



EDITA:
HIPALA COMMUNICATIONS S.L



DIRECCIÓN

Alvaro de Laguno
alvaro@hipala.es

ADMINISTRACIÓN

Cristina Hijano
cristina@hipala.es

Antonio Leiva
antonio@hipala.es

JEFE DE REDACCIÓN

Francisco de Borja González
redaccion@hipala.es

REDACCIÓN

Raúl Candela
redaccion2@hipala.es

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Santos Andrés
publicidad@hipala.es

PUBLICIDAD & PRODUCCIÓN

HIPALA COMMUNICATION S.L.
Ferrocarril del Puerto 8, Ofic. 18
29002 Málaga (Spain)
Telf/Fax :(+ 34) 952 33 87 51
www.hostelvending.com
info@hostelvending.com

Tirada 15.000 Ejemplares
Depósito Legal MA-1140-2001

Indice de anunciantes

hostel vending

09/49

A & A BLU MED, S.L.	20, 39, 43, 51
COGES SPA	17
COVIM S.P.A	19
HOREQ	54
INTERMEDIT S.L.	47
LAVAZZA	04, 05
M.E.I. U.K. INTERNATIONAL LTD.	INTERIOR PORTADA
NECTA VENDING SOLUTION, S.L.	13, 21
NESTLE ESPAÑA, S.A.	35, 37, CONTRAPORTADA
REGILAIT - UNION DE COOPERATIVES AGRICOLES	41
RHEA VENDORS ESPAÑA S.L.	07
SAECO IBÉRICA, S.A.	INTERIOR CONTRAPORTADA, 15
SIMAT. S.L.	PORTADA
SISTIAGA LASA S.L	27
TECNOLOGIA DEL VENDING	49
VENDIN, S.L.	11
VENDITALIA SERVIZI SRL	53

Reservados todos los derechos, no está permitida la reproducción total o parcial de esta revista ni su transmisión en forma o medio alguno sin permiso previo de la sociedad editora.
La editorial no se hace responsable del criterio de nuestros anunciantes.
"Hostel Vending" es una publicación gratuita, con difusión internacional y periodicidad bimestral.





**PREPARADOS PARA
COMERSE EL MUNDO**

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



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

Empresa

08 / Lavazza crece en 2008, según su informe anual

La Junta General de Accionistas aprobó el pasado mes de junio las cuentas anuales de Luigi Lavazza S.p.A. y los informes financieros consolidados para el ejercicio cerrado a fecha de 31 de diciembre de 2008.

08 / Las ventas de Nestlé sólo bajaron un 1,5% en la primera mitad de 2009, con respecto al año pasado

El Grupo Nestlé hizo públicos sus resultados tras la primera mitad de 2009, consiguiendo un crecimiento orgánico del 3,5% y un crecimiento interno real del 0,5%.

09 / Philips quiere liderar el mercado de máquinas de café

Royal Philips Electronics anunció el pasado 27 de julio el cierre de la adquisición de la italiana Saeco International Group S.p.A., uno de los líderes mundiales en fabricación de máquinas expendedoras y cafeteras exprés.

10 / El grupo navarro Azkoyen incrementó su volumen de negocios un 21,6% en el primer semestre de este año

El Grupo navarro de maquinaria para vending y medios de pago Azkoyen incrementó su cifra neta de negocios un 21,6% con respecto a 2008, informó la compañía el pasado 28 de agosto a la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

12 / Vendin S.L. continúa su expansión internacional, esta vez en Serbia y Croacia

Gracias a una iniciativa de la Cámara de Comercio de Madrid, la empresa de bebidas calientes y solubles Vendin (junto con otras 19 empresas de otros ámbitos ajenos al vending) ha viajado recientemente a Serbia y Croacia para estudiar las posibilidades de mercado en estos países.

14 / Rheavendors, con sus mejores "Luces" en la Eu'Vend

El grupo Rheavendors, una vez más, ha formado parte de la Eu'Vend, en la ciudad de Colonia, que cada vez está tomando más importancia y relevancia dentro de las grandes ferias de nuestro sector.

Noticias

36 / Licitación pública de vending

Las últimas ofertas públicas de vending en nuestro país.

