

ESPECIAL CONSUMO CONSCIENTE Y RESPONSABLE

mundoVending

SOSTENIBILIDAD- ECOLOGÍA- ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Vending-OCS-Horeca

07/2022



Para
los amantes
del café.

Descubre la experiencia del Coffee Corner de NESCAFÉ®

Para disfrutar de un café de calidad y sostenible
o de una deliciosa bebida de chocolate Nestlé



Delicioso. Sostenible.
Un Gran café.

NESCAFÉ

CON
RESPECTO
HASTA LA TAZA

■ Colaboradores



SUMARIO

Sostenibilidad Corporativa: trabajar por un mundo mejor	4
Descubre la experiencia del Coffee Corner de NESCAFÉ	6
SandenVendo: Compromiso con el Medio Ambiente, el territorio y la sociedad	11
Borges amplía su gama vending 'Borges Natura'	16
Entrevista a Evelina Milani, Responsable Administrativa y de Marketing De Ni.Si Srl.	21
Grupo Evoca. Hacia el liderazgo en eficiencia energética	26
Entrevista a Andrea Pozzolini y Stefano Macchi, CEO y Sustainability Manager de Rhea, respectivamente	32
Entrevista a David Irvine, Director de Comunicación y Asuntos Públicos de la EVA	37
Fórum Café: Tendencias del mercado del café 2022	41
Fairtrade garantiza unos precios mínimos de Comercio Justo frente a las fluctuaciones del mercado	46

Una obligación moral

El año pasado lanzábamos un especial digital dedicado al café, que permitió profundizar en distintos aspectos relacionados con la bebida más consumida en el mundo, y cuyo formato interactivo hizo posible reforzar los contenidos con vídeos demostrativos o datos técnicos sobre determinadas máquinas de café. En esta ocasión hemos dado un paso más allá, centrándonos en términos como la sostenibilidad, la ecología o la alimentación saludable en los canales vending, Horeca y OCS. Con este propósito hemos elaborado esta publicación que da a conocer diversas gamas de productos saludables, soluciones energéticamente eficientes y un conjunto de iniciativas que llevan a cabo las empresas para promover un consumo eco-responsable. La sostenibilidad en la gestión empresarial defiende el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado y protección del medio ambiente y el bienestar social. Y es que, cada vez más, las empresas son conscientes de que tienen la obligación moral de ser sostenibles, luchando contra la desigualdad, la pobreza y el cambio climático, e intentando dejar un mundo mejor para las generaciones del mañana.



**Gonzalo Amorós,
director de Mundo
Vending.**

30 años al frente de una de las principales publicaciones especializadas en el sector del vending.

Sostenibilidad Corporativa: trabajar por un mundo mejor

En la actualidad conceptos como producción sostenible, eficiencia energética, consumo eco-responsable, comercio justo o economía circular forman parte del día a día de las empresas, las cuales han dado un paso hacia adelante en términos de sostenibilidad. La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha evolucionado en lo que hoy denominamos Sostenibilidad Corporativa, que no solo incluye la esfera social sino también la económica y medioambiental de las compañías, buscando un equilibrio entre las tres vertientes.

Los proveedores de productos y máquinas para los canales vending, OCS y HoReCa son un claro ejemplo de ese compromiso ético y moral a la hora de brindar al mercado una oferta de alimentación saludable, unos equipos de calidad, fiables y, a su vez, menos contaminantes con el entorno, incluso anticipándose en algunos casos a las normativas medioambien-

tales, convencidos de que todos esos esfuerzos destinados a ser eficientes y sostenibles no solo contribuyen a cuidar al planeta, sino que abren nuevas oportunidades de negocio.

Entre los beneficios de ser una empresa sostenible, encontramos un aumento de la competitividad, ya que se aporta un valor añadido a nuestra oferta: una conexión con un público identificado con unos hábitos de vida saludables y una producción que garantice los derechos de los trabajadores; el cumplimiento con la legislación vigente, una mejora de la imagen y reputación de la marca, asociada a criterios de bienestar social y protección medioambiental, además de una reducción importante de costes en toda la cadena de fabricación.

En las páginas siguientes tenemos la oportunidad de conocer de la mano de diversas empresas y algunas organizaciones sectoriales como la EVA (*European*

Vending & Coffee Service Association), qué propuestas ofrecen al mercado siguiendo esas pautas de sostenibilidad con el fin de promover un consumo consciente y responsable.

Porque el consumidor de hoy no solo valora la calidad del producto que adquiere, sino que desea estar informado sobre su procedencia, los efectos que pueda tener en su salud y en el medio ambiente, empatiza con aquellas empresas preocupadas por los recursos naturales de las siguientes generaciones y, en muchos casos, se compromete a cambiar sus costumbres en defensa de la reutilización y reciclaje de los residuos. En este sentido, empresas y comunidades debemos trabajar conjuntamente por un mundo mejor ■

“Todos los esfuerzos destinados a ser eficientes y sostenibles no solo contribuyen a cuidar al planeta, sino que abren nuevas oportunidades de negocio”

'CON RESPETO
HASTA LA TAZA'

Descubre la experiencia del Coffee Corner de NESCAFÉ

NESTLÉ Professional apuesta por productos sostenibles en la pausa café



“NESTLÉ Professional ofrece los mejores productos para disfrutar de un café o de un chocolate de calidad y sostenible”

La firma proporciona soluciones profesionales de alimentación y bebidas a los negocios con el fin de ayudarles a crecer de forma sostenible al tiempo que satisfacen las diferentes demandas de sus empleados.



La pausa café es una oportunidad idónea para relajarse y socializar en el trabajo, ya que contribuye a la colaboración e interacción de los empleados, difundiendo una cultura de empresa positiva y aumentando la pro-

ductividad. Por ello, NESTLÉ Professional proporciona soluciones profesionales de alimentación y bebidas a los negocios con el fin de ayudarles a crecer de forma sostenible al tiempo que satisfacen las diferentes de-

mandas de sus empleados.

Los Coffee Corners NESCAFÉ son la apuesta *premium* y sostenible de *Coffee to go* de NESTLÉ Professional para oficinas, hoteles, tiendas de conveniencia

Los Coffee Corners NESCAFÉ son la apuesta *premium* y sostenible de *Coffee to go* de NESTLÉ Professional para oficinas, hoteles, tiendas de conveniencia o gasolineras.



o gasolineras. “Contamos con una amplia gama de productos para vending, entre los que destacan las bebidas calientes, que permiten disfrutar en la oficina de un café y un chocolate de calidad. Asimismo, ofrecemos diferentes opciones en las categorías de café, chocolate y leche”, explican representantes de la compañía.

Así, en la gama de cafés, se presentan diferentes formatos: café en grano, café en monodosis y cápsulas, soluble y molido, de marcas como NESCAFÉ, Bonka, Roastelier, Starbucks, Medalla de Oro, Brasília y Santa Cristina. En cuanto a chocolates, la firma cuenta con Nesquik y chocolate a la taza Nestlé, y en leches, con Alpina

y Dairy Mix, entre otros.

‘CON RESPETO HASTA LA TAZA’

El compromiso sostenible de NESCAFÉ tiene un nombre: ‘Con Respeto Hasta la Taza’, el cual se traduce en cada uno de los pasos que se suceden en la producción de café. Desde el cultivo y la elaboración hasta el envasado se hacen de forma responsable con el Medio Ambiente.

“En NESTLÉ trabajamos desde hace años con los caficultores y sus comunidades para obtener un café de excelente calidad y que, al mismo tiempo, garantice la producción futura”, inciden desde NESCAFÉ, cuyos expertos comparten técnicas agrícolas innovadoras y sostenibles

Las certificaciones de café RFA promueven medios de vida y condiciones laborales dignas para los trabajadores, equidad de género y acceso a la educación para los niños y niñas en las comunidades agrícolas.

“Desde el cultivo y la elaboración hasta el envasado se hacen de forma responsable con el Medio Ambiente”

con los caficultores para mantener una producción saludable y respetuosa con el entorno. Así, por ejemplo, desde NESTLÉ se promueve el fomento de la biodiversidad agrícola en los terrenos plantando otros cultivos además de café, o el ahorro de agua y la re-

ducción de las emisiones de CO2 en todas las etapas de la cadena de producción. Por otro lado, NESTLÉ se encuentra asociada a Rainforest Alliance (RFA), una entidad internacional sin ánimo de lucro que engloba a agricultores, granjeros y productores comprometidos con la biodiversidad con el fin de seguir y evaluar el progreso del proyecto de economía agrícola, así como el impacto social y ambiental. Las certifica-



“La empresa NESTLÉ está fuertemente implicada en la mejora de las condiciones de vida de las comunidades”

ciones de café RFA promueven medios de vida y condiciones laborales dignas para los trabajadores, equidad de género y acceso a la educación para los niños y niñas en las comunidades agrícolas. El sello RFA es fácilmente reconocible en los paquetes de café por su símbolo de una rana de color verde.



BONKA: CULTIVO SOSTENIBLE

Bonka también fomenta las buenas prácticas en el cultivo de café promoviendo la preservación de los recursos naturales disponibles en las comunidades productoras y contribuyendo a la conservación de los ecosistemas sin perjudicar la flora y la fauna. El café utilizado para elabo-

rar los diferentes cafés de la gama Bonka forma parte de un proyecto de creación de valor compartido entre agricultores, comunidades y planeta. Se trata de un proyecto orientado al apoyo de agricultores en su camino de mejora continua y destaca por su ambición de hacer de la agricultura una actividad económica atractiva para las actuales y futuras generaciones de cafetaleros.

El cultivo de café sostenible se combina con el de árboles de otras especies que dan sombra a los cultivos y mantienen la humedad idónea para el crecimiento de los cafetos. Junto a la técnica de cultivo intercalado, también se fomenta la protección de los manantiales y la mejora de la productividad de las plantaciones mediante

la polinización biológica de los cafetos a través del uso de organismos vivos como las abejas.

El compromiso de NESTLÉ con los cafetaleros y sus comunidades se desarrolla desde hace más de 80 años, en los que el principal objetivo ha sido y es trabajar juntos para cultivar más y mejor café.

NESTLÉ COCOA PLAN: DE LAS HABAS A LA TABLETA.

En el caso del cacao, como en el del café, es imprescindible partir de una excelente materia prima para obtener un chocolate excelente. Por eso desde NESTLÉ se ha creado el Cocoa Plan, un proyecto para mejorar a la vez los cultivos, las condiciones de vida de los productores y sus familias, y obtener así el mejor cacao. Una mejora en la forma de

Desde NESTLÉ se ha creado el Cocoa Plan, un proyecto para mejorar a la vez los cultivos, las condiciones de vida de los productores y sus familias, y obtener así el mejor cacao.

cultivar se traduce en un aumento de los ingresos para los productores. En este sentido, NESTLÉ ofrece formación a los agricultores para reducir las plagas en las cosechas, mejorar la calidad de los granos, rejuvenecer las plantaciones y, en definitiva, gestionar un uso sostenible de la tierra al tiempo que se maximizan las cosechas.

Desde NESTLÉ se encuentran fuertemente implicados en la mejora de las condiciones de vida de las comunidades, por lo que trabajan en aspectos como el empoderamiento de las mujeres y contra el trabajo infantil en la cade-



“El compromiso de NESTLÉ con los cafetaleros y sus comunidades se desarrolla desde hace más de 80 años, en los que el principal objetivo ha sido y es trabajar juntos para cultivar más y mejor café”

CRECER DE FORMA SOSTENIBLE

El compromiso de NESTLÉ Professional con el crecimiento sostenible se materializa en los diferentes ámbitos en los que la compañía está presente y se basa en 8 pilares: café de cultivo sostenible, embalaje reciclable o reutilizable, desechables sin plástico, muebles de terraza innovadores, flota más eficiente, eficiencia de equipos, apoyo al empleo y formación y promoción de la conciencia ambiental y social.

