una fantasía futurista, se están convirtiendo en una presencia cada vez más común en restaurantes de todo el mundo. Equipados con tecnología de punta, como sistemas de navegación, sensores y cámaras, se mueven con autonomía por el local, transportando pedidos, recibiendo a los comensales e incluso interactuando con ellos de forma básica.

La incorporación de robots camareros no solo aporta un toque de modernidad e innovación al restaurante, sino que también ofrece una serie de ventajas tangibles. En primer lugar, aumentan la eficiencia del servicio, al agilizar la entrega de pedidos y reducir los tiempos de espera. Esto se traduce en una mayor rotación de mesas y una mejor experiencia para el cliente.

Además, los robots camareros liberan al personal humano de tareas repetitivas y mecánicas, permitiéndoles concentrarse en aspectos más importantes, como la atención personalizada al cliente, la elaboración de platos o la gestión del restaurante. Esto no solo mejora la calidad del servicio, sino que también puede contribuir a reducir los costes laborales a largo plazo.

La automatización en la hostelería no se limita a los robots camareros. La robótica y la inteligencia artificial se están aplicando en diversas áreas, como la cocina, con robots que automatizan la preparación de alimentos; la gestión de inventario, con sistemas que controlan el stock de productos y optimizan las compras; y la atención al cliente, con chatbots que interactúan con los comensales y resuelven sus dudas.

Es importante destacar que la automatización no pretende sustituir por completo al personal humano, sino complementarlo y optimizar los procesos. El futuro de la hostelería se vislumbra como un espacio donde la tecnología y la humanidad colaboran para ofrecer una experiencia gastronómica más completa y satisfactoria.

La automatización en la hostelería es una tendencia en auge que está transformando la industria. Los robots camareros, junto con otras innovaciones tecnológicas, se presentan como herramientas que, bien utilizadas, pueden mejorar la eficiencia, la calidad del servicio y la experiencia del cliente. El reto para el sector consiste en integrar la tecnología de forma inteligente, manteniendo la esencia del trato humano y la calidez que caracterizan a la hostelería.

En definitiva, la era de los robots camareros ha llegado para quedarse. Su presencia en los restaurantes ya no es una curiosidad, sino una realidad que está redefiniendo la industria y planteando nuevos desafíos para el futuro. La clave del éxito radicará en encontrar el equilibrio entre la eficiencia de la tecnología y la calidez del trato humano, para ofrecer una experiencia gastronómica que satisfaga las expectativas de los clientes del siglo XXI.





El modelo de franquicia se ha convertido en una de las vías más atractivas para los emprendedores que buscan iniciar o expandir un negocio con el respaldo de una marca consolidada.

En el contexto actual, donde la eficiencia operativa y la capacidad de adaptación son clave, las franquicias ofrecen una solución integral: minimizar riesgos, acelerar el retorno de la inversión y proporcionar un modelo probado de éxito.

La demanda creciente de franquicias se explica por varios factores. Primero, los emprendedores valoran el soporte constante que las franquicias ofrecen, desde capacitación inicial hasta acompañamiento continuo en marketing, gestión y operaciones. Además, el uso de herramientas tecnológicas avanzadas y la estandarización de procesos permiten a los franquiciados concentrarse en gestionar y hacer crecer el negocio, en lugar de partir de cero.

Un sector donde este modelo ha ganado especial relevancia es el de HORECA. La rapidez de ejecución, la capacidad para ajustarse a tendencias emergentes y la posibilidad de ofrecer productos personalizados o experienciales son atributos que las franquicias bien estructuradas pueden garantizar.

Los beneficios para los emprendedores son numerosos. Con una inversión inicial planificada y costes recurrentes controlados, es posible alcanzar rentabilidades atractivas incluso en mercados com-

petitivos. Pero el éxito de una franquicia también está ligado al compromiso del franquiciado y a su capacidad de alinearse con los valores y estrategias de la marca.

Las franquicias también destacan por su capacidad de adaptarse rápidamente a las necesidades del mercado, implementando nuevas tecnologías y estrategias comerciales que responden a los cambios en los hábitos de consumo. Este dinamismo las convierte en una opción ideal para aquellos emprendedores que buscan innovar sin asumir riesgos innecesarios.

Además, el apoyo continuo de los franquiciadores asegura que los franquiciados puedan sortear con éxito los desafíos operativos y administrativos. Desde la elección del local hasta la implementación de estrategias de marketing y gestión de inventarios, cada aspecto del negocio está cuidadosamente diseñado para optimizar resultados.

Un aspecto clave del éxito de las franquicias es su capacidad para establecer conexiones emocionales con los clientes a través de una experiencia de marca coherente.

Esto no solo genera fidelidad entre los consumidores, sino que también asegura la sostenibilidad a largo plazo de la operación.

En términos de impacto económico, las franquicias son un motor de crecimiento local y regional. Al generar empleo y fomentar la actividad económica en comunidades diversas, contribuyen significativamente al desarrollo social y financiero. Por ejemplo,

en el sector HORECA, las franquicias han transformado cómo los consumidores acceden a productos y servicios, ofreciendo soluciones flexibles y adaptadas a sus estilos de vida.

Es importante también destacar que las franquicias no solo benefician a quienes deciden emprender, sino también al mercado en general. Ofrecen productos y servicios de alta calidad que, al estandarizarse, generan confianza en el consumidor. Por otro lado, su presencia en diversas regiones impulsa economías locales y genera empleo.

Con la globalización y los cambios en las preferencias de los consumidores, las franquicias están constantemente innovando para mantenerse relevantes. Muchas marcas están adoptando estrategias de sostenibilidad, integrando tecnologías de punta y mejorando la experiencia del cliente. Estas iniciativas no solo benefician a los franquiciados, sino también contribuyen a fortalecer la percepción de la marca entre los consumidores finales.

En definitiva, las franquicias se han convertido en un catalizador del emprendimiento moderno, combinando la ambición empresarial con la seguridad y el respaldo de modelos de negocio consolidados. En un mundo cada vez más globalizado y competitivo, las franquicias representan una opción estratégica para aquellos que buscan maximizar su potencial empresarial con el soporte adecuado.

El boom de las franquicias: un emprendimiento acompañado

ENTREVISTA A SERGIO LEÓN CARRILLO,
EMPRENDEDOR METRO24st EN LLIRIA

METRO24st Éxito consolidado en el vending 24/7

En este panorama de oportunidades y retos, METRO24st se posiciona como una referencia en el mundo de las tiendas asociadas de vending. Con un modelo basado en la automatización y la innovación, la marca comercializa tiendas de máquinas expendedoras operativas las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Esta propuesta no solo se alinea con las necesidades del consumidor moderno, sino que también ofrece a los inversores una oportunidad de negocio robusta y rentable.

Uno de los principales diferenciadores de esta cadena de tiendas es su apuesta por la tecnología. La empresa ha desarrollado una aplicación móvil que permite a los usuarios interactuar con las máquinas de forma rápida y eficiente, facilitando compras digitales y con un sistema de puntos que fideliza al cliente. Además, la conectividad de las máquinas garantiza una gestión ágil de inventarios y un servicio técnico preventivo.

La flexibilidad del modelo METRO24st permite a los emprendedores adaptarse a diversos perfiles de cliente y ubicaciones, desde entornos urbanos de alta densidad hasta espacios corporativos o zonas de ocio. Este enfoque diversificado ha contribuido al crecimiento rápido de la red de franquicias y al incremento sostenido de la rentabilidad de sus operadores.

Emprender no es tarea fácil, pero con el acompañamiento adecuado, los desafíos se convierten en oportunidades. Sergio nos comparte su visión sobre el modelo de negocio, los desafíos y las satisfacciones de emprender en el mundo del vending automatizado.

¿Qué le motivó a emprender con METRO24st en lugar de otro tipo de negocio o franquicia?

La mayor ventaja de invertir en un modelo de franquicia es la de tener un negocio llave en mano con un sistema de gestión óptimo y probado ya en el mercado. También es muy importante que METRO24st, a diferencia de otras empresas, no exige cánones iniciales ni royalties mensuales.

