

AL GRANO #04

JUN '25

LA REVISTA DE **vencafesa**
the vending world




El café de la India

—
Los cafés de Praga

—
Vencafesa en África Austral

—
Gastronomía y más

Sumario

04	Noticias	
08	El café de la India	
18	Nuestro Personal: Carlos Aguilar	
20	Vencafesa en África Austral ⁽²⁾	
28	Los cafés de Praga	
32	Nuestros Clientes: Evenia Olympic Resort	
36	Nuestros Proveedores: Evoca Group	
42	Gastronomía y más...	

vencafesa®
the vending world

En Vencafesa instalamos máquinas de vending de todo tipo: desde máquinas vending de café y máquinas expendedoras de bebidas frías o calientes hasta máquinas vending expendedoras de snacks, aperitivos y alimentación de todo tipo. También incorporamos nuevos sistemas de pago además del tradicional sistema de pago con moneda, como los medios electrónicos.

Gracias a las marcas líderes en vending como Necta, Vendo, Bianchi o Saeco, somos capaces de satisfacer las necesidades de cada empresa.

AL GRANO

Edita **Vencafesa S.L.**
Pol. Industrial Bonavista
C/ Fogars de Tordera, 69. 08917 Badalona

Contacto:
info@vencafesa.com - Tel. 93 266 08 50
Junio 2025

Director:
Richard McKinley

Diseño gráfico y Maquetación:
Mariona Agency

Consejo editorial:
Susana Ligeró, Antonio García
y Javier Navarro

Distribución:
Al Grano es una revista gratuita sin ánimo de lucro destinada a la divulgación del mundo del café, las bebidas frías, calientes y snacks, complementada con informaciones relacionadas con la gastronomía, la cultura y el mundo en general.

Editorial

En las anteriores ediciones de nuestra revista "Al Grano" hemos ido adelantando los motivos y razones por los que acabarían aumentando los precios del café, que se resumen en el cambio climático que afecta a las cosechas y por tanto a la producción, la logística del transporte fruto del conflicto en el Canal de Suez, y el aumento de la demanda, especialmente en el mercado de consumidores en China.

Tres razones específicas que se suman al aumento de los precios en general de muchos otros productos.

Todo ello ha motivado que desde Vencafesa hayamos tenido que repercutir parte de estos aumentos en el precio final del café, como han podido comprobar nuestros consumidores directos.

Era evidente que ante estas premisas había dos soluciones: bajar la calidad o subir ligeramente los precios. Obviamente hemos optado por la segunda, fieles a nuestro compromiso con nuestros clientes, a costa, todo hay que decirlo, de reducir así mismo nuestro margen de beneficio.

Queremos agradecer la comprensión y acogida dispensada y seguir apostando por ofrecer un café de alta calidad y un servicio personalizado y eficiente, principios básicos de nuestra filosofía empresarial.

En este ya, n. 4, de nuestra revista "Al Grano", hablamos del café cultivado en la India, completamos el reportaje de Vencafesa en África Austral, describimos los cafés de una de las ciudades más bellas de Europa como es Praga, y realizamos sendas entrevistas a nuestro delegado en Girona, a uno de nuestros clientes de Lloret de Mar, y a uno de nuestros principales proveedores de máquinas como es Necta, del grupo Evoca, además del habitual suplemento de Gastronomía.

Esperamos que sigan disfrutando del buen sabor de nuestro café.



Noticias

LO ÚLTIMO EN EL MUNDO DEL CAFÉ

Posibles efectos de los aranceles de Trump sobre el café



Los aranceles impuestos por la administración de Donald Trump pueden tener varios efectos importantes en el mercado internacional del café, tanto para productores como para consumidores. Si EE.UU. impone aranceles (por ejemplo, un 10%) al café importado de países como Brasil, Colombia o Vietnam, el café llega más caro al país. Las empresas importadoras trasladarán ese aumento al consumidor final por lo que el café será más caro en EE.UU., tanto en supermercados como en cafeterías.

Con los precios más altos, el consumo podría disminuir, sobre todo entre consumidores sensibles al precio por lo que podría haber una caída en las importaciones de café, afectando directamente a los países exportadores que dependen del mercado estadounidense.

Si EE.UU. compra menos café de países con aranceles, esos países buscarán nuevos mercados en Europa, Asia, Medio Oriente, lo que podría representar una reorganización global de las rutas comerciales del café, cambiando precios y disponibilidad en otros mercados.

De cara a los productores, países como Colombia o Brasil podrían ver reducidos sus ingresos por exportaciones de café con menores ingresos para los productores locales, posible reducción en empleo y desarrollo en regiones cafeteras y algunas empresas podrían verse obligadas a bajar calidad o buscar formas de reducir costos.

Aunque EE.UU. no es un gran productor de café, los aranceles pueden estimular iniciativas locales, como el café de Hawaii, o el desarrollo de alternativas como el café de laboratorio o sustitutos sin cafeína.

Por tanto los aranceles pueden parecer una medida simple, pero en el mundo del café, donde millones de personas dependen del comercio internacional, los efectos se sienten en toda la cadena, desde el agricultor en Colombia hasta el barista en Nueva York.

Record histórico en la exportación del café robusta de Vietnam



Vietnam, el mayor exportador mundial de café robusta, prevé que sus exportaciones en 2025 superen los 7.000 millones de dólares, estableciendo un nuevo récord histórico. Aunque el volumen exportado ha disminuido, el valor ha aumentado significativamente debido al alza de los precios internacionales.

La industria cafetera vietnamita enfrenta desafíos climáticos, como sequías prolongadas, que han afectado la producción. Además, algunos agricultores han optado por cultivar durían, una fruta más rentable, en lugar de café. Esto podría reducir la oferta de café en el futuro y elevar los precios globales.

Vietnam se está preparando para cumplir con el Reglamento de Deforestación de la Unión Europea (EUDR), que exige trazabilidad y sostenibilidad en



las exportaciones agrícolas. Esto implica modernizar prácticas agrícolas y sistemas de trazabilidad para mantener el acceso al mercado europeo.

A pesar de los desafíos, se espera que la oferta de café aumente, lo que ha provocado una caída del 2% en los futuros del café debido a preocupaciones sobre un posible excedente en la temporada 2025/26.

Estas dinámicas reflejan la complejidad del mercado cafetero vietnamita y su influencia en la economía global del café.



Nuevo estudio sobre los beneficios del café de la Universidad de Coimbra

Un estudio realizado por un equipo multidisciplinario de investigadores portugueses especializados en envejecimiento, neurociencia y nutrición de la Universidad de Coimbra, publicado en diciembre de 2024 en la revista científica *Ageing Research Review* sobre los beneficios del consumo moderado de café concluye que beber entre 3 y 5 tazas de café al día, equivalente a unos 400 mg. de cafeína puede añadir hasta 1,8 años de vida saludable, reduciendo el riesgo de enfermedades cardiovasculares, cáncer, deterioro cognitivo y otras condiciones asociadas al envejecimiento.

El objetivo del estudio fue analizar cómo el consumo moderado y sostenido de café influye en la salud durante el envejecimiento, incluyendo su relación con las enfermedades cardiovasculares, las enfermedades neurodegenerativas (como Alzheimer y Parkinson), la fragilidad física y mental, la inflamación crónica y la calidad de vida en la tercera edad.

La metodología partió del Meta-análisis de más de 150 estudios previos sobre el café y el envejecimiento saludable, la inclusión de

investigaciones observacionales, ensayos clínicos y estudios poblacionales a largo plazo con cohortes de EE. UU., Europa y Asia y la comparación entre consumidores regulares de café (3-5 tazas diarias) y no consumidores o consumidores bajos.

Los resultados clave relacionados con el consumo del café hasta 400 miligramos de cafeína diarios fueron: aumento de hasta 1,8 años de esperanza de vida saludable; reducción significativa del riesgo de enfermedades cardiovasculares, cáncer (especialmente de hígado y colon), enfermedades respiratorias, deterioro cognitivo y neurodegenerativo (Parkinson, Alzheimer), fragilidad física en personas mayores y mejora en las funciones cognitivas, el estado de ánimo y bienestar mental y la capacidad antioxidante y antiinflamatoria del organismo.

En conclusión, el consumo moderado de café puede ser una estrategia nutricional efectiva y accesible para promover un envejecimiento saludable, con beneficios clínicamente relevantes cuando se adapta a la tolerancia individual.



Aumento exponencial del vending en el mundo

El mercado global de máquinas expendedoras está en expansión. Ha alcanzado los 21.570 millones de USD en 2024 y se estima que crecerá a una tasa compuesta anual del 5,18% hasta llegar a 27.770 millones de USD en 2029.

Este crecimiento se atribuye a varios factores. En primer lugar la diversificación de productos ya que las máquinas expendedoras ofrecen una gama más amplia de productos, incluyendo opciones saludables y artículos especializados.

En segundo lugar los avances tecnológicos ya que la integración de tecnologías como la inteligencia artificial y el Internet de las cosas mejora la experiencia del usuario y la eficiencia operativa.

Finalmente el cambio en las preferencias del consumidor provoca que la demanda de conveniencia y acceso rápido a productos impulsa la adopción de máquinas expendedoras en diversos entornos.

Las máquinas expendedoras de café representan alrededor del 18,7% del mercado total de máquinas expendedoras. Además son el tipo de máquinas de distribución automática más utilizadas, representando un 49% del total de consumidores habituales de servicios de vending. Esto subraya la importancia del café dentro del sector de las máquinas expendedoras. Por lo que las máquinas expendedoras de café constituyen una parte significativa del mercado global de vending, tanto en términos de valor como de uso por parte de los consumidores.

En resumen, el sector del vending está creciendo a nivel mundial, impulsado por la innovación y la adaptación a las necesidades cambiantes de los consumidores.



El café de la
INDIA

BAJA ACIDEZ Y NOTAS ESPECIADAS EN EL
SÉPTIMO PRODUCTOR DE CAFÉ DEL MUNDO

El café de la India es reconocido por su suavidad, baja acidez y notas especiadas, influenciado por el clima monzónico y los métodos de procesamiento únicos del país, especializado en las dos variedades principales: Arábica y Robusta, con una mayor producción de la segunda.