39 / Sanidad anuncia que prohibirá fumar en bares, restaurantes, lugares de ocio y establecimientos públicos

La Ministra de Sanidad, Trinidad Jiménez, anunció el pasado 14 de septiembre una medida que promete convulsionar el vending de tabaco.

SUMARIO 49

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

el vending en un solo click • toda la informa-



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

Especiales

22 / La gestión por categorías en las máquinas de snacks

Los últimos avances tecnológicos aplicados a la industria de la Distribución Automática, Vending, así como la reducción en los costes de comunicación de datos y los programas de gestión dedicados, permiten a los operadores un mayor control de la gestión de su negocio.

44 / El segmento de los "ready-meals" y el vending; en busca de la fórmula ganadora

¿Quién habría pensado, hace años, que utilizaríamos de modo habitual máquinas de vending para desayunar, tomarnos un café después de comer, o un snack a modo de merienda en nuestro centro de trabajo?

El último objetivo por conquistar parece claro: la comida.

Ferias

26 / Sicilia quiere ser una isla de sorpresas para el vending

Del 27 al 29 de noviembre de 2009, el encantador paraje siciliano de Catania será el lugar de reunión al que asistirán, por primera vez, los profesionales y empresas más importantes del vending italiano.

27 / La feria de vending más importante de EEUU abre sus puertas

A menos de una semana para que diese comienzo la NAMA National Expo, la feria de vending más importante de los Estados Unidos, los organizadores de la feria esperaban una afluencia de unos 4.600 visitantes.

Productos

48 / Novedades del sector

Propuestas especiales para los operadores y distribuidores de máquinas expendedoras, y productos para la industria.





VALERIE LEBRON



PARA LOS MANIÁTICOS DEL ESPRESSO. DE LOS MANIÁTICOS DEL ESPRESSO.



UN ESPRESSO PERFECTO TAMBIÉN EN EL VENDING.

Lavazza BLUE es el único sistema espresso para el vending que aúna máquina y cápsulas para crear un espresso perfecto en cualquier momento y lugar.

Las novedosas cápsulas selladas protegen los mejores blends Lavazza de forma que el aroma y la frescura del café permanecen inalterables en cada taza, obteniendo siempre un resultado excelente, también en el vending.

Podrá abarcar desde lugares de trabajo hasta lugares públicos (aeropuertos, estaciones de metro, museos...), gracias a una completa gama de máquinas que satisface todas las exigencias de espacio y consumo.

Lavazza ofrece, además, un completo servicio de asistencia, gracias a su extensa red de distribuidores autorizados.



Para más información llame al



902 888 101

www.da.lavazza.com

EDITORIAL

Ecos de guerra

Acabamos de aterrizar de nuestro viaje a Alemania mucho más optimistas (y eso es difícil) que cuando partimos. EuVend ha dado muestras, una vez más, de que se está posicionando como la segunda feria de vending más importante de Europa, por detrás de la todopoderosa Venditalia.

A resaltar no sólo la organización – típicamente alemana – de la que hacen gala la Asociación Alemana de Vending y el Centro de Congresos de Koelnmesse; la calidad de las visitas y las novedades que se presentaron (en principio, lo que todos queremos ver en un evento de estas características) estuvieron a la altura de la feria italiana.

En general, el éxito de EuVend es un termómetro claro de lo que está sucediendo en la mayoría de los países de la zona Euro; ya ha pasado lo peor y se está iniciando el despegue. Si bien es cierto que por estos lares la cosa promete ir más despacio, la recuperación es imparable. No hay espacio para la duda. En este mundo global en el que vivimos, los cambios se suceden en cadena, y cada país se convierte en una pieza de dominó, para bien o para mal.

Estamos, además, en un mercado más consistente que, por ejemplo, la construcción o la automoción, a pesar de que, como no podía ser de otra manera, la crisis nos ha dado también un par de sacudidas. Las oscilaciones de nuestro sector, no obstante, son más controladas.

Valga un dato; el consumo de café continuó creciendo invariablemente antes, durante y después de los peores momentos macroeconómicos. Lo mismo se puede decir de otros productos, como los snacks, las bebidas frías o los preservativos.