¿Considera que la inversión en una franquicia METRO24st es rentable? ¿Qué consejos daría a otros emprendedores interesados?

Aunque sea un negocio de vending en el que todo es automatizado es fundamental estar presente en el momento inicial, realizar las formaciones y el seguimiento del negocio. Un trabajo con dedicación en el inicio evitará muchos problemas a futuro.

¿Qué tipo de soporte y formación le ha proporcionado METRO24st? ¿Se siente acompañado en la gestión de su negocio?

Me han proporcionado una formación adecuada y una plataforma digital para gestionar muy intuitiva y accesible. A eso hay que sumarle el apoyo constante de todos los departamentos involucrados en la gestión del negocio.

METRO24st se destaca por su innovación tecnológica. ¿Qué herramientas o funcionalidades le resultan más útiles en su día a día?

La APP de METRO24st para la gestión del negocio te permite tener información en tiempo real de factores importantes, como las ventas y los stocks.

¿Cómo ha logrado conciliar su vida personal con la gestión de una tienda 24/7? ¿Qué consejos daría a otros emprendedores en este sentido?

La conciliación es muy sencilla ya que puedes realizar las gestiones de tu negocio en cualquier momento del día. Muchas de esas gestiones las puedes hacer incluso desde tu casa. Es muy importante dejarse asesorar por METRO24st a la hora de escoger la ubicación de tu negocio, así como cumplir las características que te indiquen.

¿Cómo te ayuda la app a gestionar tu inventario y controlar las ventas?

Si llevas un control de stock desde el momento de la apertura y trasladas todos esos datos a la aplicación para gestionarlo, obtendrás un mayor control de tu negocio en tiempo real desde cualquier sitio. Este control te ayuda a ahorrar muchísimo tiempo en la reposición de productos e incluso optimiza la gestión de compras sin la necesidad de estar en la tienda.

¿Qué ventajas crees que ofrece la app de METRO24st frente a la competencia en el sector de las tiendas de conveniencia 24h? ¿Qué la hace destacar?

Otras empresas no ofrecen aplicaciones de venta ni gestión. Lo que más destaca es que la APP es muy intuitiva, fideliza los clientes y permite comprar en varias máquinas con un solo clic y en un solo pago.

¿Consideras que la app te ayuda a diferenciarte de otras tiendas de conveniencia tradicionales? ¿Por qué?

La App es muy moderna, se adecúa a los tiempos en que "todo es online", es algo que le encaja muy bien al público joven. También la verificación de edad posibilita vender productos de forma legal que otras tiendas de vending no pueden comercializar.

Marketing automatizado: la revolución silenciosa que está transformando la hostelería

Mientras el debate sobre la robotización en la hostelería acapara titulares, una revolución silenciosa se está gestando entre fogones y reservas online: el marketing automatizado.

Los ojos de la imagen futurista de androides sirviendo mesas, esta tecnología se centra en optimizar la gestión de clientes y personalizar la comunicación, ofreciendo a restaurantes y hoteles una herramienta poderosa para competir en un mercado cada vez más exigente.

¿Imaginas enviar ofertas personalizadas a clientes que celebran su aniversario? ¿O recordarles automáticamente su próxima reserva con un menú adaptado a sus preferencias? El marketing automatizado permite todo esto y mucho más. Gracias a plataformas que integran datos de clientes, historial de consumo y comportamiento online, los negocios pueden segmentar su público y crear campañas de comunicación a medida, desde emails y SMS hasta notificaciones push o mensajes en redes sociales.

La clave está en ofrecer al cliente el mensaje adecuado, en el momento oportuno y a través del canal correcto. El marketing automatizado nos permite dejar de lado las acciones genéricas y masivas para centrarnos en una comunicación personalizada que genere un impacto real.

Pero las ventajas van más allá de la fidelización. La automatización también agiliza tareas repetitivas como la gestión de redes sociales, la publicación de contenidos o el análisis de resultados. Las plataformas de marketing automatizado nos permiten ahorrar tiempo y recursos, lo que se traduce en una mayor eficiencia y rentabilidad.

La adopción del marketing automatizado en la hostelería española aún es incipiente. Muchos negocios desconocen las posibilidades que ofrece o se sienten abrumados por la complejidad de las herramientas. Sin embargo, la creciente competencia y las expectativas cada vez mayores de los clientes están impulsando su implementación.

El marketing automatizado ya no es una opción, sino una necesidad para cualquier negocio HORECA que quiera sobrevivir y prosperar en el siglo XXI.

CHATBOTS

Imagina un recepcionista incansable, capaz de atender a los clientes en cualquier momento del día o de la noche, resolviendo sus dudas y gestionando reservas de forma automática. Eso es precisamente lo que ofrecen los *chatbots*. Integrados en el sitio web o en plataformas de mensajería como *WhatsApp*, estos asistentes virtuales interactúan con los usuarios, proporcionan información sobre un hotel o restaurante, recogen datos de contacto e incluso procesan pedidos o reservas.

EJEMPLO . Un hotel puede implementar un chatbot que responda preguntas frecuentes sobre horarios de check-in, servicios del hotel, disponibilidad de habitaciones y precios. Además, puede guiar al usuario en el proceso de reserva, solicitando datos como fechas de estancia, número de personas y tipo de habitación.

PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

Fidelizar a los clientes es clave para el éxito de un negocio HORECA. Los programas de fidelización automatizados permiten recompensar a los clientes habituales con puntos, descuentos, regalos o beneficios exclusivos. Estos programas no solo incentivan la repetición de compra, sino que también ayudan a recopilar datos valiosos sobre las preferencias de los clientes.

EJEMPLO . Un restaurante puede implementar un programa de fidelización que otorgue puntos por cada visita o consumo. Al acumular cierta cantidad de puntos, los clientes podrían canjearlos por platos gratuitos, descuentos en su próxima comida o invitaciones a eventos exclusivos.

GESTIÓN DE REPUTACIÓN ONLINE

En la era digital, la reputación online es fundamental para cualquier negocio HORECA. Las herramientas de gestión de reputación online permiten monitorizar las opiniones y comentarios de los clientes en portales como *TripAdvisor*, *Google My Business* o *Yelp*. Además, facilitan la respuesta a estos comentarios, tanto positivos como negativos, mostrando a los clientes que realmente importa su opinión.

EJEMPLO . Un restaurante puede utilizar una herramienta de gestión de reputación online para recibir alertas cada vez que se publica una nueva reseña en Google My Business. De esta forma, puede responder rápidamente a los comentarios, agradecer las opiniones positivas y ofrecer soluciones a las quejas o sugerencias de mejora.

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¿Qué mejor forma de optimizar el servicio que preguntando directamente a los clientes? Las encuestas de satisfacción automatizadas permiten recopilar *feedback* valioso sobre la experiencia de los clientes, identificar áreas de mejora y tomar decisiones basadas en datos reales.

EJEMPLO . Un hotel puede enviar automáticamente una encuesta de satisfacción a sus huéspedes después de su estancia, preguntándoles sobre aspectos como la limpieza de las habitaciones, la amabilidad del personal, la calidad del desayuno o la conexión Wi-Fi.

El impacto de las neveras inteligentes

Las neveras inteligentes están marcando el futuro de la experiencia de compra en el sector HORECA, combinando tecnología con un diseño intuitivo para el usuario.

Estas máquinas permiten a los clientes elegir productos directamente del frigorífico, y luego, mediante sistemas avanzados como la identificación por radiofrecuencia (RFID), sensores de peso o cámaras con reconocimiento visual, los cargos se realizan automáticamente en su tarjeta bancaria.

Por ejemplo, modelos como la NV001 incorporan tecnologías que detectan la retirada de productos mediante cámaras y algoritmos de inteligencia artificial, permitiendo un reconocimiento preciso del artículo. Estos equipos cuentan con tres pilares tecnológicos que incluyen: pantallas interactivas, que guían al cliente durante el proceso de compra; sensores avanzados, capaces de diferenciar incluso productos similares; y pagos automáticos que aceptan transacciones digitales con tarjetas, Bizum o códigos QR.