En su implicación en el cultivo sostenible, además de la certificación de Rainforest Alliance, NESTLÉ se ha comprometido a utilizar certificaciones 4C, UTZ o FairTrade en los *blends* producidos en su fábrica de Reus, donde además se ha instalado un parque de placas solares para el funcionamiento de la planta. También invierte en la mejora continuada de la eficiencia en la flota de vehículos y en la de equipos para reducir el impacto ambiental.

Otro de los proyectos de buenas prácticas sostenibles

está directamente relacionado con la eliminación del uso de plástico. Así, con el objetivo de alcanzar la supresión de materiales no reciclables del *packaging* y la simplificación de los mismos para facilitar su reciclaje, NESTLÉ se ha unido al proyecto de eliminación total del uso de plástico para el 2025 en los materiales desechables. Asimismo, tiene previsto reducir el uso de plástico virgen en el mobiliario de terrazas, priorizando, siempre que sea posible, materiales de decoración 100% reciclables y con certificado FSC.

La promoción de la conciencia ambiental y social entre los clientes con el programa ‘café circular’ para la reutilización de los marros del café, y el programa de formación barista ‘Talento X Horeca’ de ayuda a los recursos humanos del sector de la hostelería en España cierran el círculo de acciones para un crecimiento sostenible que NESTLÉ Professional aplica a lo largo de toda la cadena de producción y suministro de sus productos.

na productiva del cacao. El trabajo infantil en el ámbito de la producción de cacao está ampliamente extendido. En su combate contra esta práctica, NESTLÉ ha firmado un acuerdo con la fundación ICI (*International Cocoa Initiative*) y ha introducido un Sistema de Seguimiento y Erradicación del Trabajo Infantil. Por otro

lado, los cursos de alfabetización populares para las mujeres del NESTLÉ Cocoa Plan, además de revertir en el riesgo de trabajo infantil, inciden en la mejora de la nutrición y en la reducción de la mortalidad infantiles ■

[Visita la web de Nestlé Professional para conocer más acerca de la apuesta de la compañía por los productos sostenibles](#)



'EL CAMINO HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR'

■ SandenVendo

**Compromiso con el Medio Ambiente,
el territorio y la sociedad**



El compromiso de SandenVendo con el respeto y la protección del medio ambiente comenzó hace tiempo y se cumplió en el plan de gestión ambiental presentado e implementado en 2021 con el objetivo de desarrollar cada vez más el cometido verde de la empresa. Una trayectoria galardonada a principios de este año con la medalla de plata otorgada por EcoVadis, que proporciona las evaluaciones de sostenibilidad corporativa más fiables del mundo.

Mejorar el desempeño ecológico del grupo y reducir su impacto en el medio ambiente: con estos dos mantras, SandenVendo hace sostenibles sus modelos de negocio y lo logra a través de diferentes proyectos que la propia compañía define como *“ambiciosos pero necesarios”*. La combinación de estas iniciativas, explican desde la firma, marcará la diferencia y aliviará el impacto de las industrias en el ecosistema y en las comunidades locales. Las acciones se enfocan en el compromiso de utilizar refrigerantes naturales con el fin de reducir la emisión directa e indirecta de gases de efecto invernadero, minimizar el calentamiento global y desarrollar cada vez más soluciones sostenibles.

En los últimos años SandenVendo se ha posicionado entre las firmas líderes en su sector gracias a una amplia y funcional gama de productos que cubre las necesidades de un mercado en constante cambio y cada vez más exigente. La evolución de la firma ha ido siempre acompañada de un fuerte compromiso por la sostenibilidad. Así, dentro de su política de Responsabilidad Social Corporativa, y a través de la aplicación de

un sistema estructurado y diseñado para la mejora continua. SandenVendo presentó el año pasado un sistema de gestión ambiental destinado a mejorar el desempeño ecológico de la empresa. Con el fin de aprovechar todas las posibles sinergias en términos de organización y procedimientos, el sistema se integró en la estructura existente de gestión de calidad.

El sistema, basado en el proceso dinámico y cíclico

de Planificar - Implementar - Controlar - Revisar, se desarrolla de acuerdo con las especificidades ambientales enumeradas en la Política Corporativa de Medio Ambiente con el fin de determinar y alcanzar los objetivos verdes de la compañía.

PROYECTO CARBONO NEUTRAL

Dentro de los proyectos verdes desarrollados y destinados a actuar responsablemente contra

el cambio climático y neutralizar las emisiones de CO₂, destaca el lanzado en 2020: Carbono Neutral, una acción sostenible que fomenta y fortalece los programas ambientales de SandenVendo.

Con esta iniciativa la firma contribuye a la reforestación de un área natural protegida aledaña a su sede del norte de Italia, concretamente la zona del parque del río Po, cerca de Casale Monferrato.

El objetivo es combatir el



El objetivo del proyecto Carbono Neutral es combatir el cambio climático compensando la contaminación atmosférica debida a la actividad de la empresa en toneladas equivalentes de CO2 y, al mismo tiempo, defender la biodiversidad de la zona.

cambio climático compensando la contaminación atmosférica debida a la actividad de la empresa en toneladas equivalentes de CO2, y al mismo tiempo defender la biodiversidad de la zona.

Así, gracias al Proyecto Carbono Neutral, una parte de este terreno está siendo reforestado con árboles donados por la empresa. Se trata de una zona especialmente apreciada por los amantes de la naturaleza de toda Italia que alberga una gran cantidad de animales y plantas.

Solo en 2020 se plantaron 300 álamos, una especie de origen local, pero la cifra llegará a 1.200 a finales de 2022. Destacar que los ejemplares son cuidadosamente seleccionados siguiendo el Protocolo de Montreal y cumpliendo tres de los objetivos enumerados en la Agenda 2020 de la ONU.

Consciente de la importancia de este tipo de acciones., la compañía no

solo colabora en la reforestación, sino que destina parte de sus beneficios a financiar el proyecto: cuanto mayor sea la venta de máquinas expendedoras, mayor será la número de árboles plantados.

Esta propuesta está respaldada por una pegatina especial que se coloca en cada máquina expendedora vendida. La identificación incluye un código QR para que los usuarios puedan escanearlo y descubrir más sobre el proyecto. *“Actualmente asumir soluciones amigables con el medio ambiente no solo es un desafío para la empresa y las personas involucradas, sino que representa una oportunidad para mejorar las prácticas de las compañías”*, aseguran representantes de SandenVendo.

PRODUCCIÓN LOCAL DE MIEL

También dentro del proyecto Carbono Neutral se ha impulsado la produc-

“La compañía fue pionera en la unidad de refrigeración que utiliza R290 (hidrocarburo) para reducir la emisión directa e indirecta de gases de efecto invernadero”



Solo en 2020 se plantaron en la zona del parque del río Po, cerca de Casale Monferrato, 300 álamos, una especie de origen local, pero la cifra llegará a 1.200 a finales de 2022.

ción local de miel. Las abejas son esenciales para mantener un ecosistema saludable y juegan un papel crucial: gracias al vello de su cuerpo transportan polen entre las diferentes plantas, fomentando la polinización natural de las flores. Por ello, mantener un alto número de abejas silvestres fomenta la biodiversidad.

Además, la venta de la miel producida en colaboración con la comunidad agrícola ayuda a revitalizar la economía local.

GESTIÓN DE RESIDUOS Y UTILIZACIÓN DE ENERGÍAS RENOVABLES

Además del proyecto Carbono Neutral la empresa

trabaja en otras iniciativas relacionadas con el medio ambiente. Una de ellas es la implementación de un nuevo sistema de gestión de residuos que tiene como objetivo reciclar, reutilizar y reducir los residuos corporativos como mejores prácticas.

Desde el pasado 1 de enero, el centro de producción de Casale Monferrato utiliza energía renovable como fuente de electricidad y calefacción. Esta energía respeta los recursos procedentes del mundo natural y es capaz de regenerarse al final del ciclo. Es, por lo tanto, inagotable y no contaminante. De hecho, con ambos nuevos proveedores se firmó un

“Una de las principales misiones de SandenVendo es la de desarrollar máquinas que tengan menos impacto en el medio ambiente”



Mantener un alto número de abejas silvestres fomenta la biodiversidad.

acuerdo mediante el que la empresa recibirá periódicamente certificados de origen de gas natural y electricidad, pudiendo así demostrar el uso de energía “verde”.

BIENESTAR Y TERRITORIO

SandenVendo adopta prácticas empresariales responsables, siguiendo un modelo basado en la integración y formación de los empleados independientemente de su etnia. La empresa muestra flexibilidad respecto a las necesidades de conciliación entre la vida familiar y laboral, permitiendo una hora de antelación o aplazamiento de entradas y salidas en función de las solicitudes. Desde este punto de vista, la empresa está dispuesta al diálogo y a la resolución de problemas. Además, prestando gran atención al tema de la seguridad en el trabajo, SandenVendo persigue la meta de ‘cero accidentes’, logrando registrar un número insignificante de accidentes de trabajo, todos ellos menores.

Con respecto al territorio, desde hace más de una década, la empresa colabora con las escuelas locales para desarrollar proyectos de Alternancia Escuela-Trabajo, comprometiéndose así con la formación de los estudiantes y preparándolos para el mundo laboral.

REFRIGERANTE NATURAL CON BAJO IMPACTO AMBIENTAL

Como referente en el segmento del vending de bebidas frías gracias a la innovación, durabilidad y facilidad de mantenimiento de sus máquinas, la firma trabaja constantemente en el desarrollo de soluciones refrigerantes. De esta manera y considerando siempre la sostenibilidad ambiental y en línea con su eco filosofía, SandenVendo, junto a su equipo de expertos en termodinámica, presentó en 2017 HC (R290), un eco refrigerante de bajo impacto ambiental, alta eficiencia energética y excelente rendimiento termodinámico, con un potencial 0 de agotamiento



Desde hace más de una década, la empresa colabora con las escuelas locales para desarrollar proyectos de Alternancia Escuela-Trabajo, comprometiéndose así con la formación de los estudiantes y preparándolos para el mundo laboral.

de la capa de ozono (*Ozone Depletion Potential*) y un bajo GWP (potencial de calentamiento global). El innovador sistema iniciado por SandenVendo y patentado para la aplicación de HC ofrece un diseño de compartimentos sellados, de manera que las zonas de alimentos y de electrónica permanecen separadas de la unidad de refrigeración para evitar transferencias y garantizar la seguridad. “*Los hidrocarburos no tóxicos son una alternativa sostenible a los fluorocarburos CFC/HCFC/HFC relacionados con los daños causados a la capa*

de ozono”, indican desde la compañía. SandenVendo se convertía así en pionera de un innovador proceso de tecnología patentada donde el R290 se aplica de manera segura para la gama actual de máquinas expendedoras refrigeradas.

AHORRO DE ENERGÍA

Para la firma, el avance hacia un futuro más ecológico, implica el logro de un mayor ahorro de energía mediante la implementación de un compresor inverter que garantiza un funcionamiento más eficiente desde el punto de



Desde principios de este año, el centro de producción de Casale Monferrato utiliza energía renovable como fuente de electricidad y calefacción.

vista energético, al tiempo que contribuye a reducir las emisiones de CO2. Una de las ecofunciones más destacada de las máquinas de la compañía es el control de la iluminación LED para el ahorro de energía: durante periodos

programables, la iluminación puede apagarse y el reloj permite horarios individuales de encendido o apagado para todos los días de la semana. También es posible configurar el apagado durante los períodos de venta inhibida ■

FABRICACIÓN SOSTENIBLE

La fábrica de la compañía en Akagi (Japón) es uno de los proyectos más grandes creado por una organización no gubernamental que trata de introducir el 'Método de Reconstrucción Neo-Natural' y transformar este espacio bajo el título Sanden Forest, el cual ha sido incluido en la lista de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) como una de las 7 mejores prácticas de fabricación sostenible.