India es el séptimo mayor productor de café a nivel mundial, con exportaciones que alcanzaron los 1.290 millones de dólares en el año fiscal 2023-2024, casi el doble de los más de 719 millones de dólares registrados en 2020-2021. En la primera quincena de enero de 2025, India exportó más de 9.300 toneladas de café, siendo Italia, Bélgica y Rusia los principales destinos.

El café indio es muy apreciado en mezclas de espresso por su cuerpo y textura cremosa. Aunque no es tan famoso como los cafés de América Latina o África, la India ha ganado reconocimiento en el mercado mundial con su producción sostenible y métodos de procesamiento únicos.

La mayoría del café se cultiva en sombra, lo que ayuda a desarrollar sabores más complejos y

sostenibles. El sabor es especiado, achocolatado y terroso, con un cuerpo completo. Los granos se exponen a los vientos monzónicos, dándoles un sabor menos ácido y más terroso, en lo que se conoce como Procesamiento Monzónico (Monsooned Malabar), famoso por su método de envejecimiento con los vientos del monzón.

Otras variedades son el Plantation A & AA, como Alta calidad de Arábica y el Cherry & Parchment Robusta, una variedad Premium de Robusta.

India tiene un ecosistema cafetalero diverso, con cada región aportando perfiles de sabor únicos. Su Robusta es altamente valorada en la industria del espresso, mientras que sus Arábicas están ganando reconocimiento en el mercado de cafés especiales.



En 2023, las exportaciones de café indio alcanzaron los 777 millones de dólares, con Italia (151M), Alemania (109M), Suiza (64,4M), Jordania (47,3M) y Libia (35,9M) como principales destinos.

En cuanto a la producción, en el año fiscal 2023-2024, India cosechó 374.200 toneladas de café, incluyendo 261.200 toneladas de robusta y 113.000 toneladas de arábica. Sin embargo, se espera que las exportaciones disminuyan más del 10% en 2025 debido a una menor producción y a la reducción de las existencias remanentes, a pesar de los precios récord del grano.



Las principales regiones productoras de café en India son Karnataka, Kerala y Tamil Nadu, con Karnataka liderando la producción al contribuir con más de 248.000 toneladas métricas en 2022-2023.

El consumo interno de café en India aumentó de 84.000 toneladas en 2012 a 91.000 en 2023, reflejando un cambio en los hábitos de consumo en el país.

A pesar de los desafíos actuales, India continúa siendo un actor importante en el mercado mundial del café, con iniciativas en marcha para mejorar la producción y satisfacer la creciente demanda nacional e internacional.

Cada área tiene características particulares que influyen en el sabor y la calidad del café producido.

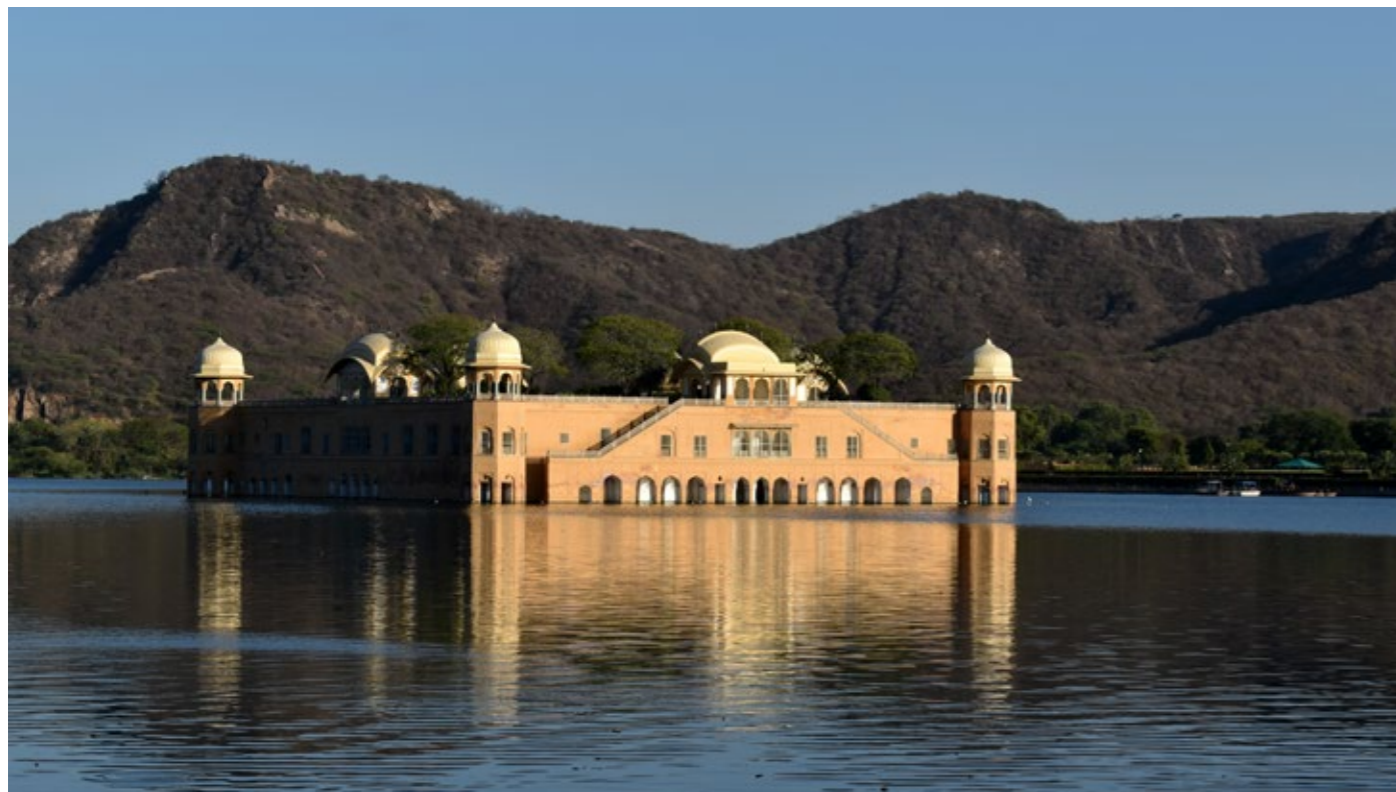
Regiones principales de cultivo

Karnataka es la principal región cafetera, con sus zonas de Chikmagalur, Coorg (Kodagu) y Hassan que aportan aproximadamente el 70% de la producción nacional, mayoritariamente Robusta, aunque también se cultiva Arábica.

Chikmagalur es conocida como la cuna del café en la India. Su clima fresco y la altitud (900-1.500 m) producen un Arábica de excelente calidad, con notas achocolatadas y afrutadas. Coorg (Kodagu) produce tanto Robusta como Arábica en plantaciones de sombra. Su Robusta es apreciada por su cuerpo cremoso y baja

acidez. Hassan tiene un clima ideal para la producción de Arábica con buen equilibrio entre acidez y dulzura.

El estado de **Kerala** es el segundo mayor productor con la zona de Wayanad que concentra el 20% de la producción nacional, mayoritariamente Robusta, con algo de Arábica. Es famosa por su Robusta de alta calidad, cultivado en altitudes de 700-1.200 m. Su clima tropical húmedo favorece una maduración lenta de los granos, lo que realza los sabores.



Tamil Nadu destaca por los cafés de "alta altitud" con sus zonas de Nilgiris, Shevaroy Hills y Anamalai que suponen alrededor del 5% de la producción, principalmente Arábica. Nilgiris produce Arábica en altitudes elevadas (1.000-2.500 m), con notas florales y afrutadas. Shevaroy Hills es conocida por su Arábica de alta calidad con matices de cacao y especias. Anamalai cultiva tanto Arábica como Robusta, destacando por cafés con buen cuerpo y dulzura natural.

Los estados de **Andhra Pradesh** y **Odisha** representan áreas emergentes con Araku Valley como zona clave, pequeña pero en crecimiento

produciendo Arábica orgánico en un concepto de caficultura sostenible con cooperativas de pequeños productores tribales. El café aquí tiene notas afrutadas y ácidas, con certificaciones orgánicas.

Finalmente los estados de **Assam** y **Tripura** constituyen la producción en el noreste, con las zonas de Cachar y Karbi Anglong aportando una contribución pequeña pero en crecimiento de Arábica y Robusta en menor escala. Se trata de una producción experimental, con potencial para Arábica de especialidad gracias a sus suelos fértiles y clima húmedo.



Retos de futuro

Los retos futuros del café en la India están marcados por factores climáticos, económicos y de mercado.

Las olas de calor y las lluvias irregulares afectan la floración del café, reduciendo la productividad. Con el aumento de la humedad y las temperaturas, enfermedades como la roya del café y plagas como el barrenador del tallo del café (*Xylotrechusquadripes*) se han vuelto más agresivas. Algunas regiones, especialmente Karnataka y Tamil Nadu, están experimentando escasez de agua, lo que complica el riego. La solución pasa por el desarrollo de variedades resistentes a enfermedades y tolerantes al calor.

India depende de las exportaciones, y el mercado mundial está dominado por gigantes como Brasil, Vietnam y Colombia, que pueden producir a menor costo. Insumos como fertilizantes y mano de obra encarecen la producción, reduciendo la competitividad. Muchos agricultores jóvenes están dejando el cultivo de café por trabajos

urbanos mejor pagados. La falta de trabajadores locales ha aumentado la dependencia de mano de obra externa, afectando la estabilidad de la producción, por lo que se debe transitar hacia la mecanización parcial de la cosecha y mejores condiciones laborales.



Consumo interno

India es tradicionalmente un país de té y aunque el consumo de café ha crecido especialmente en las ciudades, sigue siendo bajo en comparación con otros países productores. La mayoría de los cafés de alta calidad se exportan en lugar de promoverse en el mercado interno. Sin embargo el crecimiento de cadenas como Blue Tokai y Third Wave Coffee, están fomentando el consumo de café Premium.