Realizar una compra es de lo más sencillo: el usuario escanea un código QR para abrir la nevera, y realiza un pago anticipado de un importe simbólico, selecciona los productos y cierra la puerta. En ese momento, la tecnología implementada identifica los artículos retirados y finaliza el cobro de forma automática.

Las ventajas de las neveras inteligentes

Las neveras inteligentes están revolucionando la forma en que los negocios gestionan la venta y conservación de productos, gracias a su combinación de tecnología avanzada y diseño práctico.

Experiencia del cliente mejorada

Eliminan las colas y ofrecen un servicio rápido, esencial en entornos como hoteles, aeropuertos o gimnasios.

Optimización operativa

Gracias a la monitorización remota, es posible gestionar inventarios y necesidades de reposición de manera eficiente.

Incremento de las ventas

Según datos de fabricantes, estas neveras han mostrado un aumento en las ventas de hasta un 30% en comparación con métodos tradicionales, debido a su conveniencia.

Versatilidad

Son ideales para productos perecederos como bebidas, snacks, lácteos o platos preparados. Además, su capacidad puede variar desde 150 hasta 500 productos en un solo equipo, dependiendo del modelo.

Desafíos por resolver

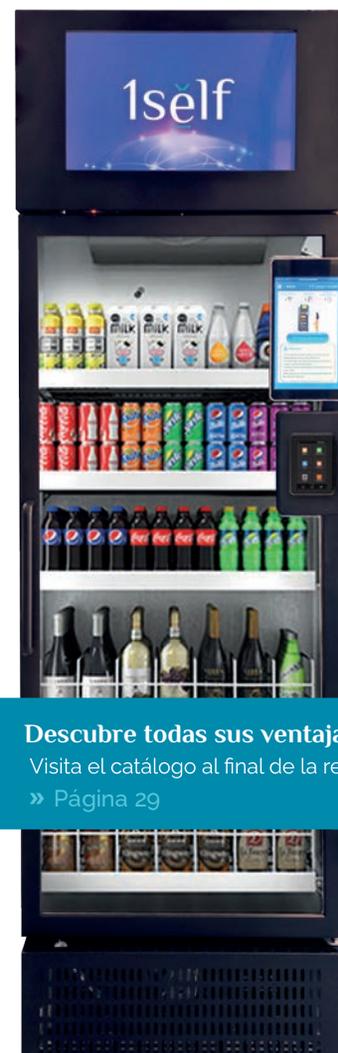
Aunque estas soluciones ofrecen múltiples ventajas, también enfrentan retos que deben abordarse para su adopción masiva. En primer lugar, el coste inicial elevado representa una barrera significativa, especialmente para pequeños negocios.

Otro desafío es la calibración precisa de los sistemas. Sensores y cámaras deben configurarse adecuadamente para evitar errores en la identificación y el cobro de productos, un reto particularmente importante en el caso de artículos con tamaños o pesos similares. Este nivel de precisión es crucial para garantizar una experiencia sin fricciones para los usuarios.

Además, la seguridad y privacidad se han convertido en aspectos clave. Dado que estas neveras inteligentes utilizan datos biométricos o de consumo, es imprescindible garantizar la protección de esta información sensible frente a posibles vulnerabilidades o accesos no autorizados.

Por último, la adopción tecnológica plantea sus propios retos.

Estas neveras requieren una conexión a internet estable y sistemas compatibles para integrarse eficazmente con plataformas de gestión existentes, lo que puede ser un obstáculo en entornos donde la infraestructura tecnológica no está completamente desarrollada.



Descubre todas sus ventajas

Visita el catálogo al final de la revista.

» Página 29

La innovación y la automatización del frío

Empresas como 1self Vending han implementado estas soluciones en diversos entornos con gran éxito. Por ejemplo, en gimnasios de alta gama, estas neveras permiten ofrecer snacks saludables y bebidas isotónicas disponibles las 24 horas. Asimismo, en corners de hoteles, se han instalado neveras inteligentes que expenden bebidas con graduación alcohólica, integrando un sistema de verificación de edad biométrica para garantizar el cumplimiento legal. Además, estas máquinas cuentan con un programa de fidelización que premia a los clientes con puntos por cada compra.

Las neveras inteligentes son una propuesta revolucionaria para el sector HORECA, ofreciendo automatización, eficiencia y una experiencia de usuario sobresaliente. Con modelos como la NV001, estas tecnologías están transformando la forma en que entendemos la conservación y venta de productos en el sector. El futuro del comercio automatizado ya está aquí, y las neveras inteligentes son solo el comienzo.

Transformando lo cotidiano en experiencia

En el mundo de la restauración, la calidad del producto siempre ha sido la base del éxito. Sin embargo, en un mercado cada vez más competitivo, donde abundan las opciones gastronómicas, destacar no siempre depende exclusivamente de recetas innovadoras o ingredientes exóticos.

La clave puede estar en transformar la experiencia de compra, utilizando la creatividad para generar un impacto emocional en el cliente.

La forma en que se consume la gastronomía ha cambiado radicalmente en los últimos años. Los clientes ya no buscan solo comer bien, sino vivir momentos memorables.

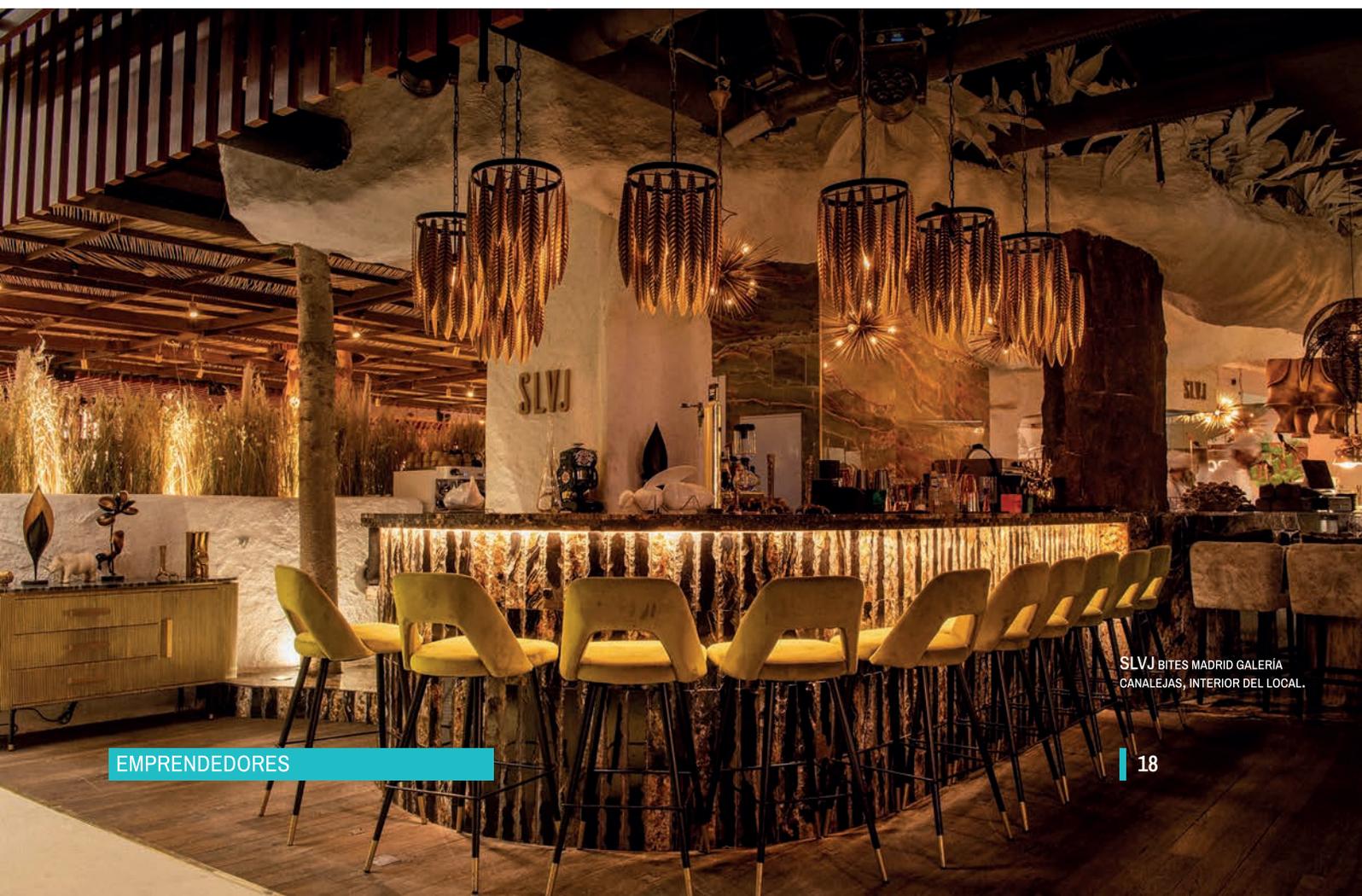
La digitalización, el auge de las redes sociales y el cambio en los hábitos de consumo han impulsado la idea de que los negocios gastronómicos ofrezcan más que un simple menú. Hoy, la experiencia se ha convertido en el verdadero diferenciador.