En este sentido, destacar que diversos estudios de casos de mejores prácticas enumerados por la OCDE ilustran los muchos beneficios de la fabricación sostenible: ahorrar dinero, mejorar los productos, hacer que las operaciones sean más eficientes o aumentar las ventas son solo algunos de ellos.

MEDALLA DE PLATA ECOVADIS



A finales de 2021 EcoVadis otorgó a SandenVendo una medalla de plata. A solo 3 puntos de hacerse con la medalla de oro, la compañía obtuvo este reconocimiento logrando un resultado superior al 90% de las empresas evaluadas.

El hecho de alcanzar una puntuación tan elevada se debe a la combinación de una serie de acciones que SandenVendo ha llevado a cabo durante el último año, involucrando y optimizando las mejores prácticas en algunos departamentos de producción al tiempo que se han desarrollado nuevos proyectos 'verdes' con el objetivo de reducir su impacto nocivo en el planeta. Esta medalla de plata le valió a SandenVendo un lugar entre el 4% de las mejores empresas del sector de fabricación de máquinas de uso general.

Este reconocimiento representa un hito significativo que ha marcado el comienzo de una nueva ola de proyectos de sostenibilidad en el sector de los fabricantes de máquinas, y que puede servir de inspiración a otras empresas para impulsar sus compromisos ecológicos y unirse a la revolución verde, la cual solo puede lograrse una vez que la mayoría de los actores de la industria unan sus fuerzas contra el cambio climático.

Recordar que la empresa fabricante de máquinas vending cuenta desde 2009 con la ISO 14001, una certificación para el Sistema de Gestión Ambiental. Además, en 2019, la fábrica de SandenVendo ubicada en Italia recibió el certificado GOLD de EcoVadis, "Estamos orgullosos de recibir el certificado GOLD que demuestra el estándar de calidad total que brindamos", explicaban en aquel momento representantes de SandenVendo.

[Visita la web de SandenVendo](#)



‘UN PLUS DE
SABOR SIN
AZÚCARES
AÑADIDOS’

Borges amplía su gama vending 'Borges Natura'

Barritas de frutos secos con probióticos de 3 sabores o bebidas vegetales en formato 'on-the-go' son solo algunas de sus grandes apuestas para el sector de la distribución automática



Borges cuenta con un departamento exclusivo dedicado al canal *Out of Home*. "Somos especialistas en *Foodservice* y nos dedicamos a buscar soluciones adaptadas a las necesidades de nuestros clientes. Abarcamos tanto la restauración organizada como la distribución inde-

pendiente. Contamos con una amplia gama de productos diseñada específicamente para cubrir todos los usos", explican desde la empresa. Dentro de este departamento, Borges cuenta con equipos específicos para *Horeca*, Tradicional e Impulso, y Vending, con formatos prácticos y

atractivos adaptados a las necesidades de estas tipologías de consumidor.

"La inspiración para diseñar nuevos productos la obtenemos de la riqueza culinaria que posee la dieta mediterránea. Ofrecemos productos saludables, de calidad y nos esforzamos

en promocionar un buen servicio. Nuestra prioridad es satisfacer siempre las necesidades de nuestros clientes."

**BORGES NATURA:
PRODUCTOS
ESPECÍFICOS PARA EL
CANAL VENDING**

Bajo su marca de produc



Este nuevo *snack* saludable posee un elevado contenido en fibra y menos cantidad de azúcar que otras barras, además de presentar un envase 100% compostable.

“Son las primeras barras del sector con probióticos y mayor contenido de frutos secos y semillas”

Con estos prácticos envases de menor tamaño (250ml) es más fácil disfrutar de las ventajas nutricionales de los frutos secos en cualquier momento y lugar.

tos naturales y saludables [Borges Eco Natura](#), la firma ofrece diferentes productos diseñados específicamente para su distribución en las máquinas expendedoras debido a los formatos perfectos para llevar a cualquier lugar. Ejemplo de ello son las bebidas vegetales elaboradas con nueces y almendras que, seleccionadas de sus fincas, brindan un plus de sabor sin azúcares añadidos. También lo es la gama saludable de frutos secos, que llegan en cómodos envases, listos para consumir en cualquier lugar gracias a los formatos de 30 gramos, con los que se consigue la cantidad diaria recomendada de consumo.

NUEVAS INCORPORACIONES

Esta línea específica de vending Borges Natura no

ha dejado de crecer: recientemente la compañía ha incorporado una gama de barras de frutos secos. Con una receta más elaborada, son las primeras del sector con probióticos y con mayor contenido de frutos secos y semillas: entre un 61% hasta un máximo del 72%.

Cada barra contiene, en un formato fácil de llevar a cualquier sitio y consumir en cualquier momento, la dosis mínima recomendada de consumo diario de frutos secos.

Las nuevas barras están disponibles en tres deliciosas variedades: Frutos secos con chocolate; Frutos secos con arándanos, y Frutos secos con dátiles. Todas ellas proporcionan un elevado contenido en fibra, con menor cantidad de azúcar que otras barras y con un envase 100% compostable.

Por otra parte, después del



“Las bebidas vegetales de Borges no contienen gluten, azúcares añadidos ni aromas”

éxito de las bebidas vegetales de nuez, primero, y de almendra y avellana posteriormente, en formato de 1 litro, ahora éstas se suman a la gama Vending Borges Natura con un formato *on-the-go* de 250 mililitros. Con estos prácticos envases es más fácil disfrutar de las ventajas nutricionales de los frutos secos y tomar en cualquier mo-

mento y lugar la dosis diaria de frutos secos recomendada. Este nuevo formato está disponible en dos deliciosas variedades sin gluten, azúcares añadidos ni aromas:

- Nuez: fuente de Omega 3, imprescindible para nuestra salud cardiovascular.
- Almendra: ricas en fibra, proteínas, vitaminas B y E, hierro, calcio y fósforo ■

COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

El respeto por el Medio Ambiente es un principio básico de la política de Gestión Empresarial de Borges. Constituye la marca para la mejora continua de la organización y queda recogido en la política ambiental del grupo. Por ello, la firma trabaja día a día para conseguir certificados medioambientales que demuestren su compromiso.

Las certificaciones con las que cuenta la compañía (EPD - *Environmental Product Declaration*), Huella de Carbono o el certificado Ecosense, entre otras) son una muestra de su compromiso con el Medio Ambiente. *“La sostenibilidad forma parte del ADN de la organización, integrando los aspectos económicos, sociales y ambientales dentro de nuestra estrategia y política empresarial”*, aseguran representantes de Borges, cuyos frutos secos, cosechados en fincas propias, han obtenido la certificación de la Huella de Carbono. Esta verificación de carácter internacional calcula las emisiones de Gases de Efecto invernadero (GEI) que contribuyen al calentamiento global.

Buen ejemplo del desempeño ecológico de Borges es la gama Eco Natura, que ofrece sólo productos básicos de la dieta mediterránea que cumplen con los estándares de la agricultura ecológica y que se producen y distribuyen de manera sostenible.

[Ver vídeo: Borges y sus productos ecológicos](#)

Y con el objetivo de garantizar una agricultura sostenible y responsa-

ble y un uso adecuado de los recursos hídricos Borges certifica sus plantaciones de nogales, pistacheros y almendros con los estándares de buenas prácticas agrícolas Global GAP y está adherida la plataforma EsAgua.

[Más información sobre Global G.A.P.](#)

Asimismo, Borges colabora con la Fundación Global Nature para mejorar la biodiversidad de sus fincas, un objetivo que persigue a través de diferentes estrategias como la introducción de 60.000 abejas, las cuales actúan como polinizadores naturales.

[Ver vídeo sobre la importancia de las abejas en la polinización](#)

Por otra parte, Borges reutiliza los subproductos generados, como las cáscaras de almendras, y las destina al consumo de biomasa y alimentación animal.

[Ver vídeo sobre economía circular](#)

ENERGÍAS RENOVABLES

Desde principios de 2020 la energía eléctrica contratada en los principales centros productivos del grupo es de origen 100% renovable. Así se ha evitado emitir a la atmósfera un total de 8.800 toneladas de CO₂. Además, a través de la Fundación Empresa y Clima, la firma ha calculado las emisiones que generan sus principales centros productivos para poder establecer mejoras y optimizar los procesos que más impacto tienen sobre el medio ambiente.

Destacar que Borges dispone de

una planta de cogeneración de energía de alta eficiencia. Se considera una de las más eficientes del país y su objetivo es generar electricidad y calor en un mismo proceso. También aprovecha los gases de combustión generados en la caldera durante el proceso de cogeneración, evitando que se desprendan en la atmósfera y contribuyendo a los objetivos de la UE de reducción de emisiones de CO₂.

ENTORNO DE TRABAJO SALUDABLE

En su apuesta por un entorno de trabajo saludable, Borges ha eliminado los vasos y las bolsas de plástico de sus principales centros productivos y promueve actividades deportivas dentro de su plantilla. De esta manera se ha disminuido en 82.000 unidades el total de vasos utilizados al año y se han producido 21 toneladas menos de plástico.

CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD ESG

Por otra parte, la empresa ha formalizado un préstamo sostenible cuyas condiciones están vinculadas a la evolución del impacto ambiental en su producción industrial incorporando así criterios de sostenibilidad ESG (*Environment, Social and Governance*) en la estructura financiera del grupo.

[Visita la web de Borges Professional](#)





NATURA

*Si es sabroso y saludable
es todo lo que necesitas!*



**NUEVA
RECETA**



'REEDUCAR EN
EL RESPETO
AL MEDIO
AMBIENTE'

Entrevista

EVELINA MILANI, RESPONSABLE ADMINISTRATIVA Y DE MARKETING DE NI.SI SRL

“En lugar de prohibir es más beneficioso reeducar y orientar hacia el máximo respeto al Medio Ambiente”

La entrada en vigor de la Directiva UE2019/904 sobre el impacto ambiental de determinados productos de plástico el pasado 3 de julio de 2021 provocó un gran impacto en la industria del vending y, concretamente, en las empresas fabricantes de artículos como vasos y paletinas. En las próximas líneas Evelina Milani nos explica de primera mano su opinión sobre esta nueva normativa. También el proceso que ha llevado a cabo la compañía para seguir ofreciendo a sus clientes artículos de calidad que cumplan con la Directiva: desde la investigación de nuevos materiales que sustituyan al plástico, hasta la adaptación de las máquinas existentes en sus plantas de producción.



Muchos fabricantes fueron críticos con la entrada en vigor de la Directiva sobre plásticos de un solo uso. ¿Cuáles son sus argumentos para posicionarse en contra de una normativa que, a priori, asienta sus bases en la sostenibilidad y el cuidado por el Medio Ambiente?

La sostenibilidad es un tema complejo, sobre el que nunca se aprende lo suficiente. Tengo la impresión de que el término se usa de manera muy im-

propia, a menudo con hipocresía. Los fabricantes luchamos contra la normativa hasta el final porque tanto los agitadores como los vasos forman parte de un circuito cerrado, ya que las máquinas vending se encuentran en emplazamientos cerrados y no tienen un impacto decisivo en el medio ambiente. Creemos que la Unión Europea no ha invertido suficiente en desarrollar políticas de reciclaje y reconversión en el sector del vending. Las autoridades han optado por prohibir el plástico de

un solo uso sin ofrecer una alternativa bien estudiada para evitar unos daños tan enormes a nuestra industria. En lugar de prohibir, pensamos que es más beneficioso reeducar a la sociedad para hacer un buen uso de los productos considerados contaminantes y, sobre todo, orientar todas sus conductas hacia el máximo respeto al medio ambiente.

