

“No aceptamos que el café de máquina tenga que ser malo”

Luis Miguel Hernández CEO de HT VENDING

Tras consolidarse en Madrid y convertirse en número 1 en Toledo en poco más de un año, HT Vending inicia su expansión en Catalunya con Barcelona como primer gran paso

HT Vending es una empresa especializada en ofrecer un servicio integral de vending, con máquinas de café, snacks y bebidas frías, principalmente en empresas y organismos públicos. Al frente se encuentra Luis Miguel Hernández, CEO y firme defensor de una idea clara: el vending puede —y debe— ser sinónimo de calidad. Con una apuesta decidida por materias primas de alto nivel, tecnología avanzada y una gestión ágil y cercana al cliente, HT Vending trabaja para “culturizar” el sector y desmontar viejos prejuicios. Su objetivo es hacer compatible rapidez y calidad, demostrando que una buena experiencia en taza de café también es posible en el vending.

Vamos a desmontar un mito: ¿el café de máquina siempre es malo? ¿Es siempre “agua sucia”?

Esa pregunta resume los prejuicios que todavía existen y que nosotros combatimos día tras día.

Llevo muchos años en el sector del vending y desde el primer día lo tuve claro: si el café de máquina tenía mala fama, no era por casualidad. Venía de experiencias reales de los consumido-

res. Y eso, lejos de resignarme, me motivó.

Durante años, como reacción a la mala fama del vending, se popularizaron las cápsulas, presentadas como una alternativa “premium”. Sin embargo, en muchos casos suponen un retroceso en calidad real de producto. Al menos el café tradicional de máquina, aunque fuera básico, era café en grano, que conserva mejor sus propiedades, se muele en el momento y permite un control mucho más preciso de la receta.

¿Y de esa motivación nació HT Vending?

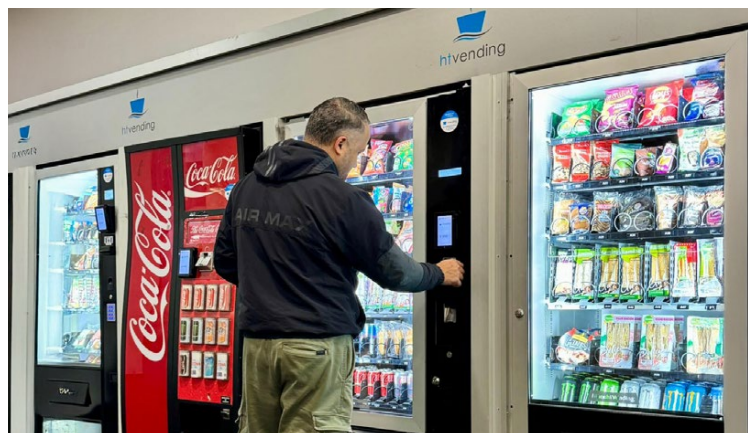
Todo empieza con una decisión: no aceptar que el café de máquina tenga que ser malo. A partir de ahí solo había un camino posible: cambiar radicalmente el producto y apoyarnos en la mejor tecnología.

Por un lado, apostamos por materias primas de máxima calidad. Por otro, por equipamiento avanzado que nos permitiera ser precisos, constantes y exigentes. Además, hacemos un seguimiento muy riguroso del punto de oxidación del café a través del know how propio, y ajustamos la cantidad que introducimos en las tolvas en función del consumo real de cada cliente. Esto garantiza frescura continua.

Hablemos de esta materia prima...

Trabajamos con café 100% arábica natural y hemos sustituido los preparados lácteos tradicionales por leche desnatada 100%, con o sin lactosa. Puede parecer un detalle menor, pero transforma por completo el resultado en taza.

Nuestra apuesta se llama “La Octava Maravilla”, un café tostado en exclusiva para nosotros:



aromático, intenso y con matices achocolatados. Proviene de pequeños productores de Nicaragua, con una producción limitada y de altísima calidad.

Al supervisar todo el proceso, garantizamos una calidad constante, taza tras taza. Y lo hacemos con una idea clara: para nosotros, calidad y sostenibilidad no son caminos separados, sino dos avances que van de la mano.

Primero Madrid. Después habéis conseguido, en poco más de un año, ser número 1 en Toledo. ¿A qué se debe? ¿Cuáles son los secretos?

Después de consolidarnos en Madrid, el salto en Toledo en tan poco tiempo se explica por una combinación muy simple de decir y muy exigente de hacer: humildad, trabajo y excelencia.

Lo primero ha sido conocer a fondo al cliente: entender sus hábitos de consumo, ajustar con precisión las frecuencias de reposición y diseñar surtidos personalizados para cada punto. Para lograrlo, nos apoyamos en tecnología, maquinaria y sistemas de pago de última generación, y en una herramienta clave: la telemetría, que hoy ya es una realidad y nos aporta in-

“La calidad no se promete: se demuestra, taza tras taza”

“Nuestro objetivo es hacer compatible rapidez y calidad, también en el vending”

formación en tiempo real para tomar decisiones rápidas y acertadas.

También hemos decidido implantar un sistema serio, auditable y exigente. Trabajamos desde hace años con ISO 9001 (calidad) e ISO 14001 (medio ambiente), y recientemente hemos incorporado la ISO 22000 (seguridad alimentaria). Porque para nosotros la calidad no se promete: se demuestra.

Y ahora, empezáis la expansión en Catalunya, ¿por qué?

Nuestro objetivo es crecer a nivel nacional y, para ello, hemos decidido comenzar por Barcelona, en la cual hemos tenido

una gran acogida y valoración de nuestro café.

Hablando de acogida, ¿qué dicen con más frecuencia de los usuarios respecto al café?

El feedback más habitual es muy claro: la gente percibe el café como un producto de excelente calidad y lo valora como una parte importante de la experiencia, no como un “extra” más.

De hecho, la acogida de “La Octava Maravilla” ha sido tan positiva que ya estamos trabajando para ofrecerlo también a particulares. En breve estará disponible a la venta en grandes plataformas de distribución.

¿Cómo ves el futuro del vending?

El vending está en un proceso de continua innovación: máquinas más modernas, eficientes y menos contaminantes, con la vista puesta en minimizar el tan preocupante cambio climático.

Como en todos los mercados en expansión, surgen nuevas tendencias de consumo, como pueden ser el micro vending o las neveras inteligentes, y como tal, nuevas oportunidades de negocio y crecimiento.

Y para finalizar: ¿El mejor café?

Precisamente estas Navidades he tenido la oportunidad de viajar a Indonesia, donde se cultiva el que, para mí, es el mejor café del mundo: Kopi Luwak. Se elabora a partir de granos ingeridos por la civeta —un pequeño animal llamado luwak— que, durante la digestión, provoca una fermentación natural que transforma el perfil de sabor.

Más allá de la anécdota, esta experiencia refuerza una idea que tengo muy clara: quiero que nuestros clientes aprendan a reconocer y disfrutar la mejor experiencia en taza. Llevo años “culturizando” el mercado del café en el vending y me ilusiona seguir haciéndolo durante muchos años más.

Al igual que el luwak, nosotros también valoramos cada grano de café.