Es cierto que la calidad es innegociable, pero no siempre es necesario reinventar la rueda en lo que a producto se refiere. Platos sencillos y tradicionales pueden cobrar nueva vida si se envuelven en una experiencia atractiva y diferente. Si se hace bien, invertir en crear una experiencia llamativa servirá para atraer clientes, generar recuerdos únicos que aumenten la satisfacción y fomentar la conversación en redes sociales.

La imagen y las primeras impresiones juegan un papel crucial en el éxito de un negocio, por lo que una presentación disruptiva puede marcar la diferencia y llevarlo a la viralidad. La creación de experiencias únicas influye directamente en cómo los clientes perciben una marca, siendo las emociones las que juegan un papel fundamental en la toma de decisiones y en la forma en que recordamos los momentos vividos.

Los conceptos disruptivos despiertan interés y fomentan una conexión emocional que trasciende el producto en sí.

Además, en la era de las redes sociales, una experiencia llamativa puede convertirse en publicidad gratuita y totalmente orgánica. Los clientes comparten sus visitas en plataformas como *Instagram*, *TikTok* y *Facebook*, y amplían el alcance de la marca, atrayendo a nuevos consumidores interesados en vivir experiencias similares.



SLVJ BITES MADRID GALERÍA
CANALEJAS, INTERIOR DEL LOCAL.



Viajando sin moverse de la mesa

Un ejemplo destacado de esta tendencia es *Voltereta*, una cadena de restaurantes que invita a sus comensales a viajar por el mundo sin salir de su local. Con una decoración temática que recrea paisajes de lugares icónicos como Bali, Manhattan o Tanzania, cada visita se convierte en un viaje inmersivo. *Voltereta* ha entendido que la ambientación puede ser tan importante como el menú y ha creado un espacio donde las personas no solo comen, sino que también se sumergen en un ambiente que despierta el carácter más explorador de los consumidores.

Cada detalle en *Voltereta* está pensado para reforzar esta sensación de escapismo, desde la iluminación hasta la música ambiental.

La combinación de gastronomía y experiencia genera una sensación de aventura y evasión, lo que ha convertido a *Voltereta* en un éxito rotundo y en una referencia para quienes buscan un restaurante donde el entorno es parte fundamental de la propuesta gastronómica.

Gastronomía con espectáculo

Otro ejemplo de innovación en la restauración es *Salvaje*, un concepto que combina alta gastronomía con espectáculo en vivo. Presente en varias ciudades de España, este restaurante fusiona una propuesta culinaria basada en cocina japonesa con una experiencia envolvente en la que la música, la ambientación y las actuaciones en directo son parte fundamental de la velada. Desde el momento en que los comensales entran en el local, se sumergen en una atmósfera vibrante diseñada para generar sorpresa y emoción.

***Salvaje* convierte cada cena en una celebración, con performances inesperadas y una puesta en escena que mantiene a los clientes expectantes durante toda la experiencia.**

El dinamismo del servicio y la integración de elementos visuales y sonoros lo convierten en mucho más que un restaurante. La gastronomía se combina con el entretenimiento creando una propuesta que atrae tanto a amantes de la buena mesa como a quienes buscan una noche diferente y emocionante.

La magia del misterio

En un giro completamente diferente, *The Glory Hole Cafe*, una cafetería argentina, ha revolucionado la forma en que se sirve el café. Este lugar, que ha explotado en popularidad gracias a las redes sociales, ofrece sus bebidas a través de un pequeño agujero en la pared de estilo urbano y extravagante.

Los clientes solo ven la mano del barista mientras reciben su café, lo que ha generado una experiencia cargada de misterio alrededor de su producto.

La sencillez de su concepto, combinada con la originalidad del servicio, ha despertado la curiosidad de quienes buscan una experiencia diferente.

El boca a boca y el contenido compartido en redes han convertido cada consumición en un momento digno de ser immortalizado. Este modelo de negocio ha demostrado que con creatividad se puede transformar una compra cotidiana en una vivencia que sorprende y genera una conexión con el cliente.

El nuevo reglamento de gases en Europa: Un nuevo desafío para los equipos con grupo de frío

La normativa europea sobre gases fluorados, el Reglamento (UE) 517/2014, recientemente revisado, establece restricciones al uso de ciertos gases fluorados de efecto invernadero en sistemas de refrigeración. En este artículo descubriremos cómo esta normativa afecta a las operaciones de los equipos automatizados con grupo de frío y por qué es fundamental adaptarse para cumplir con la nueva normativa.

Las máquinas expendedoras con grupo de frío utilizan sistemas de refrigeración para mantener la calidad y frescura de los productos almacenados. Con la entrada en vigor de la nueva normativa, surge el desafío de reemplazar sus sistemas refrigerantes, lo que implica actualizar componentes e implementar nuevas tecnologías de refrigeración que cumplan con la nueva regulación europea.

El reglamento revisado limita de manera progresiva el uso de gases con un alto GWP, fomentando así alternativas más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. Entre los gases prohibidos se encuentran aquellos cuyo GWP supera los 150 en equipos nuevos, como es el caso de los hidrofluorocarbonos (HFC).

Esto ha generado la necesidad de que los importadores y fabricantes realicen controles exhaustivos para verificar que los equipos cumplan con los requisitos legales en la UE. Las sanciones por incumplimiento puede incluir multas que pueden alcanzar cifras elevadas, restricciones en las operaciones de las empresas e incluso la retirada del mercado de productos que no cumplan con las normativas. Además, los procesos de verificación no solo son rigurosos, sino que también implican auditorías periódicas y la preparación de una documentación exhaustiva, lo que añade una carga operativa y económica importante para las empresas fabricantes y comercializadoras.

Es fundamental conocer cuáles son los gases permitidos y cuáles han sido prohibidos bajo el nuevo marco regulatorio.

Los gases prohibidos incluyen los hidrofluorocarbonos más comunes, como el R-134a y el R-404A, que han sido ampliamente utilizados en sistemas de refrigeración.

Por otro lado, los gases que no se verán afectados incluyen alternativas ecológicas como el propano (R-290), el isobutano (R-600a) y ciertas mezclas de hidrocarburos que no solo son menos perjudiciales para el medio ambiente, sino que también ofrecen una mayor eficiencia energética en comparación con las opciones tradicionales.

La nueva normativa refuerza la importancia de adoptar tecnologías más ecológicas que no solo se alineen con la reducción de emisiones prevista para 2030, sino que también representen una inversión rentable a largo plazo para las empresas.

En nuestro sector, las máquinas expendedoras con grupo de frío han sido especialmente afectadas por esta normativa, ya que dependen de sistemas de refrigeración confiables para garantizar la conservación y la frescura de los productos almacenados.

En este sentido, contar con proveedores confiables y alineados con la reglamentación europea resulta esencial ya que minimiza los riesgos de sanciones y garantiza una correcta sustitución de gases fluorados por alternativas permitidas.