La Directiva SUP establece que el plástico de un solo uso se debe sustituir por un ‘polímero

natural no modificado químicamente’. ¿Qué soluciones han encontrado desde Ni.Si para afrontar esta situación?

A raíz de nuestras investigaciones, hemos podido comprobar que el bioplástico compostable no resiste las altas temperaturas de las bebidas calientes. Por su parte, la madera es menos resistente que el plástico a la humedad y al calor interno. Asimismo, cabe destacar que la mayoría de los materiales bioplásticos que hemos probado tienen un coste de producción



Uno de los rasgos distintivos de Ni.Si es el envasado de sus paletinas con el logo de la compañía.



Ni.Si considera necesaria una protección adicional de las paletinas que logra a través de la exposición de los artículos a una mayor seguridad a sus clientes.

demasiado alto para su utilización como 'monouso'. Desde Ni.Si ofrecemos desde hace tiempo a nuestros clientes agitadores de madera y estamos muy satisfechos.

¿Qué ventajas ofrecen las paletinas de madera al mercado? ¿Cuáles son sus principales características?

Lo cierto es que el plástico sigue siendo el mejor material para los agitadores de las máquinas expendedoras por su resistencia e higiene. Pero tras la entrada en vigor de la normativa, la madera es la mejor opción. Su principal ventaja es que, al ser naturalmente biodegradable, tiene poco impacto en el medio ambiente. En concreto la madera de abedul es, técnicamente, la mejor alternativa. Al tratarse de un producto de importación desde Ni.Si solo trabajamos con proveedores cualificados y certificados, ya que que-



Evelina Milani junto al fundador de Ni.Si, Felice Milani.



Ni.Si. ha logrado la certificación FSC por la paletina de madera, con la que se garantiza que el origen del artículo procede siempre de bosques debidamente gestionados.

“Creemos que la Unión Europea no ha invertido suficiente en desarrollar políticas de reciclaje y reconversión en el sector del vending”

remos ofrecer a nuestros clientes un producto con las máximas garantías.

¿Cuáles son los grandes retos de comercializar las nuevas paletinas de madera?

En este sector corremos el riesgo de que algunas empresas quieran comercializar las paletinas de madera a precios muy bajos, sin tener en cuenta las técnicas y necesidades de adaptación a las expendedoras de bebidas calientes.

¿Qué acogida están teniendo en el mercado europeo y español?

Hasta que fue posible, los clientes de toda Europa

quisieron seguir utilizando paletinas de plástico, por lo que se abastecieron al máximo. Ahora poco a poco las están reemplazando por las de madera, aunque siguen prefiriendo el plástico.

¿Pueden darse en el contexto actual problemas de abastecimiento al ser un producto importado?

La falta de materia prima fue nuestra primera inquietud, así que desde Ni.Si adelantamos algunos pedidos que, en principio, estaban previstos para tramitar a finales de este año. Al comprar los materiales a miles de kilómetros de distancia,

es importante diseñar una buena planificación ya que existen diversos factores que pueden influir en los tiempos de adquisición. Nosotros llevamos tiempo trabajando el stock para contar siempre con un almacén provisto que responda a cualquier demanda.

¿Qué iniciativas se desarrollan en Ni.Si relacionadas con el proceso de fabricación para hacer las paletinas más eficientes y sostenibles?

En cuanto a la sostenibilidad, cabe destacar que Ni.Si. ha logrado la certificación FSC por la paletina

de madera, con la que se garantiza que el origen del artículo procede siempre de bosques debidamente gestionados. Por otra parte, hace unos años, antes incluso de que se aprobara la Directiva, llevamos a cabo diversos estudios de la mano de un tecnólogo universitario de alimentos para desarrollar un material que pudiera reemplazar al plástico, pero en aquel momento no obtuvimos los resultados deseados.

¿La compañía dispone de especialistas en sostenibilidad?

Cuando nos surgen dudas relacionadas con la sostenibilidad contamos con la ayuda de técnicos y expertos externos.

En Venditalia, Ni.Si presentó sus últimas innovaciones. ¿En qué consisten?

Nuestros artículos de madera son de excelente calidad y seguros, procedentes de proveedores calificados. Sin embargo, consideramos necesaria una protección adicional que logramos a través de la exposición de las paletinas a rayos UV-C, brindando así una mayor seguridad a nuestros clientes, teniendo en cuenta los riesgos que pudieran derivarse del largo viaje y del hecho de que la madera es un material natural. Por otra parte, uno de los rasgos distintivos de

Ni.Si ha sido el envasado de sus paletinas con el logo y, actualmente, estamos trabajando muchísimo en el nuevo *packaging* para ofrecer valor añadido al consumidor.

¿Cómo está afrontando Ni.Si esta nueva etapa de cambios en su producción?

Hemos llevado a cabo un proceso de adaptación de las máquinas existentes, en particular de aquellas destinadas a empacar y envolver las paletinas de madera. La madera se “mueve” de manera diferente al plástico, así que una vez que nos dimos cuenta de esta diferencia, hicimos los cambios necesarios. Estas modificaciones implicaron también inversiones en la selección y saneamiento de las tarimas.

¿Qué ha supuesto para Ni.Si en volumen de negocio y cifras estos cambios normativos?

El período aún está en transición y, por lo tanto, todavía hay cierta confusión. También hubo algún descenso porque aparecieron en el mercado fabricantes de agitadores que no conocen el medio, atraídos por la facilidad de comprar un producto terminado en el extranjero y revenderlo.

¿Cuentan los proveedores de la compañía con alguna certificación

¿SABÍAS QUE...?

Tras años trabajando en el sector del vending, Felice Milani se da cuenta de una creciente necesidad de paletinas para las máquinas expendedoras y funda Ni.Si en 1978. La firma inicia su producción en el pueblo natal de Milani, Montano Lucino (provincia de Como). Más tarde se traslada a su actual sede en Villa Guardia.

Gracias a una amplia gama de productos y una clientela fiel en 44 países, Ni.Si es una de las empresas referentes en la producción de paletinas para vending.



medioambiental?

Sí, y es importante que sea así dada la distancia a la que se encuentran de Italia. Además, para comprobar su vigencia y establecer una relación comercial en persona siempre visitamos las oficinas de nuestros proveedores.

¿Qué acciones de Responsabilidad Social Corporativa se llevan a cabo desde Ni.Si?

Somos una empresa certificada que solo colabora con empresas que también están certificadas.

A finales de marzo, la Comisión de la Unión Europea presentó su propuesta de Reglamento sobre los requisitos de diseño ecológico para productos sostenibles. ¿En qué afecta esta normativa a los productos que fabrica Ni.Si?

La propuesta tiene por objeto abordar el diseño de todos los productos comercializados en la UE con el fin de hacerlos más duraderos, fiables, reutilizables, actualizables, reparables; más fáciles de mantener, reacondicionar y reciclar; y más eficientes desde el punto de vista energético y de los recursos. Desde Ni.Si estamos al corriente de esta propuesta y queremos profundizar en los aspectos que implica, ya que puede representar nuevas posibilidades para la compañía ■

[Visita la web](#)



Debemos proteger
la Calidad

ALBERGHI



Paletina
higienizada
en Italia



paletina natural

en madera de abedul



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



The mark of
responsible forestry

'PROCESOS INDUSTRIALES SOSTENIBLES'

Grupo Evoca. Hacia el liderazgo en eficiencia energética

La compañía incorpora el gas R290 en todas sus máquinas refrigeradas



Grupo Evoca es una de las empresas multinacionales líderes en el sector de las máquinas de café para el canal 'fuera del hogar'. La firma brinda al mercado una completa gama de máquinas de café y soluciones de pago para los mercados Horeca, OCS y Vending. Y es que, su cartera de marcas la han convertido en un referente mundial en su ámbito de actividad, destacando Necta, Saeco, Ducale o Newis. La satisfacción de las peticiones de los operadores a través de una amplia cartera de productos realmente innovadores, soluciones digitales y un enfoque industrial donde prima la sostenibilidad con el fin de anticiparse a las principales tendencias del consumo fuera del hogar para ofrecer nuevas experiencias al usuario, son algunos de los objetivos prioritarios que persigue la organización.

Evoca Iberia, filial en España y Portugal de Evoca Group, informaba en julio de 2021 que, adelantándose a lo previsto en el cumplimiento de la normativa de la legislación europea, según la cual se prohibiría el uso de gases HFC a partir del 1 de enero de 2022, Grupo Evoca había incorporado en todas sus máquinas refrigeradas, grupos de frío con gas R290, un gas refrigerante natural. Comúnmente utilizado en refrigeración comercial y doméstica (frigoríficos / congeladores y refrigeradores domésticos), además de tener una alta capacidad de enfriamiento,

tiene un impacto ambiental muy bajo (impacto potencial capa de ozono=0). Utilizando esta tecnología, Necta se adelantaba a lo previsto en el cumplimiento de la normativa de la legislación europea.

TODO LO QUE DEBES SABER DE R290

¿Cuánto gas R290 contiene cada máquina Swing en su grupo de frío?

La cantidad de gas es de unos 85 gr, aproximadamente el equivalente al gas contenido en 5 mecheros.

¿La presencia del gas R290 en la máquina po-

dría incrementar el riesgo de incendio?

Desde Necta han llevado a cabo un test de laboratorio con la colaboración de IMQ. Los resultados muestran que no se ve incrementado el riesgo de incendio por la presencia de gas (el cual está aislado y alejado de posibles fuentes de ignición). IMQ es un organismo que certifica la conformidad de los equipos Necta con los estándares europeos, garantizando seguridad y fiabilidad. Con pleno cumplimiento de las directivas y reglamentos europeos, la empresa garantiza la seguridad de los consumidores mediante el



control del producto antes de su comercialización y un seguimiento constante de la producción.

¿Necesito implementar cambios en mi almacén para almacenar los modelos Impulse que contengan grupos de frío R290?

Dada la pequeña cantidad de gas contenida en cada máquina, cualquier empresa que opere de acuerdo

con las regulaciones vigentes de Salud y Seguridad en el Trabajo no necesita implementar ningún procedimiento específico. Sin embargo, la presencia de gas R290 debe tenerse en cuenta al actualizar el documento de evaluación de riesgos del sitio.

¿Se pueden transportar de forma segura los modelos Impulse equipados con un grupo de frío R290?

Según las Normas UN2857 y UN3358 y las disposiciones especiales 119 y 291, las mercancías no están sujetas a las regulaciones ADR (acuerdo europeo sobre el transporte de mercancías peligrosas) si contienen menos de 12 kg de un gas de clase 2 (como R290). Como resultado, un camión o un contenedor de máquinas completamente cargado se pueden transportar tranquilamente.

La tecnología de refrigeración de gas R290 es extremadamente eficiente en términos de consumo de energía. ¿Cuánto puedo ahorrar cada año?

Basándonos en el coste medio de la electricidad industrial podemos ahorrar hasta 275 € al año por cada máquina Swing Food y hasta 238 € al año por cada Swing Snack (comparado con una máquina Tango Snack) ■

LA NUEVA GENERACIÓN DE MÁQUINAS IMPULSE DE NECTA



Con tecnología R290, esta exclusiva gama posee la mejor eficiencia energética. Conoce más en este vídeo.

“Para Necta el respeto por el medio ambiente hoy es una obligación moral para las generaciones del mañana”

Ser líder en la fabricación de máquinas expendedoras significa garantizar calidad, fiabilidad y hoy más que nunca respeto por el medio ambiente.

Desde marzo de 2021 la normativa europea sobre Ecodiseño y Etiquetado Energético establecía una nueva clasificación energética que también incluía al vending. Los nuevos estándares europeos cuyo objetivo es comparar los diferentes productos del mercado, definían a partir de ese momento la Clase C como la mejor hasta la fecha en la industria.