Tenemos ya en el horizonte el inicio de un nuevo curso, el más esperado de la última década, sin duda, y las primeras señales son buenas. En nuestro país, Eurovending (si finalmente se celebra) y el VIII Encuentro de la Asociación de Profesionales del Vending de Euskadi son las dos primeras piedras de toque para comprobar si el eco de Alemania retumba dentro de nuestras fronteras. Y si no, se lo haremos llegar nosotros, desde estas páginas.



rheavendors 
españa

Madrid: C/ N obel, 3
Poligono Industrial San Marcos
28906 Getafe, Madrid
Tfno. 91 601 19 60, Fax: 91 682 94 01
Valencia: Mov. 663 042 413

Barcelona: Carrer la M quina, 10-A
Poligono Industrial El Reg s
08850 Gav , Barcelona
Tfno. 93 633 34 38, Fax: 93 638 17 19
rheavendors@rheavendors.es

Lavazza crece en 2008, según su informe anual

La Junta General de Accionistas aprobó el pasado mes de junio las cuentas anuales de Luigi Lavazza S.p.A. y los informes financieros consolidados para el ejercicio cerrado a fecha de 31 de diciembre de 2008.

El Grupo ha informado de ingresos netos por valor de 1.121,6 millones de euros, lo que supone un incremento del 8,7% respecto a las cifras del año anterior.

El porcentaje de facturación generado en el extranjero aumentó en más de dos puntos porcentuales, pasando de un 37,4% en 2007 a un 39,8% en 2008, lo que da fe del éxito del proceso de internacionalización de la sociedad.

Se registró un EBITDA de 169,3 millones de euros, o un 15,1% de ingresos netos (177,0 millones de euros en 2007).

Las ganancias consolidadas fueron de 55,1 millones de euros (68,5 millones en 2007), lo que supone un 4,9% de ingresos netos. A finales del 2008, la sociedad contaba con 4.148 trabajadores en plantilla.

“El compromiso y el plan estratégico de la dirección de la sociedad nos han permitido consolidar nuestra posición de liderazgo en el mercado italiano y fortalecer de forma clara nuestra presencia en mercados extranjeros, donde nuestro volumen de ventas ha crecido de manera significativa”, comentó Gaetano Mele, director general de la sociedad.

ESTRATEGIA

El Grupo Lavazza ha mantenido, asimismo, su estrategia de invertir ampliamente en su productos, en la internacionalización y en el desarrollo de sus instalaciones industriales y tecnologías de producción. El 2008 ha sido el primer año completo en que se ha comercializado en Italia el nuevo sistema de cápsulas, A Modo Mio, el producto insignia de Lavazza en el mercado nacional, además de su lanzamiento



inicial en el extranjero (Francia, Inglaterra y Austria). Durante dicho período, el Grupo cerró las adquisiciones de las firmas brasileñas Café Grão Nobre y Café Terra Brasil y realizó inversiones importantes en activos fijos técnicos en Gattinara y Settimo Torinese, las dos instalaciones de producción más grandes del Grupo para cápsulas y torrefacción y envasado, respectivamente.

Las ventas de Nestlé sólo bajaron un 1,5% en la primera mitad de 2009, con respecto al año pasado

El Grupo Nestlé hizo públicos sus resultados tras la primera mitad del 2009, consiguiendo un crecimiento orgánico del 3,5% y un crecimiento interno real del 0,5%. El efecto de la recesión en la demanda de los consumidores y la firmeza del franco suizo ha incidido en las ventas, que han mostrado un descenso del 1,5%, ingresando 52.300 millones de francos suizos.

Los resultados se antojan flojos, comparados con la firmeza del crecimiento orgánico de la primera mitad del 2008, cuando se consiguió un 8,9%. De igual forma, las acciones del Grupo perdieron

un 3,2% a 42,70 francos al principio de las transacciones en Zurich.

No obstante, el Presidente Ejecutivo de Nestlé, Paul Buckle, declaró que “Nestlé ha mostrado una combinación de crecimiento y mayor rentabilidad en estos primeros seis meses, y esto teniendo en cuenta el panorama económico tan delicado. El éxito de nuestras iniciativas permitirán que invertamos con mayor fuerza en marketing e I+D para recuperar a los consumidores. Es por ello que espero una aceleración en el crecimiento orgánico de cara a la segunda mitad del 2009”.





Philips quiere liderar el mercado global de máquinas de café

Royal Philips Electronics anunció el pasado 27 de julio el cierre de la adquisición de la italiana Saeco International Group S.p.A., uno de los líderes mundiales en fabricación de máquinas expendedoras y cafeteras exprés.