El cambio hacia gases ecológicos trae consigo múltiples beneficios tanto para los usuarios como para el medio ambiente.

En primer lugar, contribuye a la reducción de las emisiones contaminantes, lo que tiene un impacto directo en la lucha contra el cambio climático. En segundo lugar, muchas de las alternativas sostenibles también son más eficientes desde el punto de vista energético, lo que permite a las empresas reducir sus costos operativos a lo largo del tiempo.

La adaptación al nuevo reglamento de gases fluorados es un desafío significativo que deberá afrontarse de manera paulatina según cada categoría de gas y sector.

Contar con el apoyo de fabricantes y proveedores confiables como 1self Vending es esencial para garantizar una transición exitosa y proteger tanto la operatividad del negocio como del medio ambiente.

Proveedores de confianza

Para aquellas empresas que buscan renovar o adquirir máquinas expendedoras con grupo de frío adaptadas a la nueva normativa, es crucial elegir un proveedor confiable. Una opción destacada es 1self Vending, que se distingue por ofrecer equipos certificados que cumplen con todas las normativas vigentes.

Hasta ahora, su equipo de comidas calientes es el único en el mercado español que cumple con todos los requisitos de la nueva normativa europea, apostando en sus equipos por el gas R513A y R452A.

Equipo XXL COMIDAS CALIENTES



1self
VENDING

DESCÚBRELA EN
NUESTRA WEB
www.1selfvending.com

HIP 2025: debatiendo el futuro de la restauración automatizada

HIP 2025, el mayor evento de innovación en el sector Horeca, se prepara para su 9ª edición del 10 al 12 de marzo en IFEMA Madrid. En esta ocasión, la restauración automatizada será protagonista con la celebración de Automated Foodservice Expo, un espacio dedicado a las últimas tendencias en este sector en auge.



Como gran novedad, la edición de 2025 de la Feria HIP acogerá el primer Consejo Asesor de *Automated Foodservice Expo*, una reunión clave para analizar el presente y futuro del *unattended*. Este Consejo, organizado por HIP junto a *Hostelvending*, reunirá a grandes firmas del sector como *Alliance Vending*, *Bravilor Bonamat*, *Cafeté*, *Delikia Fresh*, *Efficold*, *METRO24st* y muchas otras. Juntos, debatirán sobre los retos y oportunidades de un sector que vive una transformación sin precedentes.

¿Cuáles son las claves de esta transformación?

Experiencias premium y personalizadas

El mercado demanda opciones que eleven la experiencia del cliente, con productos de autor, frescos o sin gluten, como se ve en los coffee corners de marcas reconocidas.

Integración de tecnologías exponenciales

La inteligencia artificial y el análisis de datos permiten hiperpersonalizar la compra, analizar preferencias y mejorar la gestión de inventarios.

Optimización del servicio

Las herramientas digitales y la automatización ayudan a perfeccionar la atención al cliente en un contexto marcado por la falta de talento cualificado.

Este primer Consejo Asesor sirve como preámbulo a la *Automated Foodservice Expo*, el espacio dentro de HIP 2025 dedicado a la restauración automatizada. En esta área, los asistentes podrán sumergirse en el futuro del sector y experimentar de primera mano las últimas innovaciones.

La robótica de cocina se presenta como una de las grandes protagonistas, con robots que automatizan tareas como la preparación de alimentos y el emplatado, aumentando la eficiencia y precisión en las cocinas. Las máquinas expendedoras inteligentes también darán mucho que hablar, con interfaces interactivas, opciones de pago móvil y capacidad para personalizar pedidos, ofreciendo una experiencia de usuario más cómoda y atractiva.

Asimismo, se mostrarán los sistemas de pedidos automatizados, con kioscos digitales y plataformas online que agilizan el proceso y minimizan los tiempos

de espera. Y no faltarán las herramientas de software de gestión, que permiten optimizar el control de inventario, personal y pedidos, facilitando la toma de decisiones y aumentando la rentabilidad del negocio.

HIP 2025 reunirá a más de 50.000 profesionales del sector Horeca, incluyendo líderes de empresas de colectividades, hoteles, servicios al viajero y corporaciones. Contará con un *summit* dedicado al sector dentro de *Hospitality 4.0 Congress*, donde más de 750 expertos analizarán las claves para avanzar hacia una hostelería más experiencial, sostenible, digitalizada y eficiente.

En definitiva, HIP 2025 y *Automated Foodservice Expo* se posicionan como el punto de encuentro clave para la industria Horeca, mostrando el futuro de la restauración automatizada y las oportunidades que ofrece para mejorar la eficiencia, la rentabilidad y la experiencia del cliente.

Sabores sin fronteras: El 'boom' de la fusión gastronómica

Productos como el *ramen*, el *té matcha*, el *bubble tea* o los *pokebowls* se han convertido en protagonistas de una revolución culinaria en España marcada por la globalización y la apertura hacia otras culturas. Pero, ¿qué está detrás de esta tendencia? ¿Cómo ha logrado calar tan profundamente en una sociedad que, hasta hace poco, tenía costumbres más tradicionales?

En los últimos años, hemos sido testigos de un fenómeno que está cambiando nuestra manera de consumir y relacionarnos con la gastronomía: el auge de los productos de importación y recetas que nos conectan con culturas lejanas y exóticas.

Las generaciones actuales, especialmente los jóvenes, buscan constantemente experiencias que los saquen de su zona de confort. Probar un *té matcha* preparado al estilo japonés o disfrutar de un *bubble tea* con tapioca se ha convertido en algo más que una simple elección gastronómica: es una declaración de apertura hacia nuevas culturas.

La influencia de la cultura asiática

La fascinación por la cultura asiática no se limita tampoco a lo gastronómico; animes, películas, música y moda han jugado un papel crucial en este cambio de percepción.

Países como Japón y Corea del Sur han logrado exportar mucho más que productos: han compartido una visión cultural que conecta profundamente con las audiencias globales.

Consumir series y música de estos países nos invita a explorar su cultura gastronómica. Queremos probar aquello que vemos en nuestras series favoritas o en los vídeos de artistas que seguimos, porque despiertan nuestra curiosidad y nos permiten experimentar, de forma tangible, lo que sentimos al disfrutar de sus manifestaciones culturales.

¿Quién no se ha visto expuesto a la popularización de la galleta de azúcar coreana, la famosa *dalgona*? Esta galleta fue la protagonista de una de las pruebas más icónicas de la serie "El juego del calamar", y no tardó en inundar las redes sociales con retos y recetas caseras.

Esa conexión entre lo que vemos en pantalla y lo que queremos probar es la mejor prueba de cómo estas culturas han logrado que su gastronomía sea parte de la vida cotidiana en todo el mundo.

Redes sociales: el escaparate de las tendencias

Tampoco podemos hablar del auge de estos productos sin mencionar el papel fundamental que juegan las redes sociales, y es que *Instagram*, *TikTok* y *YouTube* han sido los catalizadores de este movimiento. Los vídeos de preparación de un *latte con té matcha* o las imágenes coloridas de *bubble tea* han inundado las plataformas, donde han generado millones de visualizaciones y un deseo imparable de probarlos y compartir las experiencias con la comunidad online.

Los retos virales y las tendencias han permitido que estos productos traspasen fronteras mucho más rápido, explorando recetas caseras, compartiendo reseñas de locales que ofrecen estas especialidades y animando a todos los usuarios a realizar retos de comida picante o recortar la galleta coreana *dalgona* sin romperla.

Las redes sociales no solo han popularizado estos productos, sino que han transformado cómo los consumidores los perciben, creando un puente entre el entretenimiento y el consumo.

Esta tendencia ha demostrado que el acceso a la información y el entretenimiento puede cambiar la forma de consumir globalmente. Y nosotros, ¿para cuándo hacemos de nuestro cocido una nueva tendencia mundial?

¿Te animas a incorporar alguno de estos productos a tu oferta?

Si estás pensando en explorar estas opciones, te proponemos algunas recetas sencillas y llamativas que podrás preparar fácilmente y, ¿por qué no?, convertirte en el próximo éxito de tu carta. Te proponemos varias ideas sencillas.