En esta Clase, Necta ofrece una innovadora generación de máquinas Impulse con tecnología R290: las nuevas Twist, Swing y Vivace, una gama que también cumple con la normativa que entró en vigor en enero de 2022 y que prohíbe el uso de gases HFC. Esto es gracias al uso de R290, un gas natural con alto poder de enfriamiento y bajo impacto ambiental capaz de reducir el consumo de energía y las emisiones contribuyendo a limitar el calentamiento global.

Pero, ¿cómo podemos decir que una máquina es eficiente y tiene un impacto reducido en el medioambiente? Esta es

la pregunta que se hacen desde Necta y cuya respuesta es la siguiente: gracias al índice TEWI (*Total Equivalent Warming Impact*) que emite sus emisiones directas e indirectas en función del consumo energético. R290 es un gas refrigerante de alto rendimiento. Necta lo eligió para sus máquinas porque la tecnología es segura, consolidada y ya ampliamente utilizada en otros sectores.

Por lo tanto, no hay límites de almacenamiento, transporte e instalación para estos distribuidores, pudiendo operar por tanto en todas las ubicaciones principales del vending. Además IMQ, instituto de certificación reconocido internacionalmente, asegura el cumplimiento de los productos Necta con los estándares de seguridad y riesgo de inflamabilidad. *“Creemos en lo que hacemos. La honestidad, la seriedad y la pasión nos distinguen. Por eso siempre proponemos nuevas soluciones en lugar de adaptaciones, con el fin de asegurar la seguridad, la eficiencia y la conformidad certificada porque para Necta el respeto por el medioambiente hoy es una obligación moral para las generaciones del mañana”.*

SWING DE NECTA SE POSTULA COMO UNA DE LAS MÁQUINAS MÁS VERSÁTILES DEL SEGMENTO IMPULSE

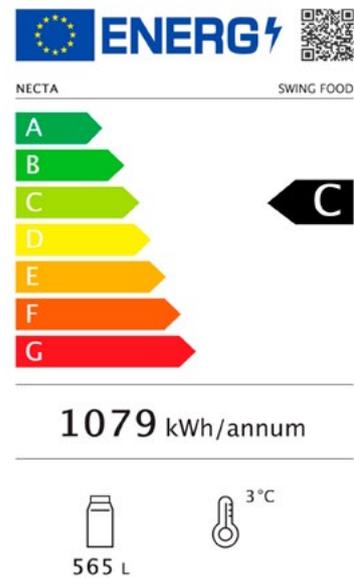
El nuevo modelo de Necta, Swing, es una máquina de vending de la gama Snack & Food que, junto con la renovación completa de la gama Impulse de Necta, viene a suponer un gran salto tecnológico. La nueva tecnología de refrigerantes, la alta eficiencia energética y el bajo impacto ambiental, junto con su flexibilidad operativa y su elegante diseño son las principales características de Swing, la primera máquina de una nueva generación de los modelos Impulse de Necta. Este nuevo equipo aporta un rendimiento mejorado y una calidad superior. Se trata de un modelo fiable, con alta capacidad, compacto y flexible, que se puede personalizar de forma integral en función de la oferta de productos. El nuevo modelo se beneficia de una configuración interna optimizada y flexible que permite la gestión de diferentes tamaños de envases y productos, y también ofrece la posibilidad de instalar la bandeja Visio-Shop para crear un área para alimentos voluminosos. Las bandejas Visio-Shop opcionales, además de proporcionar una flexibilidad de configuración adicional y un mejor paso de la luz, también se pueden ajustar para adaptarse a una amplia variedad de envases. El uso de al menos dos bandejas Visio-Shop permite, por ejemplo, crear un 'área



voluminosa' dedicada a productos como ensaladas o comidas preparadas a las que se accede, después de la selección, desde un cajón de recogida grande y de fácil acceso. Internamente, la iluminación LED garantiza una visibilidad óptima del producto. Asimismo, la temperatura se adapta al producto. Presenta dos bandejas inferiores C&B (5-7C°), dos bandejas centrales para alimentos (0-3C°) y tres bandejas superiores para snacks (8-12C°). Aunque la Swing puede igualmente operar a temperatura ambiente para dispensar artículos EPI's. Otra de las ventajas que presenta este nuevo equipo es que se puede combinar junto

“La máquina SWING de Necta, que alcanza la Clase C, se convierte a día de hoy en la mejor opción en cuanto a eficiencia”

Necta da un gran salto tecnológico con su nueva máquina Swing. Gracias al grupo de frío que utiliza R290 y al aislamiento térmico de la vitrina, SWING ahorra hasta un 70% de energía respecto a modelos anteriores.



a otros modelos de Necta para satisfacer todas las necesidades de los usuarios e incrementar las oportunidades de venta.



Eficiencia energética, atención al medio ambiente, calidad y prestaciones avanzadas, estos son los puntos fuertes del nuevo modelo.

TWIST, EL NUEVO MODELO 'VERDE' DE LA GAMA SNACK & FOOD DE NECTA

La nueva máquina Twist viene a completar la renovación de la gama Necta Impulse, suponiendo un salto cualitativo para este segmento, y aportando soluciones tecnológicas propias de la gama alta de los productos Necta. Eficiencia energética, atención al medio ambiente, calidad y prestaciones avanzadas, estos son los puntos fuertes del nuevo modelo.

Twist cuenta con unas credenciales 'ecológicas' impecables, ofreciendo el mayor rendimiento energético de la gama Snack & Food. El grupo de frío adopta la tecnología R290. Gra-

cias a su eficiencia energética y la economía circular en la que está diseñada y fabricada, Twist destaca por su alta sostenibilidad medioambiental, lo que se traduce en una baja huella de carbono.

El consumo de energía es excelente, alcanzando la Clase C, el mejor rendimiento de la industria frente a las nuevas clasificaciones establecidas por la UE. En la actualidad, Twist es la mejor opción disponible en términos de eficiencia, ya que ofrece un ahorro de energía de hasta un -71% en comparación con modelos anteriores.

NECTA. PROPUESTA DE VALOR TWIST-VIVACE

- **Mejora del rendimiento y la calidad.** En el segmento de las 6 espirales.

Rendimiento Premium

Operador: "Los modelos Twist y Vivace brindan un rendimiento y una calidad mejorados al segmento de 6 espirales del mercado Impulse. Responden a la necesidad de un proveedor confiable, compacto y flexible; que se puede personalizar completamente en términos de la oferta del producto para que se cumplan todos los requisitos del cliente".

- Bandeja modular y área para productos voluminosos como están-

dar en ambos modelos.

- Sistema de flexibilidad vertical, V-Flex.
- Calidad de los componentes mejorada.
- Nueva estética de la vitrina y mayor visibilidad.
- **Cuidado del medio ambiente.** SIN gas HFC, huella de carbono extremadamente reducida, mayor sostenibilidad.
- Nuevo grupo de frío R290 con bajo GWP (*Global Warming Potential*).
- Menores emisiones de ruido.
- Mayor sostenibilidad gracias a un proceso de economía circular

dentro del cual se diseña y produce el modelo.

- **Eficiencia energética.** Componentes ecológicos para un rendimiento energético de primera clase, de acuerdo con las nuevas leyes de la UE.
- Mueble revestido de espuma aislante.
- Componentes de alta eficiencia.
- Hasta -71% de consumo de energía vs la Jazz actual.
- Clase C en toda la gama tanto en la configuración de Snack como en Food.

PASOS DE GIGANTE HACIA LA SOSTENIBILIDAD CON ROYAL Y MAGIC DE SAECO



Desde Saeco continúan sus esfuerzos en el avance de las políticas de sostenibilidad en su Línea de Negocios, a través de la implementación de diversas acciones de gran relevancia que contribuyen a tal fin. Este es el caso, por ejemplo, de la utilización de nuevos embalajes, y la retirada del poliestireno para Royal y Magic, reduciendo de este modo el uso de este componente en aproximadamente unas 28 toneladas al año. Además, en Magic han sustituido el manual de 200 páginas en papel por una guía rápida multilingüe de 22 páginas que se descarga por medio de un código QR. Esta acción reduce el consumo de papel en un 88%. El 'manual' está disponible online.

Salud & seguridad

Máquina libre de plomo • Sistema de limpieza certificado

Sostenibilidad

Embalaje: El uso de poliestireno se ha reducido en 28 toneladas al año

Manuales: On-line, en lugar de impresos se reduce el consumo de papel en un 88%

categoría en cuanto a calidad y variedad de bebidas. *“La pausa para el café se convierte de un gesto diario en una forma de vida para vivir con estilo y gusto, un momento de verdadera relajación para mimarse mientras saborea su bebida favorita. Un verdadero regreso al futuro para un nombre, Magic, que tanto ha representado para la marca Saeco”*. Así definen en la compañía esta nueva e innovadora gama de máquinas con prestaciones técnicas de última generación y un diseño inigualable fruto de años de experiencia e investigación, que supone para Saeco una importante evolución en el segmento OCS.

LA NUEVA ROYAL. UN ICONO ATEMPORAL EN EL SEGMENTO OCS



La nueva **Royal de Saeco, de diseño atrevido e imagen elegante**, se ha convertido en un icono atemporal en el segmento OCS que la firma ha **rediseñado para que las pausas para el café sean aún más agradables**. Royal es un gran clásico de Saeco en el segmento OCS, apreciado en todo el mundo y ahora con una nueva y fuerte identidad. Sus componentes profesionales y funcionales, una interfaz capacitiva con imágenes fotorrealistas y

su pantalla iconográfica, facilitan la selección de bebidas y le dan a esta máquina una personalidad distintiva. *“Royal ha sido admirada en todo el mundo por su estilo inimitable. Hoy es aún más impresionante”*, explican desde Saeco.

Royal está disponible en **tres versiones** que dispensan café y agua caliente: *Royal OTC, Royal Plus y Royal Black*.

MAGIC DE SAECO, UNA NUEVA E INNOVADORA FAMILIA DE MÁQUINAS DE CAFÉ

Magic representa la última evolución de las cafeteras Saeco Professional, pero también es una máquina que marca una clara ruptura con el pasado. Tiene formas nuevas, completamente rediseñadas y desempeño en lo más alto de la



[Visita la web de Evoca](#)



'UN MODELO
DE FÁBRICA
DIGITAL
SOSTENIBLE'

Entrevista

ANDREA POZZOLINI Y STEFANO MACCHI, CEO Y SUSTAINABILITY MANAGER DE RHEA, RESPECTIVAMENTE



Andrea Pozzolini, CEO de Rhea.



Stefano Macchi, Sustainability Manager de Rhea.

“La sostenibilidad siempre ha estado integrada en todo lo que hacemos”

Desde 1960 Rhea promueve la excelencia del *Made in Italy* abriendo nuevos horizontes con el fin de aumentar el potencial de la venta automática. A través de tecnología de vanguardia y máquinas totalmente personalizables, la compañía combina tradición, innovación y diseño, sin perder el foco en la calidad del café y la sostenibilidad.

De todos estos temas nos hablan Andrea Pozzolini y Stefano Macchi, quienes nos explican las estrategias actuales de la empresa y sus planes de futuro en materia de sostenibilidad.

Andrea, ¿cómo definirías el compromiso de Rhea con el medio ambiente?

La sostenibilidad siempre ha estado integrada en todo lo que hacemos. Nuestro enfoque se ajusta perfectamente a los criterios ESG –*Environmental, Social, Governance*–, los cuales implementamos a través de nuestras estrategias y acciones con el objetivo de hacer negocios de forma sostenible.

Desde la atención a las personas y la calidad de los espacios de trabajo, pasando por la elección de mate-

riales y el uso de energías renovables, hasta el uso de tecnologías que reducen el consumo y el impacto ambiental, tratamos de trasladar todo ello a nuestras propuestas de producto, junto con el diseño y la innovación, para ofrecer una experiencia de calidad.