Acometida con el fin de convertir a Philips en un líder global en máquinas de café, esta adquisición permitirá a Philips fortalecer su posición en el mercado del café exprés a través de la suma de un amplio abanico de soluciones interesantes y tecnológicamente avanzadas.

El segmento de máquinas exprés es percibido generalmente como el segmento de más valor dentro del mercado global de electrodomésticos relacionados con el café, ya que tradi-

cionalmente obtiene un crecimiento de ventas y unos márgenes de beneficio de dos dígitos.

DESDE SAECO

Fundada en Italia en 1981, Saeco es líder de mercado y diseñador de máquinas de café exprés para uso personal y profesional y máquinas expendedoras para bebidas frías y calientes o snacks. La compañía tiene sus oficinas centrales y principales instalaciones industriales en Gaggio Montano, Italia y Rumanía. Saeco está presente en los principales mercados mundiales con filiales en Europa, Estados Unidos, Latinoamérica, Australia, Asia y una red de ventas que se extiende por más de 60 países.

Kraft Foods quiere dar un golpe de efecto al mercado del Food con su oferta de compra por la británica Cadbury

Kraft Foods anunció el pasado 7 de septiembre que ha hecho una propuesta al consejo directivo del gigante británico Cadbury, valorada en 11.700 millones de euros, para fusionar las dos compañías. Según ha revelado Kraft, su intención es crear un centro neurálgico de snacks, dulces y comidas rápidas, con una amplísima gama de marcas líderes.

El consejo directivo de Cadbury ha rechazado la propuesta, alegando que la misma no se ajusta al precio real de la firma. Sin embargo, Kraft Foods parece que no se ha dado por vencida y ha presentado esta oferta como una primera medida de aproximación en una negociación que promete ser larga y difícil.

DOS GIGANTES DEL "FOOD"

Kraft es el segundo mayor grupo empresarial de la industria de la



alimentación, por detrás de Nestlé, agrupando marcas tan conocidas como Milka, Suchard, Cafés Saimaza, Philadelphia o Royal.

Por su parte, Cadbury es el gigante de la alimentación más grande del Reino Unido, propietaria de las marcas Schweppes, Trident o caramelos Hall, además de su conocida gama de chocolates.

Unilever presenta buenos números tras el 2º trimestre

El tercer mayor grupo de alimentos y bienes de consumo del mundo, Unilever, ha informado que sus ventas crecieron un 4,1%, con un volumen del 2,0% y un balance positivo en todas las áreas geográficas. Según el comunicado de Unilever, este crecimiento es resultado de sus estrategias acertadas, así como por sus inversiones en innovación y marketing.

El fabricante de marcas populares como Frigo, Ben & Jerry's, Lipton, Flora, Ligeresa, Calvé o Signal, consiguió ventas que – sin ser números atronadores – fueron más allá de sus propias expectativas.

El Presidente Ejecutivo del Grupo declaró: "Mientras las condiciones siguen siendo difíciles en muchos mercados, estoy entusiasmado por que el volumen vuelva a crecer en todas las regiones y en la mayoría de los países y categorías".



El grupo navarro Azkoyen incrementó su volumen de negocios un 21,6% en el primer semestre de este año

El Grupo navarro de maquinaria para vending y medios de pago Azkoyen incrementó su cifra neta de negocios un 21,6% con respecto a 2008, informó la compañía el pasado 28 de agosto a la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

En concreto, la compañía líder de medios de pago en nuestro país movió un total de 85,2 millones de euros en los primeros seis meses de este año, por los 70 que facturó en el mismo periodo el año pasado.

Estos resultados hacen presagiar una progresiva mejoría en lo que resta del año hasta alcanzar niveles de beneficio similares a los alcanzados con anterioridad a la crisis, una vez que el sector parece haber tocado fondo.

Un dato que apoya esta previsión es la mayor resistencia del gigante navarro a los vaivenes del mercado. De este modo, aunque Azkoyen terminó el primer semestre de 2009 con unas pérdidas consolidadas de 1,6 millones de euros (por los 3,11 millones de beneficio del año anterior), la cifra se sitúa todavía 14 puntos por encima del balance macroeconómico del mercado.