Se aprecia un crecimiento constante ya que en 2012, el consumo interno era de 84.000 toneladas mientras que en 2023, subió a 91,000 toneladas y se espera que continúe creciendo con la urbanización y el cambio de hábitos ya que la popularidad de las cafeterías y el café instantáneo está aumentando, especialmente entre los jóvenes y los profesionales.

Grandes cadenas como Starbucks, Café Coffee Day, Blue Tokai y Third Wave Coffee están expandiéndose en ciudades como Mumbai, Delhi, Bangalore y Chennai, mientras que marcas locales están promoviendo el café artesanal y de especialidad.

Con la pandemia, más personas empezaron a preparar café en casa, aumentando la venta de cafés en grano, filtrados y cápsulas y las máquinas de café expreso y métodos como el pour-over están ganando popularidad.

Sin embargo el café de calidad sigue siendo costoso para muchas personas en India; a diferencia de países como Brasil o Colombia, el café no forma parte de la rutina diaria de la mayoría, y más del 75% del consumo interno es café soluble, lo que limita la apreciación de cafés frescos o de especialidad.

Aunque India aún está lejos de ser un mercado tan cafetero como los países occidentales, su enorme población y la evolución del estilo de vida urbano hacen que el consumo interno tenga un gran futuro.

En cuanto a las Regulaciones y políticas gubernamentales, los subsidios y apoyo gubernamental es limitado y aunque hay esquemas de apoyo, no son suficientes para los pequeños productores. También falta infraestructura para la exportación por lo que mejoras en la logística y en los puertos ayudarían a reducir costos.

En conclusión India tiene una gran oportunidad de consolidarse como productor de café de especialidad y sostenible, pero enfrenta desafíos en clima, precios y mano de obra. La clave estará en la innovación agrícola, la promoción del consumo interno y el acceso a mercados premium.



La India monumental en tren de lujo



A pesar de que las zonas cafeteras se concentran en la mitad sur del continente indio, los lugares más interesantes para los viajeros están en el norte. Una de las mejores maneras de conocerlos es en el "Palace on Wheels" (Palacio sobre Ruedas), el tren de lujo más antiguo del país, en el que se pueden recorrer durante una semana y de septiembre a abril los lugares más famosos del Rajastán, incluyendo los Parques Nacionales de Ranthambore y Keoladeo, además del Taj Mahal.

El concepto del Palacio sobre Ruedas deriva del origen real de los coches (vagones destinados a personas en lenguaje ferroviario), que originalmente estaban destinados a ser el medio de transporte personal de los antiguos gobernantes de los estados principescos de Rajputana, Baroda, el Nizam de Hyderabad y, principalmente, el Gobernador General de la India. Debido a los cambios en el ancho de vía a lo largo de los años, tras la puesta en servicio del primer tren en 1982, el segundo se construyó en 1991 y el tercero en 1995.

El tren cuenta con 14 coches con 41 cabinas y tiene capacidad para 82 viajeros. Cada coche lleva el nombre de antiguos estados rajput y evoca la estética y los interiores de la realeza: Alwar, Bharatpur, Bikaner, Bundi, Dholpur, Dungargarh, Jaisalmer, Jaipur, Jhalawar, Jodhpur, Kishangarh, Kota, Sirohi y Udaipur. En la actualidad, con el tren totalmente renovado, cada coche cuenta con tres cabinas (denominadas por la compañía "cámaras" o "salones") con comodidades de lujo y wifi personalizado. El tren cuenta con dos restaurantes, The Mahārāja y The Mahārāni, con ambiente rajasthani y cocina continental y china, un bar-salón, 14 salones y un spa.



El tren opera de septiembre a abril y tiene un itinerario de 7 noches y 8 días. Sale de Nueva Delhi los miércoles (día 1) y recorre Jaipur (día 2) con visitas a la ciudad, paseo en elefante y al fuerte de Amber, Sawai Madhopur (día 3) para visitar el parque nacional de Ranthambore y ver sus tigres además de otros animales y Chittorgarh, Udaipur (día 4), Jaisalmer (día 5), Jodhpur (día 6), Bharatpur y el vecino Parque Nacional de Keoladeo famoso por su riqueza ornitológica y Agra (día 7), con regreso a Nueva Delhi (día 8).

Recorrer el estado del Rajastán en un tren de lujo saboreando una buena taza de café, constituye un auténtico placer para los sentidos.





Carlos Aguilar

Delegado en Girona del Grupo Vencafesa
(Nou Vending)

ENTREVISTA EN
PROFUNDIDAD

Lleva en la empresa desde 2020 cuando Vencafesa compró Nou Vending manteniendo la marca original, empezando como director comercial de la zona de Girona, y ascendiendo al puesto de delegado en agosto de 2024.

¿Nos puedes explicar un poco la historia de Nou Vending?

La empresa fue un proyecto de Jordi Nonell a partir del año 2007. Anteriormente, con un pequeño equipo, había trabajado para Coca Cola realizando el servicio técnico de algunas máquinas, repartiendo la publicidad, las mesas en los restaurantes, etc; y también como distribuidor de Nespresso, y poco a poco le fue gustando el tema de las máquinas de vending y gracias a los contactos y al boca/oreja fue ampliando la plantilla y creciendo en todos los sentidos hasta que en 2020, Nou Vending fue comprado por Vencafesa.

Tu eres de las Franqueses del Vallés. Hay mucha diferencia entre lo que es Barcelona y su área metropolitana y la provincia de Girona en cuanto al Vending se refiere?

Girona ciudad es, obviamente, más pequeña que Barcelona y su área metropolitana, pero la geografía provincial es mucho más extensa, lo que implica una logística distinta. Desde nuestras instalaciones centrales situadas en Sant Gregori, a las afueras de la capital gerundense, hasta nuestros puntos más lejanos como pueden ser Olot o La Junquera, hay bastante tiempo de desplazamiento.

¿Pero también menos tráfico y mejores paisajes?

En efecto. Tenemos un menor estrés vial en comparación con las grandes arterias del área metropolitana de la Ciudad Condal, y en cuanto el paisaje, ya ves que nuestra nave se encuentra rodeada de verde a pesar de estar en un polígono, hay mucho más arbolado y, sin duda, esto nos ayuda a afrontar mucho mejor nuestra jornada laboral.

¿Cuántos sois en la delegación de Nou Vending?

Tenemos 7 rutas y por tanto 7 reponedores con sus respectivos vehículos, un equipo de 3 técnicos con servicio constante a toda la extensión provincial, apoyados por los servicios centrales de Badalona para la logística y configuración de equipos, una administrativa, un gestor comercial y yo mismo como delegado, por tanto un total de 13 personas.

“Ganamos muchos clientes gracias a las degustaciones gratuitas que hacemos de café”

¿La tipología de clientes, es diferente?

No. Podemos decir que es similar. Quizás hay menos polígonos pero esto no significa que no haya industrias importantes a nivel nacional. Pero si quieres alguna curiosidad, tenemos máquinas en lugares tan espectaculares como La Fageda d'en Jordà, por lo que cuando vamos a reponer en la fábrica de yogures, hacemos la misma ruta de las excursiones escolares a través del bosque de hayas único en España rodeado de volcanes, o podemos disfrutar de las excepcionales vistas de la Costa Brava cuando debemos llegar a las diversas residencias y centros de atención primaria del Serveis Sanitaris Integrals del Baix Empordà, SSIBE, liderado por el Hospital de Palamós, por poner solo un par de ejemplos.

Hay quién dice que en Girona la gente es un poco más cerrada. ¿Cuál es el carácter de los clientes?

Los clientes de Girona son muy agradecidos cuando te cogen confianza, pasando de ser una relación meramente comercial a un auténtico vínculo de confianza. Aquí lo que mejor funciona es el boca/oreja. Al fin y al cabo, nos conocemos todos.

Y ¿tenéis mucha competencia?

En Girona hay 4 operadores principales de vending. Cuando Vencafesa compró Nou Vending y yo llegué aquí en 2020, pude constatar que el vending en Girona estaba algo atrasado en cuanto a maquinaria, sistemas de pago, tecnología, referencias más saludables de las que antes se consumían (unos 10 años aproximadamente) y que la competencia no apostaba por ellos. Había por tanto un largo camino por recorrer en cuanto a facilidades, servicios, etc. Y con nuestra incorporación, la competencia acabó espabilando. Pero creo sinceramente que nosotros estamos más avanzados sobre todo en tecnología y ofreciendo un vending más europeo.

¿Cuáles son las dimensiones de vuestra nave aquí?

En Sant Gregori tenemos una nave de 650 m², con suficiente espacio de almacenamiento, aproximadamente 100 máquinas disponibles para entrega inmediata, cámara frigorífica para mantener en todo momento la cadena de frío, todos los vehículos de reposición con la nevera siempre enchufada, taller, oficinas, sala de reuniones, etc.

¿Te gustaría añadir alguna cosa más?

Un par de cosas que considero importantes. La primera, que según nuestra estadísticas, en Girona se consume un 20% más de café por persona que en Barcelona y provincia. Y la segunda, que debido al alto nivel gastronómico que se respira en todo nuestro entorno, con el restaurante de los hermanos Roca a la cabeza, la calidad de todos los productos y especialmente del café debe ser muy alta, porque los clientes son muy exigentes. En esto tenemos las de ganar porque desde siempre hemos apostado por la alta calidad de nuestro café. Nosotros ganamos muchos clientes gracias a las degustaciones gratuitas que hacemos de café.