Quienes trabajan en Rhea o con Rhea son testigos del contexto seguro y motivador que ofrecemos para que puedan expresar al máximo su potencial creativo y contribuir así activamente en las políticas de sostenibilidad de la compañía.

¿Qué estrategias adoptáis para afrontar estos nuevos retos?

Se trata de una evolución constante y continua fruto de la investigación, la experimentación y las colaboraciones específicas.

Las nuevas tecnologías nos permiten revisar y mejorar el diseño ecosostenible, pero también nos centramos en crear un ecosistema de escucha hacia todas las partes interesadas. En este sentido, contamos con socios profesionales que nos guían en nuestro camino hacia la sostenibilidad. Llevamos

“Llevamos más de un año trabajando con la Universidad Politécnica de Milán para crear un modelo de fábrica digital sostenible”

más de un año trabajando con la Universidad Politécnica de Milán para crear un modelo de fábrica digital sostenible. Se trata de un objetivo importante para nosotros que nos permitirá no sólo continuar y mejo-

rar nuestro compromiso, sino también certificar los objetivos alcanzados y aquellos en los que aún debemos trabajar.

“El proyecto se basa en el acrónimo ARSO –Avoid, Reduce, Substitute, Offsetting- (evitar, reducir, sustituir, compensar) con el objetivo de identificar y poner en marcha acciones para reducir el impacto del CO2 en el medio ambiente”, añadió Stefano Macchi.

Stefano, ¿cuáles son las características ‘green’ de vuestras máquinas?

Rhea siempre ha trabajado por la sostenibilidad. Ya en 2010 desarrolló el **sistema TM-ON** de telemetría que permite gestionar a distancia las actualizaciones, la configuración y el mantenimiento de las máquinas, otorgando más velocidad y, por supuesto, reduciendo la huella de CO2 gracias a los desplazamientos de personal que ya no es necesario realizar.

En 2015, todos los centros operativos de la compañía pasaron a trabajar únicamente con **energía 100% ‘verde’ procedente de fuentes renovables**.

Ese mismo año, también lanzamos la **tecnología patentada Varitherm**, un sistema de calentamiento de agua por inducción que proporciona un importante

ahorro de energía en comparación con los sistemas tradicionales de caldera. Este innovador sistema adapta la temperatura del agua en cada receta, permitiendo incluso trabajar con diferentes temperaturas en una misma bebida para garantizar un resultado superior. Además, a la tecnología Varitherm se añade el modo de espera, que permite un mayor ahorro energético cuando la máquina no está en uso.

Asimismo, cabe destacar la introducción de la **tecnología BioCote® Antimicrobial** en nuestras máquinas de última generación, un aditivo antimicrobiano a base de plata presente en determinadas piezas de plástico que entran en contacto con el público. Su función es reducir la presencia de bacterias hasta en un 99,99%, brindando una gran seguridad a los usuarios y permitiendo a la empresa ahorrar en el uso de detergentes para limpiar la máquina.

De igual modo, también trabajamos en la **modularidad** y flexibilidad interna de las máquinas para conseguir un mantenimiento y sustitución de componentes más eficaz, aumentando el ciclo de vida potencial de la máquina gracias a sus componentes fácilmente desmontables para ser posteriormente reci-

“En 2015 todos nuestros los centros operativos pasaron a trabajar únicamente con energía 100% ‘verde’ procedente de fuentes renovables”



Tecnología patentada Varitherm.

clados. Además, nuestras soluciones también incluyen **dispensadores de agua** que eliminan el uso de productos desechables y botellas de plástico.

Por último, pero no menos importante, es la introducción de **plástico reciclado** en la producción de nuestras máquinas expendedoras y el uso de **embalajes con certificación FSC** (Forest Stewardship Council®).

¿Qué proyectos de sostenibilidad os planteáis de cara al futuro?

Además de la continua investigación tecnológica para el diseño ecosostenible de todo el ciclo de vida de las máquinas, estamos tratando de ampliar nuestra oferta para aportar soluciones de automatización en diferentes contextos que tienen que ver

con el *New Retail* y nuevos entornos como el *coworking* y las ciudades inteligentes. En este sentido, participamos activamente en el **proyecto MIND**, un nuevo distrito tecnológico situado en la ciudad de Milán que implica a muchas empresas en el desarrollo de start-ups innovadoras destinadas a construir una ciudad futurista.

Rhea invierte en investigación y en colaboraciones para ofrecer nuevas soluciones de calidad ‘antiresiduos’ económicamente sostenibles.

Dentro de las políticas habituales de formación que afectan a los trabajadores de la compañía, tenemos en marcha un proyecto que refuerza la formación de nuestras compañeras más prometedoras y que les permite crecer dentro



del organigrama de la empresa para convertirse en futuras directivas; y es que nos dimos cuenta de que, aunque en Rhea nunca ha existido una preclusión de carrera para las mujeres,

la falta de formación específica estaba inhibiendo la proposición natural a determinadas funciones. También prestamos atención al bienestar de las comunidades de la zona

donde operamos, y me refiero, por ejemplo, al apoyo que damos a asociaciones locales o internacionales como *Terres des Homes* o *Médicos sin Fronteras*.

En conclusión, nuestro objetivo es hacerlo cada vez mejor, teniendo en cuenta un círculo virtuoso que no sólo involucra al medio ambiente, sino que también concierne a otros dos pilares de la sostenibilidad: el económico y el social ■

“Tenemos en marcha un proyecto que refuerza la formación de nuestras compañeras más prometedoras para convertirlas en futuras directivas”

Más información en la web

rheavendors 
apliven



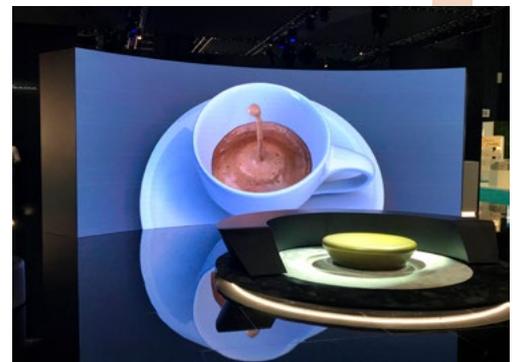
RHEA SORPRENDE EN LA ÚLTIMA EDICIÓN DE VENDITALIA CON UN INNOVADOR STAND A LA ALTURA DE SUS ÚLTIMAS CREACIONES

Venditalia 2022 fue una gran oportunidad para Rhea, donde pudo presentar su visión fuertemente proyectada hacia el futuro y su papel como fabricante italiano de máquinas de café y máquinas expendedoras. Calidad, sostenibilidad, innovación y mucho *Made in Italy* fueron solo algunos de los ingredientes elegidos por la firma. El stand ofreció a los visitantes la oportunidad de sumergirse en un breve pero intenso viaje al mundo de la firma. En la zona frontal, unos asientos que recordaban la forma de una taza de café se situaban frente a una gran pantalla que no dejó de proyectar imágenes y [vídeos de la compañía](#). Tras el escenario, daba comienzo un recorrido por cuatro áreas que contenían sus máquinas iluminadas por un solo foco, como si fueran obras de arte.

Finalmente, los invitados accedían a un salón donde pudieron disfrutar de una buena taza de café.

‘Made for you’ es el slogan que presentamos en Venditalia, y es la síntesis precisa de lo que hacemos y cómo lo hacemos”, explica Andrea Pozzolini, CEO de Rhea.

Entre las [máquinas expuestas en Venditalia 2022](#) se encontraba la gama rhFS, Kairos y Monolite, entre otras.



Kairos.



Gama rhFS.



Monolite.

rhea



MADE
FOR YOU

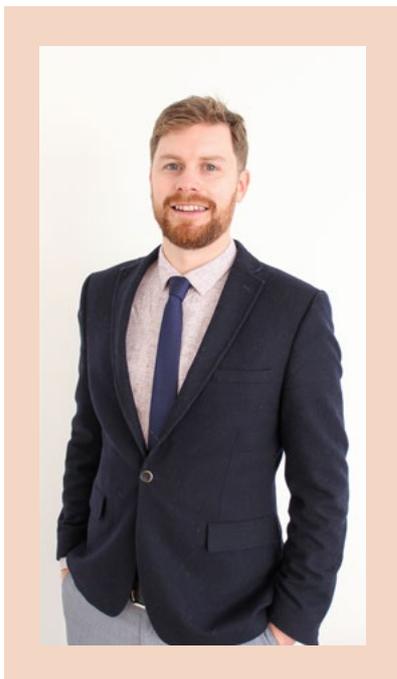


MONOLITE

sustainability quality tailor made innovation

‘UN VENDING
MÁS
SOSTENIBLE Y
SALUDABLE’

Entrevista a
DAVID IRVINE, DIRECTOR DE COMUNICACIÓN Y ASUNTOS PÚBLICOS DE LA EVA



“Para nosotros, un futuro sostenible es sinónimo de un futuro positivo”

A continuación, entrevistamos a David Irvine, Director de Comunicación y Asuntos Públicos de la European Vending & Coffee Service Association (EVA), quien nos expone su punto de vista sobre en qué situación se encuentra el sector y hacia dónde se dirige en términos de sostenibilidad.

La EVA publica trimestralmente lo que denomina ‘Hot Issues’, un resumen de aquellos temas más candentes que afectan a la venta automática y donde, en los últimos años, la sostenibilidad, junto con las consecuencias de la pandemia causada por la Covid-19, no ha dejado de ser la protagonista.

Centrándonos en este último año y tras la entrada en vigor el pasado 3 de julio de 2021 de la **Directiva sobre plásticos de un solo uso**, el sector no ha dejado de enfrentarse a nuevos retos medioambientales.

Ya en 2021 la Comisión de la Unión europea lanzó un nuevo **Código de conducta** de carácter voluntario con afectación a las prác-

ticas **comerciales y de marketing del sector** de la alimentación, con el fin de mejorar la salud de los consumidores y llevar a cabo acciones más sostenibles. Asimismo, en lo que llevamos de año, ya hemos presenciado la entrada en vigor de la **prohibición de los refrigerantes HFC r134a** y la propuesta de Reglamento sobre los **requisitos de diseño ecológico**, que busca obtener productos con características más sostenibles: mayor durabilidad, reutilizables, reparables, reciclables, y eficientes desde el punto de vista energético y de los recursos, entre otras.

A todo ello se suman múltiples propuestas que la Comisión tiene sobre la mesa

como el **derecho a reparar**, la revisión del Reglamento sobre gases fluorados, y la revisión del actual **Reglamento sobre la difusión de la información alimentaria** a los consumidores, que implica el etiquetado nutricional en la parte frontal del producto, el perfil de nutrientes, el origen y la fecha.

El avance tecnológico es continuo en la industria del vending: micromarkets, cashless... ¿qué aportación medioambiental ofrecen estas innovadoras propuestas?

Es difícil decir si ciertas innovaciones de la industria del vending son más o menos sostenibles en términos de huella ambiental.

“Todos los segmentos que forman el sector están evaluando cuidadosamente la huella ambiental que emiten para tomar conciencia de ello y mejorar su desempeño en el futuro”



Es cierto que, algunas máquinas incorporan tecnologías capaces de gestionar el producto y, dada su alta eficiencia, permiten reducir los desplazamientos de los operadores, disminuyendo así las emisiones de CO2.

Lo que sí puedo afirmar con contundencia es que todos los segmentos que forman el sector están evaluando cuidadosamente la huella ambiental que emiten para tomar conciencia de ello y mejorar su desempeño en el futuro.

A nivel técnico, también se están presentando muchas novedades que aumentan la eficiencia de las máquinas y sus componentes. Se trata de desarrollos que los consumidores rara vez perciben, pero que contribuyen a que, en términos generales, el servicio sea más sostenible.