Latte de té matcha

El *té matcha* ha ganado popularidad por sus beneficios antioxidantes y su estética llamativa, con su característico color verde. Es una bebida que llegando a hacer competencia con el café por su gran cantidad de teína y su sabor intenso.

INGREDIENTES (para 1 taza)

- 1 cucharadita de *té matcha* en polvo.
- 250 ml de leche (puede ser vegetal: almendra, avena, etc.).
- 2 cucharadas de agua caliente (unos 80°C, no hirviendo).
- Endulzante al gusto (azúcar, miel o sirope de agave).

UTENSILIOS ESPECIALES

- Batidor o un espumador de leche.

PREPARACIÓN

Tamiza el polvo de *té matcha* en un bol para evitar grumos.

Añade las 2 cucharadas de agua caliente y mezcla usando el batidor de bambú o un espumador.

Calienta la leche y espuma si lo deseas (opcional).

Vierte la leche caliente en una taza y añade el *té matcha* mezclado.

Endulza al gusto y sirve. ¡El resultado es tan bueno como visualmente atractivo!

Bubble tea clásico con tapioca

El *bubble tea* es una bebida divertida y versátil que sigue siendo tendencia. La textura de las perlas de tapioca lo hace único, y su presentación colorida es irresistible para subirla en las redes sociales.

INGREDIENTES (para 1 vaso)

- 50 g de perlas de tapioca.
- 1 bolsita de té negro o verde.
- 200 ml de agua caliente.
- 200 ml de leche (puede ser vegetal).
- 1-2 cucharadas de sirope o azúcar.
- Cubos de hielo (opcional).

UTENSILIOS ESPECIALES

- Pajitas anchas para *bubble tea*.

PREPARACIÓN

Cocina las perlas de tapioca según las instrucciones del paquete (normalmente, hervirlas de 5 a 10 minutos).

Infundiona la bolsita de té en el agua caliente durante 3-5 minutos. Deja enfriar.

Mezcla el té con la leche y endulza al gusto.

En un vaso grande, añade las perlas de tapioca cocidas.

Vierte el té con leche sobre las perlas y añade hielo si prefieres tomarlo fresquito. ¡Disfrútalo con una pajita ancha!



Té Matcha Cheesecake

La tradición japonesa se une a la famosísima *cheesecake*. Su distintivo color verde y su sabor equilibrado aportan un toque exótico y refinado a este clásico internacional, juntando lo mejor de los dos mundos.

INGREDIENTES (molde de 20 cm)

- 200 g de galletas tipo *Digestive* o *Lotus*.
- 80 g de mantequilla derretida.
- 400 g de queso crema (tipo *Philadelphia*).
- 200 ml de nata para montar (35% de materia grasa).
- 100 g de azúcar.
- 3 huevos.
- 2 cucharadas de *té matcha* en polvo.
- 1 cucharada de harina.

UTENSILIOS ESPECIALES

- Molde desmontable de 20 cm.
- Tamiz para el *matcha* (opcional, pero recomendable para evitar grumos).

PREPARACIÓN

1. Para la base de galleta:

Tritura las galletas hasta obtener un polvo fino.

Mezcla las galletas trituradas con la mantequilla derretida.

Coloca esta mezcla en la base del molde, presionando firmemente para que quede compacta. Usa el dorso de una cuchara para nivelarlo.

Guarda el molde en el frigorífico mientras preparas el relleno.

2. Para el relleno:

Precalienta el horno a 180°C.

En un bol grande, bate el queso crema con el azúcar hasta obtener una mezcla suave.

Añade los huevos, de uno en uno, batiendo hasta que se integren.

Tamiza el *té matcha* sobre la mezcla para evitar grumos y remueve hasta que el color sea uniforme.

Incorpora la harina y la nata, mezclando bien hasta que todo quede homogéneo.

3. Una vez listo:

Vierte el relleno sobre la base de galleta.

Hornea durante 50-60 minutos, o hasta que los bordes estén firmes pero el centro aún tenga una textura ligeramente temblorosa.

Apaga el horno y deja la tarta dentro, con la puerta entreabierta, durante 10-15 minutos para evitar grietas en la superficie.

4. Reposo:

Una vez fuera del horno, deja que la tarta se enfríe a temperatura ambiente.

Refrigera al menos 4 horas (idealmente toda la noche) antes de desmoldar y servir.

5. Decoración final:

Espolvorea una capa fina de *té matcha* en polvo por encima justo antes de servir. Usa un tamiz para que quede uniforme.

Si quieres un toque extra, acompaña con nata montada o frutas frescas.

La revolución del café premium llega a las máquinas expendedoras

El aroma a gourmet invade oficinas y espacios públicos gracias a la tecnología de vanguardia.



Olvídense del café insípido y sin cuerpo que solía caracterizar a las máquinas expendedoras. Hoy en día, la innovación tecnológica ha permitido que estas máquinas se conviertan en auténticos baristas automáticos, capaces de ofrecer un café de alta calidad que rivaliza con el de las mejores cafeterías. El auge del café premium es una realidad, y su expansión en oficinas y espacios públicos está transformando la cultura del café en el trabajo y el ocio.

Un cambio en los hábitos de consumo

Este fenómeno se debe, en gran parte, a un cambio en las preferencias de los consumidores. Cada vez somos más exigentes con la calidad del café que consumimos, y buscamos experiencias sensoriales que nos permitan disfrutar de todos los matices del aroma y el sabor. El café se ha convertido en un producto gourmet, y las máquinas expendedoras se han adaptado a esta nueva demanda.

Las nuevas máquinas expendedoras garantizan una experiencia cafetera excepcional.

Molinillos cerámicos que muelen los granos al instante, sistemas de control de temperatura y presión que optimizan la extracción, y una amplia selección de bebidas, desde *espressos* y *cappuccinos* hasta *lattes* y *mocas*, son algunas de las características que definen a estas máquinas de vanguardia.

El *Coffee Corner*: un espacio para el relax y la productividad

Las empresas han comprendido la importancia de ofrecer a sus empleados un espacio donde puedan disfrutar de un café de calidad y desconectar durante unos minutos. Los *Coffee Corners*, equipados con máquinas expendedoras de última generación, se han convertido en un elemento clave para mejorar el ambiente laboral y fomentar la productividad. El auge del café *premium* en máquinas expendedoras beneficia a todos los actores involucrados:

Consumidores

Disfrutan de un café de alta calidad de forma rápida y cómoda, sin necesidad de desplazarse a una cafetería.

Empresas

Mejoran la satisfacción y el bienestar de sus empleados, proyectan una imagen moderna e innovadora, y aumentan la productividad.

Operadores de vending

Amplían su oferta de productos y servicios, incrementan sus ingresos y fidelizan a sus clientes.

Productores de café

Encuentran nuevos canales de distribución para sus productos de alta calidad.

La sostenibilidad se está convirtiendo en un factor clave en la industria del café. Las máquinas expendedoras de última generación incorporan tecnologías que reducen el consumo de energía y agua, y utilizan materiales reciclados. Además, los consumidores son cada vez más conscientes del impacto ambiental de sus decisiones de consumo.

El futuro del café *premium* en máquinas expendedoras se presenta apasionante, con un aroma intenso a innovación, calidad y sostenibilidad.

Loomis Pay, adaptando el pago desatendido a la era digital

La empresa de gestión de efectivo *Loomis* se lanza al mercado de los pagos digitales con una solución que busca revolucionar las transacciones en máquinas expendedoras, quioscos y sistemas automatizados.

En un contexto donde el efectivo pierde terreno frente a las tarjetas y las billeteras móviles, las empresas que operan sistemas desatendidos se enfrentan al reto de adaptarse a las nuevas preferencias de los consumidores. *Loomis Pay* emerge como una respuesta a esta necesidad, ofreciendo una plataforma que integra diferentes métodos de pago en una única solución.

Más allá de la simple aceptación de tarjetas, *Loomis Pay* se presenta como una herramienta integral que busca optimizar la experiencia de usuario y facilitar la gestión de las transacciones para los negocios. Entre sus principales ventajas destacan:

Flexibilidad

Permite a los clientes elegir entre efectivo, tarjetas de crédito/débito y billeteras móviles.