Muchas gracias



Vencafesa en

ÁFRICA AUSTRAL

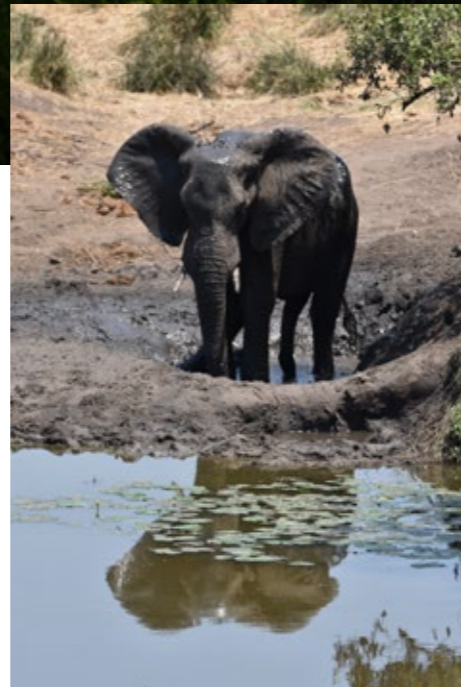
SEGUNDA PARTE

LAS CATARATAS VICTORIA Y EL RÍO CHOBE

Entre Zimbabwe y Zambia se encuentran las famosas Cataratas Victoria. El misionero y explorador escocés David Livingstone llegó a las cataratas en 1855 y las bautizó con el nombre de la reina Victoria, aunque son conocidas localmente como Mosi-oa-Tunya, "el humo que truenas". A muy pocos kilómetros de distancia y ya en territorio de Botswana se encuentra el río Chobe. Una combinación de ambos lugares resulta altamente interesante y productiva.

Las Cataratas forman parte de dos parques nacionales, el Parque Nacional de Mosi-oa-Tunya en Zambia y el Parque Nacional de las Cataratas Victoria en Zimbabwe. Fueron declaradas Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1989, protegiendo un área de 8.780 hectáreas. La profundidad de la cima, llamada Primera garganta, varía entre los 80 metros en su parte más occidental hasta los 108 en el centro. La única salida de la Primera garganta es un espacio de 110 m de ancho a unas dos terceras partes del paso a lo largo de la anchura de las cataratas desde la parte oeste, a través de la cual todo el volumen del río cae en las gargantas.

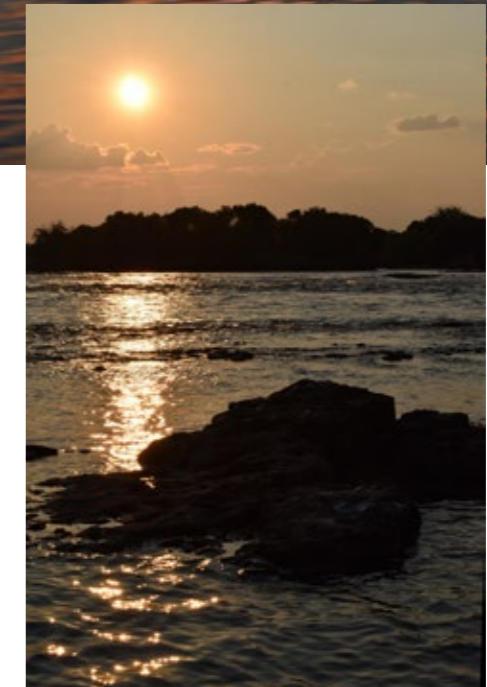
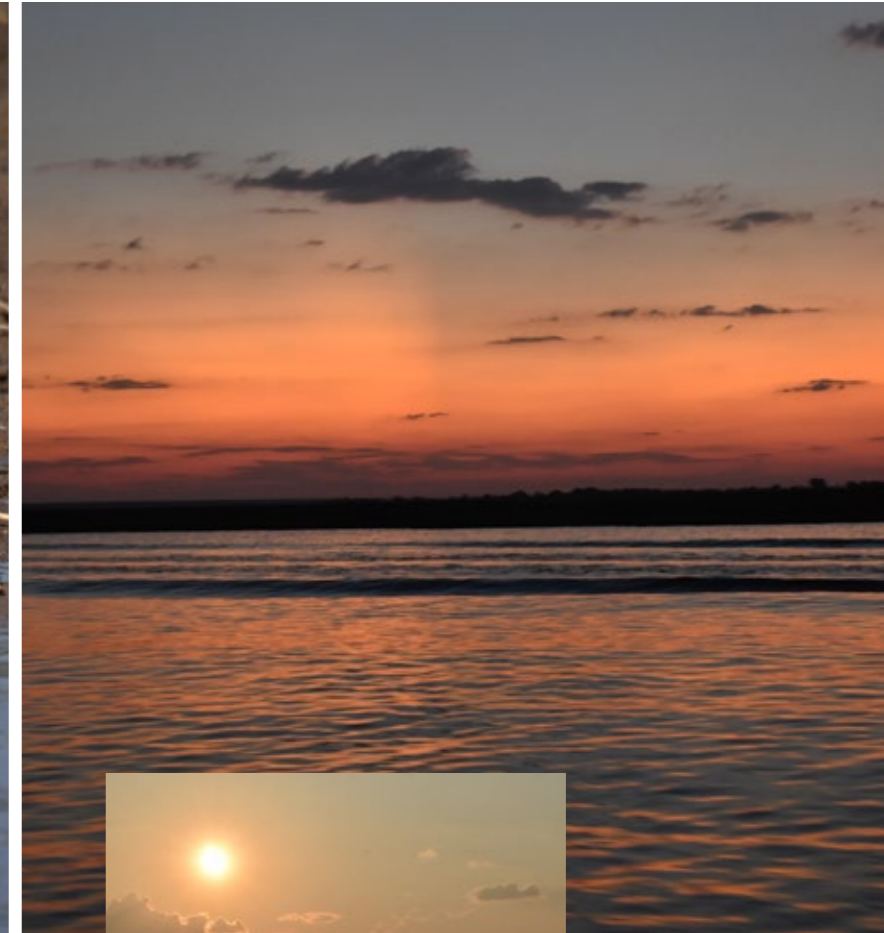
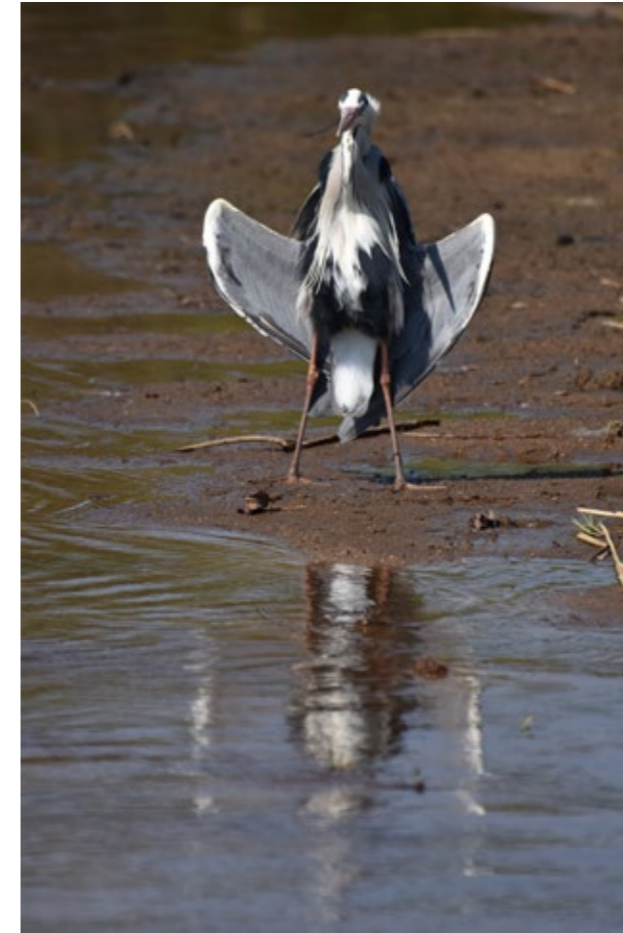
La meseta por la que discurre el río, experimenta una estación lluviosa desde finales de noviembre hasta principios de abril; y una estación seca el resto del año. La inundación anual tiene lugar entre febrero y mayo con un pico en abril. El agua pulverizada de las cascadas llega a alcanzar los 400 metros de altura, e incluso los 800 dependiendo de la estación. No obstante, durante el periodo de inundaciones no es posible ver el pie de la cascada ni tampoco parte de la cortina de la catarata, además los paseos a lo largo del acantilado resultan ser una ducha constante debido a la abundante agua vaporizada.



Cerca del borde del acantilado, el vapor de agua sube como una lluvia invertida, especialmente en el borde de Zambia. Según va entrando la estación seca, las cimas se hacen más anchas y numerosas. Desde septiembre a enero más de la mitad de la cara de las cataratas puede llegar a quedarse seca y se puede observar la Primera garganta en casi toda su longitud. En esta estación resulta posible caminar a lo largo de algunos de los tramos de las crestas del río. También, es posible caminar desde la parte inferior de la Primera garganta hasta la parte de Zimbabwe. El menor caudal coincide con el mes de noviembre, y es una décima parte del de abril. Esta variación de caudal también es mayor que en otras grandes cascadas y hace que la media anual

de caudal de las Victoria sea menor de lo esperado si se compara con la máxima. El tamaño de las cataratas Victoria es casi el doble que las del Niágara y solo rivalizan con las cataratas de Iguazú entre Brasil y Argentina.

El Zambeze es el cuarto río por su longitud de África, tras el Nilo, el Congo y el Níger, y el más largo de los que desembocan en el Índico. Tiene una longitud de 2.574 km y nace en Zambia, en la frontera con la República Democrática del Congo, y tras cruzar Angola, Zambia, Namibia, Zimbabwe y Mozambique, desemboca en el Índico formando un gran delta.



Tsova Safari Island

En una isla privada bordeada por un hermoso bosque en medio del río Zambeze, poco antes que este se precipite en las Cataratas Victoria, se levanta el Tsova Safari island, un campamento de tiendas de lujo perteneciente a la compañía Isibindi Africa Lodges con vistas al río que ofrece múltiples actividades por este entorno mágico.

Vale la pena alojarse en este lugar surrealista, suavemente apartado del mundo ajetreado. Una isla en medio del río, bordeada por un hermoso bosque, entre el que destacan un grupo de baobabs centenarios. Un campamento de lujosas tiendas de campaña de inspiración pionera ubicado en el río, donde se puede dormir escuchando los rugidos de las hienas y los leones.