¿Cómo responde el sector a las demandas actuales de alimentación saludable por parte de los consumidores?

El vending se basa en proporcionar los productos

que demanda el consumidor, y en estos momentos, los más solicitados son los bajos en azúcar, sal y grasas, por ejemplo.

El usuario cada vez toma más conciencia de los productos que desea comprar y, es por ello que ahora algunas máquinas incorporan un desarrollo que ha sido muy bienvenido: pantallas táctiles que facilitan información nutricional de cada uno de los productos que dispensan. Las aplicaciones móviles también lo han incorporado y, para nosotros, es muy positivo que la industria brinde esta opción para que el usuario tome una decisión consciente e informada.

Desde el año 2014, las máquinas expendedoras de bebidas calientes ubicadas en la Unión Europea (UE) están obligadas a proporcionar información sobre una variedad de alérgenos como el gluten o la lactosa. Actualmente, la UE también está considerando si la visualización de las etiquetas nutricionales debe ser obligatoria, algo que generaría un gran impacto en el sector.

Revisión del reglamento de gases fluorados, etiquetado nutricional, diseño ecológico, derecho a reparar, prácticas comerciales responsables... ¿Qué propone la EVA en estos momentos a la Comisión de la

USO DEL AGUA EMBOTELLADA EN EL VENDING



El pasado mes de abril la EVA publicó los resultados de las encuestas realizadas a operadores y embotellados para conocer cómo se proporciona actualmente el agua embotellada en la industria del vending, si se están utilizando nuevos formatos y en qué medida, y ver si las políticas europeas y nacionales están impactando en su demanda.

PRINCIPALES HALLAZGOS

- Más de la mitad de los operadores dicen que las ventas de agua embotellada han aumentado en los últimos 5 años.
- Un 42% afirma que las botellas de PET son el único formato de agua embotellada disponible en sus máquinas, aunque con variaciones según el mercado.
- Casi la mitad ha declarado haber experimentado una mayor demanda de dispensadores de agua por parte de los clientes.

VARIACIONES

Si bien las botellas de PET son el formato más común para el agua embotellada, el informe proporciona un desglose del agua suministrada en latas, botellas de vidrio y cartones (Tetra-Pak) a través de las máquinas expendedoras, y se han obtenido resultados distintos según el mercado. Las restricciones también varían de un país a otro, pero algunos operadores han comentado que las adquisiciones aún tienen que ponerse al día para cumplir con estas nuevas políticas, signo de que quizás esperan nuevas restricciones en los próximos años.



“Estamos luchando para que se tenga en cuenta el considerable progreso que hemos conseguido en los últimos 10 o 15 años”

UE en este sentido?

Como he comentado, hay muchos frentes abiertos a nivel europeo relacionados con la sostenibilidad y que nos afectan, y parece que esto es solo el principio.

Este año, la Comisión de la UE presentó su propuesta de Reglamento sobre diseño ecológico con el fin de que la gran mayoría de los productos sean más sostenibles, algo que va mucho más allá de lo que exigía la anterior legislación. El resultado es que nuestra industria se enfrenta a un gran desafío en los próximos años.

Desde la EVA estamos en contacto continuo con la Comisión para, en primer lugar, ayudarles a comprender que, en muchos sentidos, el vending es único. Somos una industria formada principalmente por empresas pequeñas y medianas muy enfocadas a los espacios de trabajo y con diversos segmentos. De ahí que sea difícil com-

parar o tratar este sector como a otros canales. Debido a nuestro tamaño relativamente pequeño, la industria de la distribución automática no se tiene en cuenta a la hora de crear un gran número de leyes que nos afectan y, eso desencadena grandes retos a las empresas que lo componen y que no se ven capaces de lograr cambios significativos.

Con el fin de fortalecer nuestros argumentos, nos unimos a organizaciones afines situadas en Bruselas, con las que tomamos posiciones conjuntas y conseguimos que nos escuchen, tal y como pasó con la legislación que afectó a los envases.

Ahora estamos luchando para que se tenga en cuenta el considerable progreso que hemos conseguido en los últimos 10 o 15 años en aspectos como la reducción del consumo de energía de las máquinas expendedoras con la ayuda del

Protocolo de Medición de Energía (EMP) de la EVA, y los datos que compartimos con la Comisión, esperando que ello les ayude a adoptar un enfoque más fidedigno de nuestro sector.

Presentar argumentos claros y sólidos es, por supuesto, importante a la hora de ejercer presión, pero lo que realmente aprecia y necesita la Comisión son datos y pruebas que respalden estos argumentos que presentamos. Es por eso que quiero transmitir mi agradecimiento a todos los miembros de la EVA que nos ofrecen información la cual nos ayuda a conseguir mayores logros para todo el sector.

¿Hacia dónde debe dirigirse el vending del futuro en términos de sostenibilidad?

La palabra sostenibilidad engloba muchos conceptos: máquinas, componentes, rutas, productos, e informar al consumidor de

los nutrientes de cada producto, entre otros. Estamos viviendo grandes cambios, y los grandes cambios siempre implican grandes desafíos.

Para el sector, algunos de los desafíos futuros son: cumplir con la nueva legislación sobre el diseño de los productos y adaptarse a la cada vez más exigente demanda del consumidor. Asimismo, un vending más sostenible también brinda muchos beneficios: menos desperdicio, consumidores más satisfechos, y una imagen comercial más eficiente. Es por eso que, para nosotros, un futuro sostenible es sinónimo de un futuro positivo ■

[Visita la web](#)



EUROPEAN
VENDING & COFFEE
SERVICE ASSOCIATION



‘EFICIENCIA
ENERGÉTICA,
PACKAGING
SOSTENIBLE
Y MATERIALES
RECICLABLES
EN EL MUNDO
DEL CAFÉ’

Tendencias del mercado del café 2022

La sostenibilidad se convierte en la gran protagonista



Las tendencias en el sector del café con relación al producto y su servicio vienen marcadas este año por la sostenibilidad, la calidad y la conveniencia, además de por la aparición de nuevas bebidas saludables con café y la creciente popularidad de los blends de Cafés de Especialidad entre los consumidores más exigentes.

La sostenibilidad encabeza la mayor parte de los rankings de tendencias para el mercado del café de este 2022 y la respuesta de las empresas a la exigencia de los consumidores para que estas cumplan realmente

con sus posicionamientos éticos y faciliten a los compradores el acceso a productos de origen sostenible, será la que marcará las diferencias entre marcas.

Todo ello se desprende de las conclusiones del estudio

de Fairtrade América sobre conductas de consumo de café para este año y también del informe publicado por Euromonitor y entidades y organismos relacionados con el sector del café, en los que la sostenibilidad, coinci-

den, es protagonista absoluta.

ÉTICA Y SOSTENIBILIDAD

Más de la mitad de los encuestados en el informe bienal Fairtrade Consumer Insights, realizado por GlobeScan, aseguraron



La trazabilidad seguirá siendo también uno de los focos de atención para los consumidores.

que durante el último año (+4% respecto al 2019, +11% desde 2006) cambiaron sus opciones de compra a favor de empresas con sensibilidad manifiesta en torno a cuestiones relacionadas con la sostenibilidad económica, social o ambiental, lo que estaría indicando que los consumidores ven cada vez más en sus compras diarias, una forma importante de contribuir a la sostenibilidad global. “Existe un claro deseo de los consumidores de apoyar a las marcas que no solo cuidan a sus propios equipos y proveedores, sino que, además, contribuyen a hacer del mundo un lugar mejor”, aseguran desde Fairtrade América. Esta tendencia también ha sido detectada por el estudio hecho por Zeno

Group que asegura que las probabilidades de que un comprador opte por el producto de una empresa con principios encarrados a la sostenibilidad es ya seis veces mayor en comparación a la opción que encarnan las empresas sin programas en este ámbito. Este escenario es visto por los analistas de mercados como una oportunidad para que las empresas atraigan a nuevos clientes e impulsen la fidelidad de los compradores que ya tienen. Para conseguirlo, explican, las marcas deben asegurarse trabajar en cadenas de suministro transparentes y deben aprovechar este hecho como una ventaja competitiva frente al resto, y explicar a los clientes cómo trabajan

para beneficiar a los productores, pero, también, cómo luchan contra el trabajo infantil, la pobreza y la deforestación, pues los consumidores que se inclinan por productos éticos y sostenibles son especialmente sensibles a estos temas y premian con su confianza a las empresas que dan respuesta a sus inquietudes en estos ámbitos. Cabe señalar, además, que esta exigencia enfocada hacia la sostenibilidad también se exigirá a fabricantes de maquinaria y equipos – máquinas de tostar café, cafeteras, molinos, filtros de agua...- a los que los compradores profesionales y particulares, exigirán, sobre todo, eficiencia energética, *packaging* sostenible y materiales reciclables, entre otros.

CAFÉ ONLINE

De hecho, la importancia de la trazabilidad tanto en el mercado *online* como *offline*, seguirá siendo también uno de los focos de atención para los consumidores durante este año, y según el estudio de *Zeno Group*, un 71% ya estaría dispuesto a pagar un sobreprecio por los productos de las marcas que brindan esta información. Relacionado con el segmento *online*, otra de las tendencias detectadas, en este caso por el informe de *Euromonitor*, es un progresivo crecimiento del grupo de usuarios ‘*digital seniors*’, a medida que los consumidores de mayor edad adquieren habilidades digitales. De ahí que la recomendación, en este caso, sea que las soluciones vir-

“A medida que la vacunación contra la Covid-19 se extiende y ya está en marcha una relajación de las restricciones, las ganas de los consumidores de volver a las cafeterías han regresado”



tuales utilizadas por las empresas para su comunicación con los clientes, venta de sus productos, programas de fidelización... tengan también en cuenta las necesidades de esta nueva audiencia.

PRODUCTO Y BEBIDAS

La calidad y la conveniencia son otras de las dos cuestiones que impulsarán las principales tendencias de café en 2022, según se recoge de la opinión de diversos actores del mercado internacional de este producto. Los *blends*, apuntan desde mercados como el japonés, es más que probable que ganen protagonismo en el segmento de especialidad, después que en

competiciones baristas de todo el mundo las mezclas de café de mayor calidad hayan brillado con luz propia.

De igual modo, en un escenario en el que los consumidores tienen libre acceso a todo tipo de bebidas nutritivas, energizantes, saciantes... es presumible que la industria cafetera mueva ficha en este ámbito, lanzando bebidas a base de café que puedan compartir lineal con las anteriormente citadas y que sean percibidas como bebidas saludables. Las leches vegetales continuarán penetrando, también, en el mundo del café y los granos fermentados seguirán llamando la atención.

En términos relacionados estrictamente con el servicio de café, las tendencias que parece adquirirán más relevancia en el mercado son las que apuntan hacia la consolidación definitiva del *Cold Brew* y también, por ejemplo, a la “nitrogenización” de la taza en las barras baristas más vanguardistas en busca de una sensación del café en boca más suave y cremosa.

SERVICIO

Además, en un mundo en el que, poco a poco, se empieza a recuperar la movilidad, los cafés enlatados y embotellados están llamados, también, según algunos actores del mercado, a incrementar su popularidad, y hacerlo, entre otros ámbitos, en lugares frecuentados por jóvenes.

De igual modo, a medida que la vacunación contra la Covid-19 se extiende y ya está en marcha una relajación de las restricciones que están devolviendo una sensación de cierta normalidad, las ganas de los consumidores de volver a las cafeterías han regresado. La plataforma World Coffee Portal pronostica que a nivel global habrá “*un modesto retorno al crecimiento de negocio en estos puntos de venta de café en 2022*”, aunque un retorno completo a los niveles previos

a la pandemia se cree que todavía tardará en llegar, al menos, tres años. Y es que más allá de que de momento la normalidad no es total, hay muchos consumidores que durante estos dos años de pandemia han invertido en equipos de café para una mejor preparación en casa, y esto ha redirigido parte del consumo de café fuera del hogar a dentro de él.