Seguridad

Loomis, con una larga trayectoria en la gestión de efectivo, implementa altos estándares de seguridad para proteger a los usuarios y a las empresas.

Integración

La plataforma se adapta a los sistemas existentes, facilitando su implementación en diferentes tipos de máquinas y dispositivos.

Eficiencia

Agiliza las transacciones y reduce los tiempos de espera, optimizando la experiencia de usuario.

Loomis Pay se presenta como un actor clave en la transformación del sector del pago desatendido. Su apuesta por la integración de diferentes métodos de pago y la seguridad en las transacciones la sitúan como una solución con gran potencial en un mercado en constante evolución. Si bien el uso de estas tecnologías aún se encuentra en una fase inicial en España, se espera que sistemas como *Loomis Pay* se generalicen en los próximos años, impulsado por la creciente demanda de soluciones de pago digitales y la necesidad de adaptarse a las nuevas tendencias de consumo.



Entrevista con Carlos Abenia León, Key Account Manager de *Loomis Pay España*

¿Qué diferencia a *Loomis Pay* de otras soluciones de pago desatendido?

Loomis Pay se destaca por su versatilidad y su enfoque en la seguridad. No solo aceptamos una amplia gama de métodos de pago, sino que también nos aseguramos de que cada transacción se realice de forma segura y confiable. Además, con nuestra experiencia en el manejo de efectivo, somos la única empresa en España que nos permite ofrecer un servicio integral que cubre todas las necesidades de nuestros clientes.

¿Cómo puede *Loomis Pay* ayudar a las empresas a aumentar sus ventas?

En un mundo cada vez más digitalizado, es fundamental ofrecer opciones de pago que se adapten a las preferencias de los consumidores. El foco siempre lo tenemos en el cliente final. Por ello, *Loomis Pay* elimina las barreras para aquellos clientes que no desean utilizar efectivo, lo que se traduce en un



notable aumento de ventas y una mayor satisfacción del consumidor.

¿Qué medidas de seguridad implementa *Loomis Pay* para proteger los datos de los clientes?

El *core* de nuestra empresa es la seguridad. Por ende, es nuestra máxima prioridad. *Loomis Pay* cumple con los más altos estándares de seguridad, incluyendo la encriptación de datos y la autenticación multifactor. Además, contamos con un equipo de expertos en seguridad que trabaja constantemente para garantizar la protección de los datos de nuestros clientes.

¿Qué planes de futuro tiene *Loomis Pay* en España?

Nuestro objetivo es convertirnos en la solución de pago desatendido líder en España. Para ello seguimos innovando y desarrollando nuevas funcionalidades que se adapten a las necesidades que nos pide el mercado. Huelga decir, que estamos trabajando para ampliar nuestra red de socios y llegar a un mayor número de empresas.

Román Suárez en HIP 2024: “El que no lo haga mejor que Amazon, está muerto”



ROMÁN SUÁREZ, CEO DE EXPENDEDORAS URETAIL

En el marco del evento HIP 2024, Román Suárez, CEO de METRO24st, junto a Marta Ronda, responsable de redacción de la revista Hostelvending, abordaron la introducción a una de las grandes ponencias de la feria: “Convergencia en la restauración automática, ¿hacia dónde vamos?”.

Durante la ponencia, se exploraron avances tecnológicos y la digitalización en la industria de la restauración automática, poniendo el foco en cómo estas herramientas están revolucionando la experiencia del cliente y generando nuevos modelos de negocio.

La transformación digital en el retail y la restauración

Marta Ronda inició la entrevista reflexionando sobre el impacto disruptivo de la digitalización en el sector de la restauración. Destacó la transición hacia entornos omnicanal, donde los servicios de restauración se integran en supermercados, tiendas automatizadas, estaciones de servicio, aeropuertos y oficinas:

Queremos explorar cómo la digitalización está transformando la manera en que los consumidores acceden e interactúan con los servicios de restauración y retail. ¿Cómo ves este proceso de automatización y omnicanalidad en la actualidad?

Estamos viviendo la cuarta revolución industrial. Ya no hablamos de un concepto futurista; la inteligencia artificial, el big data y el internet de las cosas son una realidad que está cambiando las reglas del juego. Las empresas que no comprendan esta interconexión entre lo digital y lo físico están quedándose atrás.

Las nuevas generaciones ya no buscan solo un producto, sino una experiencia.

Necesitan sentir que hay algo más detrás de lo que compran, valores con los que puedan conectar. Por eso, el empresario que piense que “este no es su negocio” está en el lado antiguo de la historia. Solo aquellos que entiendan la importancia de adaptarse sobrevivirán a crisis como la del COVID, la inflación o las cargas impositivas.

En este contexto, el vending ha evolucionado mucho. METRO24st ha logrado trasladar la automatización a diferentes modelos de negocio, ¿cómo han logrado esa adaptación?

Nuestro enfoque ha sido claro: utilizar la telemetría y los datos para entender mejor el negocio. Llevamos dos años analizando qué productos se venden más, en qué horarios, cómo se comporta el consumidor... Antes, en el vending, todo se basaba en la intuición. Hoy tenemos información precisa y eso nos permite mejorar nuestra oferta.

Otro punto clave ha sido el ensayo y error. Probamos productos, analizamos su aceptación y optimizamos la propuesta. Esto nos ha llevado a construir un modelo más eficiente, sin perder de vista lo que busca el consumidor.

Un ejemplo de transformación digital que mencionabas es el caso de McDonald's. ¿Cómo han sabido ellos aprovechar la automatización?

McDonald's entendió perfectamente la digitalización. Hace unos años, tenías que hacer cola para pedir tu comida, y dependías del trato que te pudiera dar el empleado. Hoy, han implementado kioscos interactivos que no solo eliminan las colas, sino que además han demostrado que la venta sugerida es más efectiva en un kiosco que en manos de un trabajador con poca experiencia.

Pero el gran acierto no fue solo poner pantallas, sino construir una experiencia digital completa. Han diseñado una aplicación que, con su sistema de puntos, ha fidelizado al cliente. Yo mismo, con la app de McDonald's, podría comer gratis una semana sin gastar un euro. Eso es lo que han conseguido con una estrategia digital bien aplicada.

Si aplicamos este mismo enfoque a la restauración automática, ¿qué ejemplos destacarías en el sector?

El vending ya ofrece inmediatez y amplitud de horarios, pero hay que ir más allá. No solo se trata de automatizar la compra, sino de conectar con el cliente. Un caso interesante es el de Cocituber, un creador de contenido gastronómico que, gracias a su comunidad digital, ha abierto tres restaurantes exitosos.



MARTA RONDA, RESPONSABLE DE DIRECCIÓN DE LA REVISTA HOSTELVENDING

Hoy, la marca personal es clave. No hace falta invertir millones en televisión o radio cuando puedes llegar a tu público a través de *TikTok* o *Instagram*. La geolocalización y el marketing digital permiten que un negocio pequeño tenga un alcance global. Es un cambio radical en la forma de vender.

Estamos en un país donde la restauración y el turismo son pilares económicos, pero también enfrentamos dificultades para encontrar personal cualificado. ¿Cómo puede ayudar la automatización en este contexto?

España es un destino turístico de primer nivel y, al mismo tiempo, las empresas enfrentan problemas para encontrar empleados cualificados. La restauración automática es la solución. Nos permite ofrecer un servicio personalizado gracias a la digitalización, optimizando procesos y reduciendo costes.

Las empresas que han sabido adaptarse han triunfado.

Azkoyen, por ejemplo, lanzó en 2015 *Buttom Gourmet*, un concepto de vending avanzado, pero fracasó porque quizás se adelantaron a su tiempo. En cambio, su otro producto, *Cashlogy*, ha sido un éxito, porque entendieron qué necesitaba el mercado en ese momento.

En *METRO24st*, estamos aplicando estos aprendizajes para construir una experiencia de usuario sólida. No se trata solo de poner máquinas, sino de diseñar un ecosistema digital eficiente, basado en datos y en el comportamiento real del consumidor.