La plataforma de la fogata está suspendida sobre el río Zambezi y las tardes se pueden pasar viendo el reflejo de la puesta de sol sobre el Parque Nacional Zambezi, mientras los animales bajan a beber. A este lujoso albergue de safari solo se puede acceder mediante traslados reservados con antelación. Los huéspedes son trasladados en vehículos cerrados con aire acondicionado hasta la entrada privada al Parque Nacional Zambezi, donde son recibidos por un guía y trasladados en un vehículo 4x4 abierto hasta la orilla del río. Desde aquí, se realiza un rápido viaje en barco hasta la isla desde donde se



pueden realizar safaris de mañana y tarde por el propio parque, visitas a las Cataratas Victoria, y especialmente recorridos en barca por el río durante la puesta de sol, donde se puede revivir con intensidad la experiencia de navegar por uno de los cauces fluviales más importantes de África, antes de proseguir hacia la vecina Botswana.

Sus espaciosas tiendas de campaña se pueden dejar abiertas para que el sonido se aprecie desde una cama "King size" vestida con sábanas blancas o contemplar el poderoso Zambeze desde la terraza privada para disfrutar de las vistas al atardecer del propio río y la sabana que se extiende más allá.

Los guías del campamento proponen un viaje a través del Zambezi National Park que alberga prósperas poblaciones de leones, búfalos y especialmente elefantes. La fauna salvaje frecuenta la orilla del agua a última hora de la tarde y a primera hora de la mañana. El crucero fluvial al atardecer en el río permite observar cómo se pinta el cielo con una gran variedad de colores mientras se navega bebiendo un gintonic, un vino blanco o cualquier otra bebida refrescante.

El Parque Nacional de Chobe y el Pangolin Hotel



No muy lejos, el Parque Nacional de Chobe es una de las reservas de animales más valoradas de África y hogar de grandes poblaciones de animales salvajes y más de 450 especies de aves.

Se trata del segundo parque nacional más grande de Botswana y cubre un total de 10.566 kilómetros cuadrados donde se alternan cuatro ecosistemas diferentes: Serondela con sus verdes llanuras y densos bosques en el extremo nordeste del río Chobe; el área del

pantano de Savuti en el oeste; los pantanos de Linyanti en el noroeste y el área seca y calurosa que se extiende entre los tres.

Junto a Kasane se halla el Área de Serondela. Situada en el extremo nordeste del parque, ocupa el lecho de inundación del río Chobe. Es la zona más visitada del parque, ya que aquí vienen a beber los elefantes, hay hipopótamos y pueden verse jirafas, antílopes y leones.



El Pangolin Chobe Hotel fue un trabajo de amor durante once meses para convertir un desolado cascarón abandonado de un edificio en una de las estructuras más innovadoras y cautivadoras de todo Botswana. Pertenece al principal operador de safaris fotográficos y propietario de albergues de África, que posee unas barcas especialmente preparadas para fotografiar la fauna salvaje que frecuenta el río Chobe. Un lugar único donde cada tarde acuden familias enteras de entre los 120.000 elefantes que habitan el Parque Nacional de Chobe y que demuestra la importancia del líquido elemento para la supervivencia de los mismos, que son capaces de recorrer grandes distancias para llegar hasta aquí.

Cada una de las catorce habitaciones ha sido diseñada para maximizar el espacio y proporcionar una gran cantidad de superficies (para cámaras y portátiles, etc.) y puntos de carga en abundancia. Todas tienen baño privado, aire acondicionado, caja fuerte, menaje para preparar té y café y muchas características de diseño interesantes.

En el hotel hay 9 habitaciones con cama extragrande y 5 habitaciones con dos camas individuales.

Todas las habitaciones tienen un balcón privado con sillas y una mesa auxiliar para relajarse y disfrutar de la vista. El personal del hotel se encarga del servicio de limpieza de las habitaciones a diario.

Tres foto-barcas de ocho asientos giratorios de 360 grados y soporte para las cámaras aseguran los buenos resultados fotográficos en el río Chobe.

Las barcas están amarradas en el río muy cerca del hotel y se tarda cinco minutos en llegar a ellas y luego directamente al parque.

La pieza central de hotel es la galería de fotografía de vida salvaje, que da acceso a las catorce habitaciones. La galería presenta una variedad de imágenes de los guías fotográficos residentes y otros fotógrafos de vida salvaje de primer nivel que se hospedan con sus huéspedes para disfrutar del Chobe. Cada imagen ha



sido elegida para mostrar diferentes estilos y técnicas fotográficas para inspirar a los fotógrafos principiantes (y experimentados) a pensar de manera diferente sobre sus composiciones. Al final de la galería, hay una sala de edición para las sesiones de posproducción.

Y algo más allá del Parque Nacional del Chobe: el Delta del Okavango, el lugar más exclusivo y valorado para hacer safaris fotográficos. Un río que desemboca en un desierto y donde es habitual moverse en avioneta. Un magnífico colofón en un viaje por África Austral para disfrutar de lo mejor de la desarrollada Sudáfrica, la espectacularidad de las Cataratas Victoria, y la vida salvaje que abunda por doquier en el P.N. de Chobe y el Delta del Okavango, donde Vencafesa ha tenido la oportunidad de comprobar los esfuerzos para la recuperación de los rinocerontes africanos y los éxitos de su reintroducción, los efectos de la sequía y la importancia de los ríos donde se concentran los elefantes para ir a beber.





Los cafés de Praga

LA CIUDAD DORADA DE LAS 100 TORRES

Los cafés de Praga tienen una rica historia que se remonta a siglos atrás, siendo no solo lugares para disfrutar del café, sino también epicentros culturales y literarios.

El café llegó a Praga a finales del siglo XVII, cuando los comerciantes otomanos lo introdujeron en Europa Central.

Uno de los primeros cafés documentados fue Café Zlatá Hvězda (Estrella Dorada), inaugurado en 1714. Durante el siglo XIX y principios del XX, los cafés se convirtieron en centros de encuentro para escritores, artistas, políticos e intelectuales. Durante la Belle Époque y el período de entreguerras, los cafés de Praga vivieron su máximo esplendor, comparables con los de Viena y París. Se convirtieron en refugios de pensadores, escritores y revolucionarios.

Entre los cafés históricos cabe señalar el Café Louvre, fundado en 1902 y frecuentado por Franz Kafka, Albert Einstein y Karel Čapek. Su elegante interior lo convirtió en un símbolo de la vida intelectual.

El Café Slavia fue abierto en 1884. Ubicado frente al Teatro Nacional, fue un punto de encuentro para artistas y escritores y en la era comunista, se convirtió en un refugio para opositores del régimen.

El Café Arco era el punto de reunión de la comunidad literaria judía de Praga, con figuras como Max Brod y Franz Werfel. Se dice que Franz Kafka lo visitaba con frecuencia.

El Café Imperial fue conocido por su lujosa decoración Art Déco y sus mosaicos de cerámica siendo lugar de tertulias y debates filosóficos.

En la época comunista muchos cafés cerraron o fueron nacionalizados y transformados en simples restaurantes estatales y la vida intelectual y bohemia en los cafés se redujo debido a la censura. Con la caída del comunismo, en 1989, los cafés históricos fueron restaurados y Praga recuperó su cultura de cafés. Hoy en día muchos cafés combinan historia con modernidad, atrayendo tanto a locales como a turistas.



Los **cafés históricos** que siguen abiertos y valen la pena son:

Café Louvre

Un clásico con un ambiente elegante.

Café Slavia

Vista al río Vltava y al Teatro Nacional.

Grand Café Orient

El único café cubista del mundo.

Café Imperial

Lujo Art Déco con un excelente menú.

Café Montmartre

Evoca el espíritu bohemio de la Praga de Kafka.

Praga sigue siendo una ciudad de cafés, donde la historia y la cultura se mezclan en cada taza.

Los checos y la cerveza

Pero sin por una cosa son conocidos los checos es por ser los mayores consumidores de cerveza per cápita del mundo, con aproximadamente 184 litros por persona al año. Lideran el ranking mundial desde hace décadas, superando a países como Alemania y Austria y en muchos bares y restaurantes, la cerveza es más barata que el agua embotellada.

La cerveza es parte de la identidad nacional y se consume en reuniones familiares, fiestas y eventos. Existen miles de hospodas (tabernas tradicionales) donde la cerveza se sirve fresca y a buen precio, muy asequible en comparación con otros países europeos.

Chequia es la cuna de la cerveza tipo Pilsner, nacida en Pilsen en 1842 (PilsnerUrquell). Existen cientos de cervecerías pequeñas y grandes, con marcas icónicas como Budweiser Budvar, Kozel y Staropramen.



La producción de cerveza en la región data del siglo X. Los monjes y cerveceros perfeccionaron la técnica durante la Edad Media. Aunque el café tiene su lugar en la cultura checa, la cerveza sigue siendo la bebida nacional.

U Fleku, la taberna tradicional por excelencia

U Flekú es la cervecería más antigua de Praga y una de las más emblemáticas de toda Chequia. Su historia está llena de tradición y cultura cervecera. Situada en la calle Křemencova 11 de Praga fue fundada en 1499 y su especialidad es la Cerveza negra tipo lager, elaborada con su receta tradicional.

Con el tiempo, pasó a manos de distintas familias cerveceras, consolidándose como un referente en la ciudad. En 1762, la cervecería fue adquirida por Jakub Flekovský, cuyo apellido dio origen al nombre "U Flekú". Bajo su gestión, la cervecería creció y se convirtió en un punto clave para la vida social de Praga. Durante el siglo XIX se convirtió en un lugar de reunión para escritores, actores y políticos y se formaron grupos de teatro y literatura que influyeron en la cultura checa.

Durante la Segunda Guerra Mundial, la cervecería sufrió dificultades, pero logró mantenerse en pie. En la época comunista, el gobierno nacionalizó muchas cervecerías, pero U Flekú logró sobrevivir sin perder su identidad. Tras la Revolución de Terciopelo (1989), la

cervecería experimentó un renacimiento y se convirtió en un destino turístico icónico.