AZKOYEN, A TODO TREN

Más de 150 máquinas de snacks y bebidas frías de Azkoyen están en la actualidad dando servicio de restauración en una parte importante de la flota de Renfe (trenes de media distancia y de alta velocidad AVE), tras la adjudicación de la explotación a Comasa.

La primera mitad del año arroja resultados negativos para Natra

Según ha informado el grupo de alimentación Natra a la Comisión Nacional del Mercado de Valores, la empresa con sede en Valencia ha obtenido resultados negativos en el primer semestre del año. Así, si en el mismo periodo del pasado año obtuvo un beneficio neto de 5 millones de euros, en este 2009 ha registrado pérdidas por valor de 8 millones de euros.

En su comunicado oficial, el grupo explica sus números de la siguiente forma: "Natra ha cerrado el primer semestre de 2009 con una cifra de negocio consolidada de 206,2 millones de euros, frente a los 226 millones de euros del

ejercicio anterior. De los 20 millones de euros de disminución, 9,7 millones corresponden a la división de Cacao y Chocolate, mientras que 1,1 millones provienen de operaciones discontinuadas y 9,2 millones son atribuibles a la división de ingredientes funcionales y complementos nutricionales (Natraceutical Group)".

SE ROMPEN LAS NEGOCIACIONES CON BARRY CALLEBAUT

Barry Callebaut y Natra anunciaron el pasado 9 de septiembre haber roto sus negociaciones sobre la posible integración del segmento europeo de chocola-

tes de la suiza Barry en la española Natra.

Según revela el comunicado de Barry Callebaut, la razón se basa en la diferente evaluación de las dos compañías.

El presidente de la firma suiza, Andreas Jacobs, manifestó: "No hemos cambiado nuestra decisión estratégica de salir del segmento del chocolate para consumo. No obstante, debo aclarar que no nos encontramos bajo ningún tipo de presión financiera o en cuanto a plazos.

Analizaremos cuidadosamente todas las opciones estratégicas que tenemos para encontrar la mejor solución posible al problema".

SPRESSOin[®]

*"La más amplia
gama de
productos
para máquinas
minivending"*



...y cápsulas de café, sobres de leche, leche condensada, sobres de chocolate, infusiones, sticks de azúcar y edulcorante, vasos, paletinas

SPRESSOin[®]

Vendin SL

DELEGACIÓN MADRID
c/ Coto de Doñana, 15
Área Empresarial Andalucía
28320 Pinto - Madrid - SPAIN
T. +34 91 691 91 04
F. +34 91 691 91 45

DELEGACIÓN BARCELONA
T. 936 824 366
M. 609 677 718

DELEGACIÓN SEVILLA
T. 954 776 613
M. 639 329 317

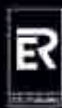
info@spressoin.com

www.spressoin.com



El mejor café SPRESSO,
el diseño **Más**

in,,





Vendin S.L. continúa su expansión internacional, esta vez en Serbia y Croacia

Gracias a una iniciativa de la Cámara de Comercio de Madrid, la empresa de bebidas calientes y solubles Vendin (junto con otras 19 empresas de otros ámbitos ajenos al vending) ha viajado recientemente a Serbia y Croacia para estudiar las posibilidades de mercado en estos países.

Croacia es un país ya candidato a formar parte de la Unión Europea y Serbia tiene puestas sus miras en pertenecer al club europeo. Entre ambos países se aglutina

un mercado de 30 millones de personas.

En Croacia, donde Vendin S.L. no es un proveedor desconocido, el objetivo ha sido ampliar los puntos de distribución; en Serbia se han mantenido contactos con empresas locales, a los que la amplitud de la oferta y la calidad de los productos de Vendin han causado una muy buena impresión. En estos momentos, se están afianzando las conversaciones mantenidas y se espera poder cerrar en breve acuerdos de distribución.

Barry Callebaut presentó una gama mejorada de productos

En la EuVend 2009 de Colonia (Alemania), la división de Vending y Bebidas de Barry Callebaut presentó su nueva organización y su gama ampliada de productos, después de la integración de la firma Eurogran.

La feria fue la ocasión perfecta para que la división de Vending y Bebidas de Barry Callebaut presentase su nueva organización y una gama de productos más amplia, después de la integración de Eurogran. En este evento, la empresa se centró en una gama diferente de productos que se adecúan a diferentes estilos de vida y preferencias de gusto.