En resumen, la clave está en saber adaptarse y aprovechar la tecnología inteligentemente.

Exacto. Las soluciones tecnológicas ya existen y pueden aplicarse en cualquier empresa. No es necesario hacer una inversión millonaria. El verdadero reto es entender cómo aplicarlas de manera coherente dentro de cada negocio.

Hoy en día, vemos dos perfiles de empresarios: el tradicional, que sigue preguntando solo por máquinas de vending, y el emprendedor joven, que viene de la hostelería y quiere saber qué le aporta nuestra aplicación. Son dos mundos distintos y está claro cuál de ellos tiene más futuro.

La automatización ya no es el futuro, es el presente

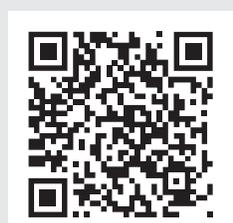
La ponencia de Román Suárez y Marta Ronda en la feria HIP 2024 dejó una conclusión clara: la digitalización y la automatización no son una opción, sino una necesidad para las empresas que quieren seguir siendo competitivas.

La combinación de tecnología, análisis de datos y una estrategia digital bien enfocada permite ofrecer experiencias de compra más eficientes, conectadas con el consumidor moderno y con un mayor potencial de rentabilidad.



Visualiza la ponencia completa en YouTube.

Si quieres conocer más sobre estos temas y escuchar en detalle la visión de Román Suárez, te invitamos a ver la entrevista completa en nuestro canal de *YouTube*. ¡No te lo pierdas! Escanea el código QR a continuación para verla.



SOMOS REAL COST

Pioneros en ofrecer precios justos para tus equipos sin renunciar a la tecnología.



CC001

El equipo automatizado de comidas calientes más grande del mercado.



CONÓCELA EN NUESTRA WEB



CS001

Equipo multiproducto con ascensor, ideal para la venta de productos delicados.



CONÓCELA EN NUESTRA WEB



C001

Exclusivo equipo de congelados de gran capacidad.



CONÓCELA EN NUESTRA WEB

Descubre toda nuestra gama



NEVERA INTELIGENTE EXCLUSIVA

NV001

Nevera inteligente con detección dinámica,
5 bandejas de exposición de producto.

Proceso de compra sencillo

1. Pulsamos la pantalla táctil para empezar a comprar.

2. Preautorizamos el pago por medio del dispositivo NFC.

3. Abrimos la puerta, y cogemos los productos deseados.
La nevera listará los artículos en la pantalla.

4. Terminamos nuestra compra cerrando la puerta.
Se calcula el importe total por el peso de los artículos.



App y webapp exclusiva

Incorpora miles de ventajas

» VERIFICACIÓN DE EDAD BIOMÉTRICA

» PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

Otras características

» CAPACIDAD DE 510 LITROS

» PANTALLA TÁCTIL 10" LCD

» CÁMARA DE RECONOCIMIENTO DE PRODUCTO

» DE 0°C A 10°C

» TECNOLOGÍA DE DETECCIÓN DE PESO

» 5 BANDEJAS AJUSTABLES



CONÓCELA EN NUESTRA WEB

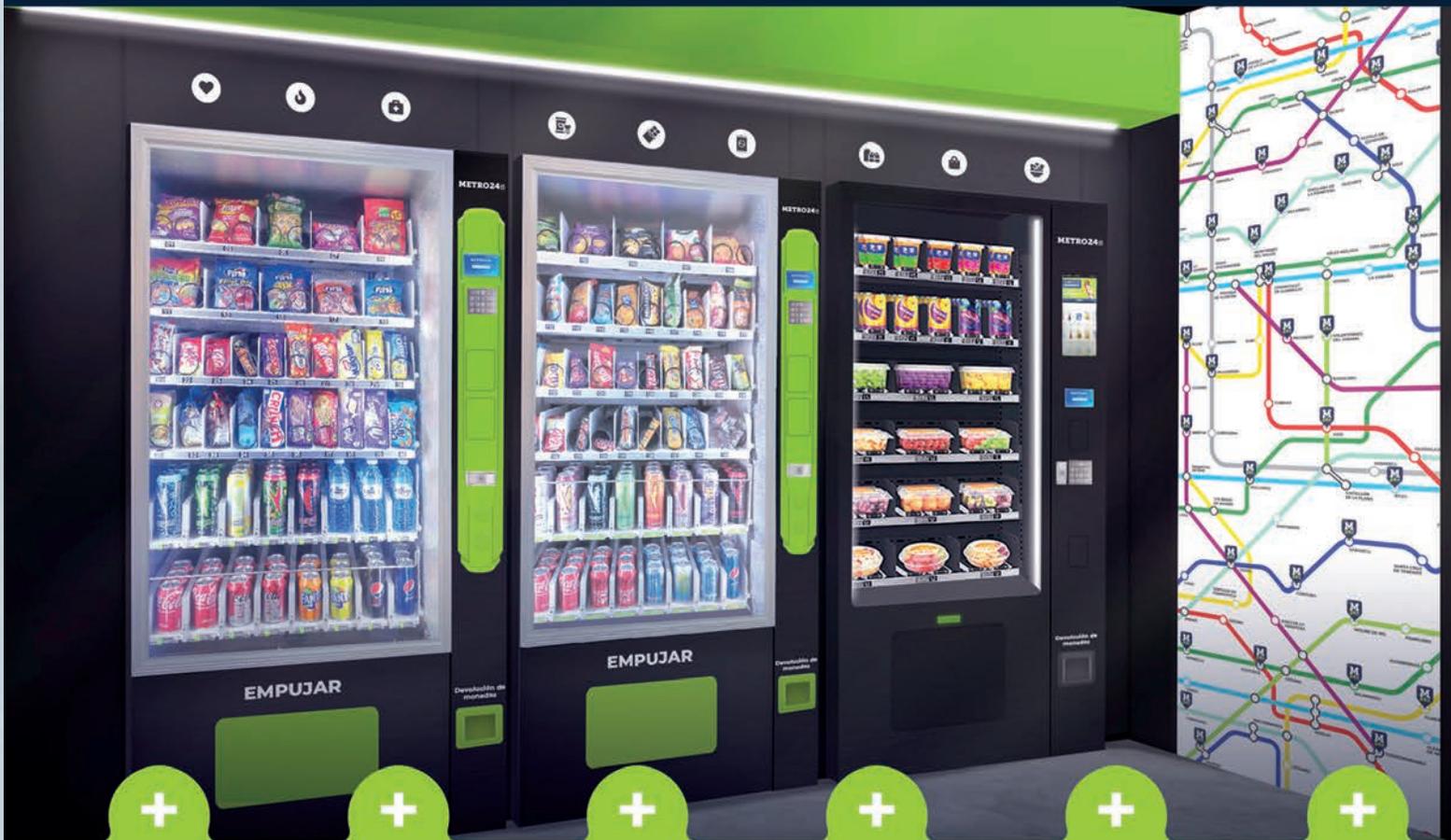




FLAPPERS

BIENVENIDOS AL VENDING DEL FUTURO

METRO24st



SNACKS · BEBIDAS · ERÓTICO · FUMADOR · BAZAR · CAFÉ · COMIDAS CALIENTES · CONGELADOS · PIZZAS

TU TIENDA A MEDIDA

Añade módulos para ampliar la oferta de productos e incrementar tu rentabilidad.

CON LA MÁXIMA TECNOLOGÍA

APP EXCLUSIVA VENTA SUGERIDA VERIFICACIÓN DE EDAD

TIENDA DE PUNTOS TICKET FISCAL

PANEL DE CONTROL TELEMETRÍA CONTROL DE STOCK

REPOSICIÓN FACTURACIÓN SIMPLIFICADA



www.metro24st.com

[f](#) [i](#) [v](#) @metro24st

[d](#) @metro24st_oficial

unobo

Todo lo que necesitas, conectado en un solo lugar.

Empieza a transformar tu negocio hoy.

Visita nuestra web