La cerveza negra tipo lager es de sabor intenso y notas tostadas. Se elabora de manera artesanal en la propia cervecería, manteniendo la receta tradicional y no se vende en supermercados ni tiendas: solo se puede disfrutar en U Flekú.

Además de la cervecería, el lugar cuenta con un museo de la cerveza. Tiene 8 enormes salas y un patio al aire libre donde se sirven litros de cerveza al día. Hay música en vivo con acordeones y camareros vestidos con trajes tradicionales.

Es la única cervecería en Europa Central que ha elaborado cerveza sin interrupción durante más de 500 años. Durante siglos, fue un lugar clave para la vida bohemia y artística de Praga y en la época comunista, los checos tenían que hacer largas filas para poder entrar.

La belleza de la ciudad

En los últimos años, Europa ha sabido redescubrir una de sus más hermosas ciudades. Praga no sufrió los bombardeos de otras urbes durante la Segunda Guerra Mundial, lo que sumado a una buena política de restauración en sus edificios históricos, ha convertido a la capital checa en el mejor conjunto medieval, renacentista y barroco del continente.

Y es que Praga aparece radiante bajo los rayos del sol del día y hermosamente iluminada durante la noche. La capital del antiguo reino de Bohemia, provoca en el viajero la sensación de encontrarse ante el último reducto de un mundo en extinción. El río Vltava, separaba antaño la parte regia del burgo incipiente. En la primera, sobre una larga colina, se levanta el castillo Hradcany junto a la magnífica catedral gótica de San Vito, formando un compendio de estilos arquitectónicos.

Al otro lado, la ciudad vieja, "Stare Mesto", se articulaba en torno a una plaza todavía excepcional, que alberga el Ayuntamiento, con el célebre reloj astronómico de 1490, la iglesia Tyn, que combina sus chapiteles góticos con el barroco de su interior, y una serie de palacios renacentistas.

Praga fue creciendo, y por ello a partir del siglo XV se extendió su área colindante, a la que se llamó "Nove Mesto" o Ciudad Nueva, cuyo centro es la Plaza

Wenceslao, dominada hoy por el edificio del Museo Nacional

Una dulce armonía revive hoy en la apodada "Ciudad dorada de las cien torres", un conjunto que presenta un área protegida por la ley como reserva monumental con 1.737 edificios clasificados de primera categoría.

La atmósfera social es intensa. En Praga hay 915 cervecerías (pivnice), 127 locales donde también se bebe vino (vináry) y 68 cafeterías (kavány), una considerable proporción para una ciudad de millón y medio de habitantes. Praga requiere captar el genuino espíritu de sus locales públicos, donde ahora como antaño se suceden tertulias literarias, científicas, pictóricas y musicales.





Francesc Melero

Director de Explotación de Evenia Olympic Resort (Lloret de Mar)

El Evenia Olympic Resort es un gran complejo hotelero y turístico de 30.000 m² de extensión y amplias zonas ajardinadas compuesto por 4 hoteles de 4 estrellas: el Evenia Olympic Garden, el Evenia Olympic Palace, el Evenia Olympic Park y el Evenia Olympic Suites, que suman un total de 792 habitaciones, completados con un Centro de Convenciones y Banquetes de 4.000 m², Centro de Spa y Gimnasio, restaurantes, 7 piscinas, dos de ellas climatizadas, un parque acuático, discoteca, programas de animación, club infantil, parking, etc, etc, situado en Lloret de Mar.

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

El Resort forma parte de un grupo hotelero mucho más amplio ¿Dónde más tiene hoteles el grupo Evenia?

En Barcelona, Roquetas de Mar, Cerler, Alcalá de Henares, Andorra y Ciudad de Panamá.

¿Cuál es la importancia del vending para un complejo turístico como el de Lloret?

Teniendo en cuenta que somos un complejo tan grande y a pesar de trabajar en verano con la forma del "todo incluido", el hecho de tener máquinas de vending de refrescos y snacks en nuestras instalaciones representa un complemento importante para nuestra oferta global. Contrariamente a lo que se puede pensar de que con todos nuestros bares, el vending sería innecesario, es ampliamente utilizado por nuestros clientes.

¿Dónde están situadas las máquinas y que tipología de clientes tienen?

Las máquinas están situadas en sitios estratégicos para dar servicio a nuestras distintas tipologías de clientes que se pueden englobar básicamente en Turismo Familiar, Congresos y Convenciones (lo que se conoce en el sector como MICE), Turismo deportivo y Grupos Seniors.

¿Cómo ha cambiado Lloret en los últimos años?

Lloret ha cambiado mucho su imagen en los últimos años gracias a las inversiones público-privadas, la desestacionalización y normas municipales estrictas que han sido copiadas por otros destinos de fuera de Cataluña, por lo que ahora estamos mucho más centrados en turismo familiar y deportivo, y una estancia en nuestra localidad resulta mucho más tranquila y gratificante de lo que muchos pueden pensar.

También se dice que el "sol y playa" está en crisis.

Rotundamente no. Los tiempos cambian, todo evoluciona y la gente quiere disfrutar de experiencias nuevas, programas de animación, visitas culturales hacia lugares del interior, etc, además del "sol y playa" propiamente dicho. Todo ello lo ofrecemos desde aquí y la prueba

Tener máquinas de vending de refrescos y snacks en nuestras instalaciones representa un complemento importante para nuestra oferta global"





es que no solo nos va muy bien, sino que hay muchos clientes que repiten cada año.

¿Hay mucha competencia entre los distintos hoteles de la localidad?

En absoluto. Intentamos ir "todos a una" para promocionar nuestro destino global frente a otros países, que es en realidad nuestra competencia. Lloret es un destino excepcional, con una oferta turística completa y estamos situados en un lugar estratégico para realizar múltiples excursiones a Barcelona, Girona, el Pirineu, la Costa Brava, etc, etc.

¿Cómo valoran a Vencafesa como proveedor?

Vencafesa es un partner muy serio que nos da el buen servicio que exigen nuestros clientes, tanto a nivel de reposiciones como de asistencia técnica, por lo tanto estamos muy contentos con la empresa. Teniendo en cuenta que tenemos muchos eventos deportivos y actividades de bailes, etc. el vending resulta crucial y a veces requiere reposiciones constantes de producto

y Vencafesa está muy pendiente de que las máquinas no queden desatendidas y de su correcto funcionamiento.

¿Le gustaría añadir alguna cosa más?

Desde Evenia Hotels estamos trabajando mucho el concepto de sostenibilidad, que denominamos ecoevenia para cuidar mucho más de nuestro entorno inmediato, es decir del propio Lloret de Mar, a la vez que del planeta en general. Además acabamos de realizar una inversión de 7 millones de euros en el Evenia Olympic Suites, reformando las habitaciones, la recepción y el bar. Una muestra más de nuestra constante puesta al día que sumada a nuestros 50 años de experiencia, nos permite mantener una oferta tremendamente atractiva para los que quieran disfrutar de un producto y destino excepcionales.

Muchas gracias.





Joan Duch Fonoll

Area Sales Manager Cataluña y Levante
Evoca Group

ENTREVISTA EN
PROFUNDIDAD

Evoca Group se ha consolidado como un líder mundial en la fabricación de máquinas de café profesionales, respaldado por una trayectoria de más de 90 años marcada por la innovación constante, el crecimiento sostenido y la integración de marcas icónicas del sector. A lo largo de su historia, la compañía ha sabido combinar tradición y tecnología, generando un impacto significativo en el mercado global del café profesional.

Ustedes fabrican máquinas de vending desde 1968 ¿Nos puede explicar un poco la historia de la compañía?

Los orígenes de Evoca están estrechamente ligados al desarrollo de varias marcas fundacionales que, con el tiempo, se convirtieron en pilares fundamentales de su expansión internacional. Entre ellas se destacan Wittenborg, nacida en Odense, Dinamarca; Gaggia, con raíces en Milán, Italia; Zanussi Vending, establecida en Valbrembo, Italia; Futurmat, fundada en Barcelona, España; Saeco, originaria de Gaggio Montano, Italia; y Cafection, desde Quebec, Canadá. Cada una de estas marcas aportó su experiencia, innovación y especialización, enriqueciendo el portafolio de productos y fortaleciendo la presencia del grupo en distintos mercados.

Un hito clave en su evolución fue la creación de N&W Global Vending, resultado de la fusión entre Wittenborg y Necta Vending Solutions (anteriormente Zanussi Vending). Esta integración permitió consolidar la posición del grupo a nivel internacional y reforzar su liderazgo en el segmento de máquinas de café profesionales.

A lo largo del tiempo, Evoca ha llevado a cabo una serie de adquisiciones estratégicas que han sido fundamentales para su consolidación y diversificación. La adquisición de Saeco Vending y Cafection amplió considerablemente su presencia geográfica y su oferta de productos. Posteriormente, el cambio de nombre de Saeco Vending a SaGa Coffee permitió relanzar con éxito la reconocida marca Gaggia en el mercado profesional. Asimismo, en 2018, Evoca incorporó a su estructura a Quality Espresso S.A.U., uno de los mayores fabricantes de máquinas de espresso manuales en España, obteniendo así los derechos de explotación de las marcas Futurmat y Visacrem y consolidando aún más su liderazgo en el sector.

Comprometido con el futuro y la sostenibilidad, en 2021 Evoca lanzó el programa "The Taste of Sustainability", una iniciativa integral orientada a la adopción de criterios ESG (medioambientales, sociales y de gobernanza) en todas sus operaciones. Este programa refleja un compromiso firme con la reducción del impacto ambiental, la promoción de prácticas responsables y el fomento de una cultura corporativa sostenible.

En coherencia con su visión estratégica y responsabilidad social, Evoca ha definido su propósito corporativo en la premisa de ofrecer "gran café para inspirar un mundo mejor, en cualquier lugar y en cualquier momento". Este propósito refleja no solo la excelencia en la calidad de sus productos, sino también su compromiso con generar un impacto positivo y duradero en la sociedad y el medio ambiente.