Será necesario, una vez más, estar atento al mercado para comprobar si estas tendencias realmente se materializan y de hacerlo ver cómo influyen en un sector del café en constante transformación estos últimos años ■

Fuentes: Fairtrade América, Euromonitor, Zeno Group, World Coffee Portal.

Artículo de Fórum Café incluido en su revista número 88.

Visita la web



fórumcafé
Fórum Cultural del Café



Conecta *con la* cultura cafetera



Web Fórum Café

Te informamos de las noticias más destacadas del panorama cafetero nacional con la actualización constante de las noticias de nuestros socios y la información más actual sobre los Campeonatos Barista, las Formaciones Fórum Café y los eventos más relevantes.



Revista Fórum Café

Primera edición de una revista temática sobre café en España en la que compartimos la actualidad más destacada de toda la cadena de valor cafetera a nivel internacional, los artículos y entrevistas a los personajes de nuestras historias y los informes más actuales del sector cafetero.



Revista online

Accede a todos los contenidos de nuestra publicación en papel en su versión online, con acceso directo a las lecturas completas, infografías e información sobre los colaboradores de Fórum Café.



Coffeeshots by Fórum Café

Pon en práctica tus habilidades con estos tutoriales cafeteros con los que aprenderás a utilizar paso a paso las distintas técnicas baristas de manos de profesionales del sector.



Campeonatos Barista

Fórum Café es pionera en la organización de los Campeonatos Barista en España y organiza anualmente los campeonatos en las categorías Barista, Aeropress, Cata y Latte Art en los que se ensalza la figura del barista y se fomenta la difusión de la cultura cafetera.



Formación Fórum Café

El aprendizaje y la formación constante nos ayuda a crecer y ser mejores profesionales en nuestro ámbito. Por este motivo, en Fórum Café trabajamos para formar a futuros profesionales del sector con cursos adaptados a los distintos puntos de la cadena de valor del café, desde la semilla hasta la taza.



Redes sociales

Conecta con nuestra organización e infórmate de las últimas noticias a través de nuestras redes sociales, un espacio en el que interactuar con otros amantes del café y en el que hacer seguimiento de la actualidad al instante.



'PRODUCCIÓN
SOCIALMENTE
JUSTA'

Fairtrade garantiza unos precios mínimos de Comercio Justo frente a las fluctuaciones del mercado

Fairtrade es el único sistema de certificación que establece un precio mínimo



La situación actual de incertidumbre y baile de precios ha puesto en evidencia la necesidad de replantear nuestro modelo de producción y consumo. Fairtrade Ibérica, representante en España de Fairtrade, sello líder mundial que certifica productos de Comercio Justo, lleva años trabajando para conseguir

un sistema de producción justo y sostenible que garantice unos medios de vida dignos para productores y trabajadores, mediante los Estándares Fairtrade, que combinan una serie de criterios económicos, medioambientales y sociales que son auditados de forma independiente como parte de esta certifi-

cación, y que están presentes en toda la cadena de suministro.

El impacto de Fairtrade en la vida de las personas y el planeta es real y medible. Una revisión independiente de 151 estudios muestra que la certificación Fairtrade tiene un impacto positivo en los ingresos, el bienestar y la resiliencia de los

productores, ya que en las organizaciones certificadas por Fairtrade, las personas trabajadoras tienen mejores espacios físicos, horas extras pagadas, descansos adecuados, protección a la salud y seguridad, así como mecanismos de negociación y representación para la toma de decisiones democrática.

LA PRIMA FAIRTRADE, UNA HERRAMIENTA PARA IMPULSAR LA CONSECUCCIÓN DE LOS ODS

Además de garantizar unos precios justos y estables, la Prima Fairtrade es otra de las herramientas de Comercio Justo que caracteriza a Fairtrade. Se trata de una cantidad adicional de dinero que se paga por encima del precio mínimo acordado, que productores y trabajadores invierten en los proyectos que ellos deciden democráticamente, y suele destinarse a mejoras necesarias en la comunidad o a formación y recursos para mejorar sus negocios y operaciones.

Así, gracias al consumo de productos certificados Fairtrade en España durante el año 2021, productores y agricultores han recibido una ayuda directa de 1.400.339 euros correspondiente a la Prima Fairtrade.

En concreto, según un análisis in-

terno sobre la inversión de la Prima Fairtrade realizado para ver cómo los propios productores deciden trabajar para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, cerca del 65% de esta inversión se destina al ODS 2 'Hambre cero'. Éste ocupa un lugar tan destacado porque abarca las iniciativas que apoyan a los pequeños agricultores, la productividad agrícola y los sistemas alimentarios sostenibles. Le siguen el ODS 1 'Fin de la pobreza', con un 16%, y el ODS 8 'Trabajo decente y crecimiento económico', con un 7%. Asimismo, Fairtrade consigue con esta inversión impactar en otros ODS, como el 3 'Salud y bienestar' (3%), el 4 'Educación de calidad' (5%) o el 11 'Ciudades y comunidades sostenibles' (4%).

"Casi 2 millones de agricultores y trabajadores confían en Fairtrade para certificar sus productos y ya son más de 1.880 las organizaciones de productores certificados Fairtrade en todo el mundo. Además, Fairtrade tiene un impacto positivo en la concienciación y el compromiso de las y los consumidores con el Comercio Justo y sostenible. Por ello, son cada vez más las personas que hacen una compra responsable y las empresas que dan solución a esta demanda. Se está produciendo un claro cambio de paradigma, ya que las ventas de productos de Comercio Justo con certificación Fairtrade acumulan un crecimiento del 294% en los últimos 5 años en España", concluye Goicoechea.

Asimismo, la investigación expone que gran parte de las organizaciones de productores certificadas utilizan los beneficios financieros de Fairtrade, como la Prima, para adaptarse al cambio climático.

Así, frente a las fluctuaciones del mercado, Fairtrade ofrece el único sistema de certificación que establece un precio mínimo obligatorio. El Precio Mínimo Fairtrade actúa como una red de seguridad en momentos de precios bajos y permite una planificación a largo plazo. Y es que,

como destaca el director de Fairtrade Ibérica, Álvaro Goicoechea, *"en el ADN de Fairtrade está la defensa de unos ingresos suficientes para productores y trabajadores agrícolas de todo el mundo, que cubran los costes y les proporcionen un nivel de vida decente a todos los miembros del hogar, incluidas una dieta nutritiva, agua limpia, vivienda digna, educación, atención médica y otras necesidades esenciales".*

Un ejemplo de ello es el caso de los productores de cacao de Comercio Justo

certificados Fairtrade en Costa de Marfil, quienes han aumentado sus ingresos en un 85% durante los últimos 5 años, según un estudio de comparación sobre productores y cooperativas en 2020 y 2021 realizado por el Impact Institute para Fairtrade. El análisis señala el aumento del Precio Mínimo y la Prima Fairtrade en un 20% para el cacao convencional a partir de octubre de 2019 y destaca que, si los productores pudieran ganar el Precio Mínimo de Comercio Justo Fairtrade

"El Precio Mínimo garantizado por Fairtrade actúa como una red de seguridad para productores y trabajadores frente a los cambios"

“El modelo de precios de Fairtrade responde al derecho humano universal a una remuneración justa y favorable que garantice una existencia digna”

en todos los volúmenes de cacao que vendieron a la cooperativa, aumentarían sus ingresos familiares promedio en un 9%.

UN MODELO DE PRECIOS QUE IMPULSA LOS DERECHOS HUMANOS

El modelo de precios de Fairtrade responde al derecho humano universal a una remuneración justa y favorable que garantice una existencia digna. Para ello, se basa en el precio de referencia de los ingresos vitales y se fundamenta en los siguientes parámetros clave: el coste de un nivel de vida digno como punto

de referencia de la renta vital, el rendimiento sostenible como referencia de productividad, el tamaño viable de la explotación para emplear plenamente la mano de obra disponible en el hogar y el coste de la producción sostenible para alcanzar los rendimientos mencionados.

“Los precios de referencia de ingreso vital juegan un papel fundamental dentro de la estrategia holística de Ingreso Vital de Fairtrade. Son decisivos para concienciar sobre la necesidad fundamental de una fijación de precios sostenible como parte de una

combinación inteligente de intervenciones para permitir unos ingresos dignos. Fairtrade establece los precios de referencia de los ingresos dignos en función de cada materia prima y su origen, de esta manera, Fairtrade aborda las condiciones económicas para la sostenibilidad de cada sector sostenible e introduce en la ecuación el verdadero coste de las prácticas de producción socialmente justas y ambientalmente adecuadas”, explica el director de Fairtrade Ibérica.

En este sentido, Goicoechea pone el ejemplo del café orgánico Gayo de Aceh, Indonesia: *“El ingreso de vida para un hogar típico de caficultores en Aceh, compuesto por cuatro miembros con dos adultos en edad de trabajar y dos niños, se estimó*

sobre la base de cálculos anteriores de los costos de vida decente en otras provincias de Sumatra por Wage Indicator (2018) y la Mesa Redonda para el Aceite de Palma Sostenible (RSPO, 2017). Los resultados se ajustaron a un hogar de cuatro miembros y se actualizaron hasta 2021, aplicando las tasas de inflación oficiales. Los resultados se ajustaron además en proporción a las diferencias regionales en el coste de la vida, según las estadísticas nacionales sobre necesidades vitales mínimas y salarios mínimos publicadas por provincia” ■

¿SABÍAS QUE...?

Fairtrade es el sello líder que certifica productos de Comercio Justo. Trabaja para la sostenibilidad de las personas y el planeta. Fairtrade es una organización independiente que representa a 1,9 millones de productores y trabajadores en todo el mundo. Posee la marca registrada FAIRTRADE que aparece en más de 37.000 productos. Fairtrade, auditada de manera independiente, ha

sido pionera en estándares y programas centrados en el producto, desde su creación en 1997.

Fairtrade Ibérica representa a la organización en la península y gestiona el uso del sello en España y Portugal. Su trabajo se dirige a empoderar a los productores, trabajar con empresas e involucrar a los consumidores para así conseguir un mundo más justo y sostenible.

[Visita la web](#)



DIRECTORIO

Por orden de aparición

Nestlé España

C/ Clara Campoamor, 2
08950 Esplugues de Llobregat (Barcelona)
Tel.: 934 805 100
nestleprofessional.es

SandenVendo Spain

C/ de Sant Ferran, 90
08940 Cornellà de Llobregat (Barcelona)
Tel.: 934 741 555
sandenvendo.it/es/

Borges Branded Foods

C/ Flix, 29
43205 Reus (Tarragona)
Tel.: 977 309 000
borgesprofessional.com

Ni.Si

Via dell'Artigianato, 10
22079 Villa Guardia (Italia)
Tel.: +39 031 480 591
nisisrl.com/es

EVOCA Group

Evoca Iberia, S.L.
Av. De Suiza, 11-13
28821 Coslada (Madrid)
Tel.: 912 774 400
evocagroup.com

Rheavendors Apliven

C/ de la Màquina, 10A
08850 Gavà (Barcelona)
Tel.: 934 795 040
rhea-apliven.com

European Vending & Coffee Service Association (EVA)

44 rue van Eyck
1000 Bruselas
Tel.: +32 (0) 478 56 54 97
vending-europe.eu/

Fórum Cultural del Café

C/ Botánica, 49, 3º 1ª
08908 Hospitalet de Llobregat (Barcelona)
Tel.: 933 103 833
forumdelcafe.com

Fairtrade Ibérica

C/ de la Alameda, 22
28014 Madrid
Tel.: 915 433 399
fairtrade.es

mundoVending