¿Cuáles la dimensión del Grupo Evoca, al que pertenecen, en cifras de negocio y presencia internacional?

Con una presencia consolidada en más de 135 países, esta compañía se ha posicionado como líder indiscutible a nivel mundial en el ámbito de la atención al cliente. Su impacto global no solo se refleja en su cobertura geográfica, sino también en sus sólidos resultados financieros: la empresa genera ingresos cercanos a los 441 millones de euros, mostrando un crecimiento anual superior al 10%, lo que evidencia su dinamismo y solidez en el mercado.

La infraestructura de la organización es otro pilar clave de su éxito. Con más de 150.000 metros cuadrados destinados a almacenes, salas de exposición y oficinas, ha construido una red operativa robusta y eficiente que respalda su capacidad de respuesta y servicio. Este despliegue físico va acompañado de un equipo humano igualmente destacado: más de 1.500 personas trabajan día a día para sostener los altos estándares de calidad y atención que caracterizan a la empresa.

Gracias a esta combinación de presencia global, infraestructura sólida, equipo capacitado y resultados sostenidos, la compañía se ha consolidado como líder número uno en sus segmentos de referencia, así como en el servicio al cliente a nivel mundial.

“Evoca Group se posiciona como un líder en este cambio, ofreciendo innovaciones tecnológicas, formación continua y un firme compromiso con la sostenibilidad”

El Grupo Evoca ha incorporado su estrategia de sostenibilidad en todas sus áreas clave: operaciones, gobernanza, toma de decisiones y cultura empresarial. Además, ha aumentado sus compromisos externos en materia de sostenibilidad para reflejar estos esfuerzos, demostrando así su responsabilidad social y ambiental.

Diseña y fabrica productos que sean seguros tanto para las personas como para el medio ambiente, y se enfoca constantemente en la mejora continua.

Evoca sigue una estrategia de internacionalización y desarrollo que lo ha posicionado como líder mundial en la producción de máquinas de café profesionales en todos los sectores Out of Home (OOH). Dispone de un amplio portafolio de marcas, lo que refuerza aún más su liderazgo global dentro de la industria de máquinas de café OOH.

Un claro ejemplo de su excelencia e innovación es que el modelo Wittenborg W100 ha ganado el prestigioso Premio de Diseño Red Dot en la categoría de Producto. Este reconocimiento se suma a otros dos premios recientes: el Premio Europeo de Diseño de Producto y el Premio de Diseño iF. Estos logros ponen de manifiesto, una vez más, el compromiso continuo de Evoca con la excelencia y la innovación en el diseño de sus productos.

Centrémonos en las de Vending. ¿De cuántas gamas disponen y cuáles son sus novedades principales?

Nuestra empresa ofrece una solución integral para satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes a través de dos gamas principales de productos:

A) Gama Hot & Cold – “Barista”

Tecnología de Vacío para Conservación del Café

Las nuevas máquinas incorporan un recipiente de café con tecnología de vacío (“Vacuum System”), que mantiene la frescura y el aroma de los granos, incluso durante la molienda. Esta innovación mejora la calidad del espresso, ofreciendo mayor cuerpo y persistencia aromática. Diseño Sostenible y Eficiencia Energética.

Componentes fabricados con plástico bio-circular y circuitos hidráulicos 100% libres de plomo.

Clasificación energética A según el protocolo EVA-EMP 3.1b y modo de ahorro de energía que reduce el consumo anual hasta en un 30%.

Interfaz Digital Avanzada

Pantallas táctiles Full HD que permiten una navegación intuitiva y personalización de bebidas.

Conectividad mediante Ethernet, WiFi, Bluetooth y opción de módulo 4G para gestión remota y actualizaciones.

Compatibilidad y Adaptabilidad

El nuevo recipiente de café con tecnología de vacío es compatible con modelos anteriores, como las máquinas Brio, mejorando su eficiencia sin comprometer la capacidad de hasta 300 servicios.

Versatilidad en Ubicaciones

Diseñadas para adaptarse a diversos entornos, como espacios de coworking, salones de belleza,



talleres y tiendas de comestibles, ofreciendo un rendimiento excepcional y reduciendo los costos operativos.

B) Gama Snack & Food – “Gusto”

Alta capacidad de almacenamiento: permiten ofrecer una gran variedad de snacks, bebidas y alimentos en múltiples selecciones y bandejas. Eficiencia energética: clasificadas con alta eficiencia según la normativa europea (Clasificación C), con hasta un 70% de ahorro energético respecto a modelos anteriores.

Refrigeración ecológica: utilizan gas natural R290, respetuoso con el medio ambiente y altamente eficiente.

Zonas de temperatura independientes: permiten combinar productos secos, fríos y frescos en una misma máquina.

Compatibilidad con pagos sin contacto: incluyen tecnologías para pagos con tarjeta, móvil o aplicaciones específicas.

Interfaz moderna: pantallas táctiles, etiquetado electrónico de precios y posibilidad de mostrar información nutricional y promociones.

Diseño compacto y elegante: ideales tanto para espacios reducidos como para ubicaciones con alta demanda, con acabados de calidad y estética cuidada.

Gestión remota: preparadas para monitoreo, control y actualización a distancia mediante software especializado.

Novedades:

Las máquinas existentes evolucionan con una imagen renovada:

- Mantienen su rendimiento, fiabilidad y durabilidad.
- Incorporan un diseño más atractivo y se adaptan mejor a las expectativas actuales del mercado.

Hace unos años se introdujo el concepto “barista” como el arte de preparar un café con una forma original servido en taza por parte de un camarero en un bar. ¿Esto también lo puede hacer una máquina?

El arte del “Barista” ha sido históricamente una expresión del toque humano, la creatividad y la conexión sensorial que un profesional del café imprime en cada taza. Un barista no solo domina la técnica, sino que también transforma la preparación del café en una experiencia personal y única. Sin embargo,

en los últimos años, la tecnología ha dado pasos sorprendentes hacia la automatización de ese arte, sin comprometer su esencia.

Las máquinas superautomáticas, como las desarrolladas por Evoca Group y otras destinadas al canal HoReCa (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías), representan un avance significativo en la capacidad de replicar, con precisión y consistencia, el trabajo artesanal de un barista. Estas soluciones han sido diseñadas para ofrecer una experiencia sensorial de alta calidad, incluso en entornos de alta demanda, donde la eficiencia y la higiene son tan importantes como el sabor.

Gracias a su tecnología avanzada, estas máquinas son capaces de preparar una amplia variedad de bebidas —desde espressos y cappuccinos hasta lattes y otras especialidades— con una consistencia notable. Los parámetros fundamentales como la presión, la temperatura, la cantidad de café molido y la proporción de leche pueden ser ajustados con precisión, garantizando resultados óptimos según las preferencias individuales.

Uno de los avances más destacados es la capacidad de espumar leche de forma automática, logrando texturas y temperaturas muy similares a las que obtendría un barista experimentado. Algunas de estas máquinas incluso permiten una personalización visual, con funciones de latte art automatizado, que reproducen dibujos sencillos en la crema del café, añadiendo un toque estético que tradicionalmente ha sido exclusivo del trabajo manual.



La experiencia del usuario también se ha transformado. Las interfaces táctiles intuitivas permiten personalizar cada bebida, adaptándola a los gustos específicos del consumidor, lo que refuerza la idea de una atención individualizada sin necesidad de intervención humana constante.

Además, estas máquinas destacan por su nivel de higiene y eficiencia operativa, lo cual las convierte en aliadas ideales para establecimientos con alta rotación de clientes, donde la rapidez, la limpieza y la calidad son factores clave.

Así, en este nuevo escenario, la tecnología no compite con el barismo tradicional: lo complementa y lo democratiza. Las máquinas superautomáticas permiten que el arte del café llegue a más personas, en más lugares, manteniendo viva la pasión por una bebida que, en esencia, sigue siendo una forma de conectar con los sentidos.

¿Hacia dónde va el mercado?

El mercado del vending en 2025 está experimentando una transformación significativa, impulsada por la digitalización, la sostenibilidad y una creciente demanda de opciones saludables y personalizadas. A continuación, se detallan las principales tendencias del sector y cómo Evoca Group se posiciona en este contexto.

1. Digitalización y personalización

Evoca Group está a la vanguardia de la digitalización en el sector del vending. En el 2024

ya presentamos soluciones digitales de nuestra marca Newis, que incorporan pagos móviles y conectividad en la nube. Estas soluciones permiten la gestión remota de las máquinas y la recopilación de datos en tiempo real, facilitando una experiencia de usuario más personalizada y eficiente.

2. Eficiencia energética y sostenibilidad

Evoca Group está comprometido con la sostenibilidad en todas sus operaciones. Sus máquinas están diseñadas para ser energéticamente eficientes y utilizan materiales reciclables en su construcción. Además, la empresa promueve prácticas sostenibles en su cadena de suministro y en la selección de productos ofrecidos en sus máquinas.

3. Diversificación de productos

El vending está ampliando su oferta más allá de snacks y bebidas tradicionales, incluyendo productos frescos como ensaladas, frutas y platos preparados, así como artículos no alimenticios como productos de higiene personal y electrónicos de uso diario.

En conclusión, el mercado del vending en 2025 está evolucionando rápidamente hacia soluciones más digitales, sostenibles y orientadas al consumidor. Evoca Group se posiciona como un líder en este cambio, ofreciendo innovaciones tecnológicas, formación continua y un firme compromiso con la sostenibilidad. Su enfoque integral y adaptado a las tendencias del mercado le permite mantenerse a la vanguardia en un sector en constante transformación.

¿Cómo serán las máquinas del futuro?

El vending del futuro será más inteligente, eficiente y sostenible. En nuestra empresa ya nos estamos preparando para este cambio, apostando por tecnologías que mejoran la experiencia del usuario y cuidan el medio ambiente.

Uno de los grandes avances es la eliminación del uso de efectivo, lo que no solo ahorra tiempo y costes de gestión, sino que también permite una mayor seguridad y liquidez para los operadores, con transferencias bancarias al siguiente día hábil. Este paso hacia una economía sin efectivo está alineado con la digitalización global y mejora significativamente el flujo de caja.

Además, gracias a la telemetría, podemos monitorizar en tiempo real el estado y nivel de stock de las máquinas, lo que reduce las averías, optimiza las rutas de reposición y disminuye la huella de carbono al evitar desplazamientos innecesarios.

El futuro del vending también apuesta por frigoríficos inteligentes, comida caliente y saludable, y espacios atractivos que ofrezcan servicio las 24 horas en lugares clave como hospitales o centros de trabajo. Todo esto apoyado por tecnologías sin contacto y métodos de pago con chip y pin, que garantizan comodidad, higiene y rapidez.

Finalmente, creemos que la sostenibilidad será el eje central del vending del futuro. Por eso, invertimos en soluciones energéticamente eficientes y en ofrecer productos responsables, demostrando que innovación y respeto por el medio ambiente pueden ir de la mano.



¿Cómo valora la relación con Vencafesa y la mentalidad de la empresa en el mundo del Vending?

La relación entre Evoca y Vencafesa es muy especial. Llevamos trabajando juntos más de 25 años, de hecho, mi primera venta fue precisamente a Vencafesa, y todavía conservo con cariño ese primer pedido en un cajón. Vencafesa es todo un referente en el sector del vending: una empresa que sabe hacer muy bien las cosas, cuidando cada detalle para que sus clientes puedan disfrutar en cualquier momento del día de un buen café y de una amplia variedad de productos snack. Su forma de trabajar eleva el nivel del sector y demuestra que el vending puede ofrecer calidad, servicio y satisfacción. Para nosotros, es un orgullo acompañarles en este camino desde hace tanto tiempo.

Muchas gracias.



Gastronomía y más

SUPLEMENTO DE AL GRANO

Martín Rebaudino

Vinos griegos y banquetes

Chocolate

Crema de naranja al café

EL CHEF:

Martín Rebaudino

Restaurante Roux, La Recoleta, Buenos Aires



De abuelos llegados del Piamonte que abrieron un restaurante en La Cumbre, en la provincia argentina de Córdoba, donde nació, y tras estudiar cocina en Buenos Aires, hizo su aprendizaje de trabajo "en cocina de verdad" en Galicia, conociendo todos los secretos que guardan los mariscos y pescados, pasó por Zalacaín y Príncipe de Viana en Madrid, hasta llegar al País Vasco, trabajando en las cocinas de Arzak, Akellare y Berasategui, sobre quién dice que fue el único que logró reemplazar la receta de cómo hacer el bacalao que tenía de su padre.

Tras el periplo español, abrió en 2014 el Restaurante Roux, en el exclusivo barrio de La Recoleta, en una pequeña esquina de las calles Peña y Azcuénaga.

Los platos se conciben con un equilibrio entre creatividad, técnica e intuición. El menú es variado, con propuestas diversas con influencias francesas, españolas, mediterráneas en general y, por supuesto, argentinas.

En la carta aparece siempre el origen de los ingredientes. Los miércoles, al alba, el chef acude personalmente al mercado para elegir con cuidado muchos de los productos que usará en la cocina. En este recorrido por los puestos, frecuentemente es donde se inicia el

proceso de imaginar un plato nuevo.

Este cuidado en la elaboración de la cocina se completa con la capacitación al equipo de salón sobre los platos que presentan entre los que se pueden destacar **Ostras vivas** de Pocitos, en la provincia de Buenos Aires; **Ceviche de Vieyras fueguinas** con emulsión de ajíes amarillos asados, gel de wasabi, cubo de Boniatos entrerrianos y maíz tostado, **Tartare de Atún rojo** aleta amarilla del Ecuador con pimentón de Cachi (provincia de Salta), aceite de sésamo, alcaparras y alcaparrones de "la Chacrita" (provincia de Córdoba) con Demi-Glace de Mar; Roll Crocante de **Centolla Fueguina** con endivias de ranchos (provincia de Buenos Aires), gel de naranjas sanguíneas y aire de azafrán de Uspallata (provincia de Mendoza); Rissoto mantecato verde con langostinos grillados de Puerto Madryn y Tuile crocante de arroz y calamar; Jugoso **Bife Black Angus** con aligote de papas Asterix, escalibada de tomates y pimientos rojos platenses asados con pimentón de Cachi, aire de trufa y su jugo asado, o **Tube de Chocolate** con base de némesis y nueces salteñas, espuma de chocolate belga, sorbete de mandarina e infinito de caramelo.

Siempre a rebotar, Roux se ha definido como un restaurante de "Bajo perfil y Alta Cocina".

LA HISTORIA:

Los vinos griegos y los banquetes



Tanto vinificados en tinto, como en rosado o blanco, los vinos griegos eran famosos por su origen, como los de Lesbos, Quíos o Rodas, y solían consumirse mezclados con agua, y en ocasiones aromatizados con miel, tomillo, o canela.

El vino llegó a Grecia a través de la isla de Creta, muy probablemente procedente de Egipto y Fenicia, y a partir del territorio heleno fue cultivándose posteriormente a lo largo de Sicilia, sur de la península itálica (que conformaban la Magna Grecia) y las costas de la actual Libia (región de la Cirenaica). Ya desde el siglo VII aC. el vino ya era una bebida utilizada por los griegos, aunque reservado para ocasiones especiales, y tan sólo incluido en la dieta diaria por las clases acomodadas.

El *sympósion*, tradicionalmente traducido como "banquete", y más literalmente como "reunión de bebedores", era uno de los entretenimientos preferidos de los griegos y estaba dividido en dos partes: la primera consagrada a la comida, generalmente bastante simple, y la segunda especialmente a la bebida. También se consumía vino mientras se comía; y las bebidas de la segunda parte del banquete podían acompañarse con castañas, habas, semillas de trigo tostadas, o incluso pasteles de miel, en una especie de pica pica destinado

a absorber el alcohol y de esta forma prolongar la posibilidad de seguir bebiendo.

Conocemos el funcionamiento de los banquetes a través de obras como el "Banquete de Platón" o El "Banquete de Jenofonte" y de las imágenes de muchas cerámicas áticas de figuras rojas. La segunda parte de los banquetes, que en el mundo semita se llamaban *marzeah*, era inaugurada por una libación, en Grecia generalmente en honor de Dionisos. Posteriormente se discutía o jugaba a varios juegos de mesa y en algunos casos, bailarinas, acróbatas, y músicos solían amenizar la velada. Un "rey del banquete", elegido al azar, se encargaba de ordenar a los esclavos la proporción entre el vino y el agua requerida.

Como hemos dicho, reservado a los hombres a excepción de bailarinas y cortesanas, el banquete podía estar organizado por un particular que invitaba a sus amigos o a su familia, o podía reunir a los miembros de una asociación religiosa o club aristocrático. Los más ricos realizaban grandes banquetes, pero en la mayoría de las casas griegas, en las fiestas religiosas o en los acontecimientos familiares, se realizaban los banquetes más modestos.

EL PRODUCTO:

Chocolate

Descubierto por los Mayas y producido a gran escala en África Occidental



Cacao es el nombre que recibe el fruto del cacaotero, la materia prima. La transformación de la semilla del cacao da lugar a la pasta de cacao, que tras ser transformada se obtiene el chocolate, el cacao en polvo y otros derivados. El cacaotero es una planta tropical que crece en una franja geográfica muy determinada con centro en el Ecuador y que se extiende a norte y sur unos 20 grados, sin sobrepasar el Trópico de Cáncer ni el de Capricornio.

La zona debe reunir unas condiciones geográficas y climáticas favorables. Debido a la delicadeza y fragilidad del cultivo, se debe buscar el cobijo de otros árboles más grandes como el plátano o el ñame. A la sombra de dichos árboles se crea el *cacahuatl*, nombre que recibe la plantación del cacao.

El cacaotero, o árbol del cacao, tiene una longevidad de unos 40 años. Un único árbol puede llegar a dar hasta 100.000 flores a lo largo del año, las cuales tienen una vida muy corta, que apenas dura 48 horas. Las mazorcas de cacao siempre contienen un número par de semillas o habas. Según los botánicos, el árbol del cacao crecía ya, espontáneamente, 4.000 años antes de Cristo en la cuenca de los ríos Orinoco y Amazonas.

Durante el siglo XVIII se ofrecían en las farmacias chocolates curativos de muchas variedades como el chocolate purgante a la magnesia, el chocolate anti-veneno basado en bálsamo del Perú, los chocolates de avena, de arroz y de cereal, y hasta se creó un chocolate con extractos de carne, recomendado para niños y personas convalecientes.

Respecto al tópico de si crea adicción, no se ha podido demostrar científicamente que los componentes del chocolate posean efectos fisiológicos que provoquen un consumo compulsivo. Más bien podríamos decir que las raíces de este mito deben buscarse en su sabor dulce y agradable que hacen de su consumo un acto placentero.

El origen del cacao se remonta a la cultura maya, en la América precolombina. Tanto en las culturas maya como azteca, el chocolate tenía un elevado valor, no sólo como alimento, sino también como moneda de cambio. Los españoles entraron en contacto con el cacao y el chocolate a través de Hernán Cortés, quien a su vez lo conoció en el siglo XVI gracias a Montezuma, emperador de los aztecas. Sin embargo la mayor producción en nuestros días se sitúa en África Occidental.

LA RECETA:

Crema de naranja al café



Ingredientes para 6 personas:

- 2 cucharaditas de café soluble
- ½ l de leche
- ½ l de zumo de naranja
- 60 g de azúcar
- 20 g de harina de maíz
- 500 g de nata montada
- Gajos de naranja para adornar

DISUELVE EL CAFÉ en la leche y añade el azúcar, el zumo de naranja y la harina de maíz disuelta en un poco de leche fría.

CUECELO AL BAÑO MARIA, removiendo constantemente hasta que la crema espese. Repartela en copas bajas y decóralas con la nata y los gajos de naranja. Resérvalas en el frigorífico hasta el momento de servir.



AL **GRANO**

vencafesa®
the vending world

VENCAFESA.COM