UN CAPRIMO PARA CADA GUSTO

El Caprimo Irish Cappuccino (capuchino irlandés) disfrutó de un exitoso lanzamiento en la primavera de 2009.

Junto con el Caprimo Café Vanille, Caprimo Café Noisette and Caprimo Café Caramel, los capuchinos de sabores de la marca atrajeron la atención de muchos consumidores, tentados por esta gran variedad de sabores.

Expendedoras de productos eróticos en fiesta organizada por portal de citas

Yunu.com, portal de online Dating 2.0, celebró la primera fiesta del verano para reunir a todos los usuarios del portal y dar a conocer Sexitois, la nueva línea de productos eróticos de La maleta Roja (LMR) entre los asistentes.

La fiesta, que se celebró el pasado 29 de julio en el Buda Restaurante de Barcelona, permitió por primera vez a los amigos de Yunu.com, reunirse, ampliar su círculo de amistades y hasta conocer a su media naranja.

Además, disfrutaron de la presentación en exclusiva de la nueva línea de productos eróticos de SexiTois que se comercializan por primera vez en España a través de máquinas de vending en discotecas, bares y otros lugares frecuentados por jóvenes.

Para conocer mejor los gustos de los españoles a la hora de encontrar pareja y seducir, Yunu.com realizó una encuesta entre sus usuarios. Según esta encuesta, realizada a más de 2.200 usuarios, más de la mitad de los españoles encuestados afirman que son los ojos de la otra persona en lo que más se fijan. Aunque el 48% de



hombres sigue centrando su mirada en el pecho de la mujer y el 36% de las mujeres presta atención a los labios de los hombres.

Canto



Samba

Diesis



El lado tecnológico de la armonía.

**Diseño elegante , sencillo,
moderno**

**Interfaz de usuario, intuitiva
e innovadora**

**Electrónica de vanguardia
dotada de programación
flexible**



**Optima relación
dimensiones /capacidad**

**Soluciones técnicas
revolucionarias**

19 tecnologías patentadas



N&W GLOBAL VENDING SPAIN, S.L.
Avda. de Suiza, 11-13 - 28821 Costada (Madrid)
Tfno. (91) 277 4400 - Fax (91) 277 4410
www.nwglobalvending.es



La empresa Rheavendors, con sus mejores “Luces” en la feria alemana de Eu’Vend

El grupo Rheavendors, una vez más, ha formado parte de la Eu’Vend, en la ciudad de Colonia, que cada vez está tomando más importancia y relevancia dentro de las grandes ferias de nuestro sector.

La gran afluencia de visitantes al stand de Rheavendors fue atendida con entusiasmo por todo el equipo que allí se encontraba, representando a todas las filiales y, por supuesto, a la central de esta compañía, que se ha expandido a nivel mundial.

Nos encontramos, como es habitual, el stand de Rheavendors, con un diseño de muy alta calidad, con unos espacios muy “limpios” y con una gran muestra de toda la gama que, año tras año, han ido completando hasta tener soluciones para todas las franjas de mercado.

CAFÉ EUROPA 2 VASOS

En esta ocasión, destacó la presentación de la nueva “Café Europa 2 vasos”, que ofrece las prestaciones y el diseño de

su antecesora, más el añadido de la torreta con 2 tipos de vasos diferentes y que está demostrando ser una magnífica alternativa para el operador, mejorando muy sensiblemente la rentabilidad del punto donde se instala. De este modo, ya podemos deleitarnos con una bebida caliente a nuestra “medida”. En vaso grande ó pequeño e incluso eligiendo el tipo de material, cartón ó plástico. Una opción que, cada vez más, se está implantando en la oferta que el fabricante hace al operador para que este último pueda destacar y diferenciarse en sus emplazamientos.

Acompañando a la Café Europa 2 vasos, encontramos la Europa Snack. Distribuidor de espirales con una capacidad de hasta 49 selecciones y hasta 800 productos. Un conjunto con muy buena aceptación y con una capacidad y prestaciones que le hacen ideal para emplazamientos con un consumo considerable, pero sin tener que efectuar una gran inversión.



LUCE SNACK

Por último, fue presentada también otra máquina de espirales que será la compañera de la ya conocida LUCE X2, la máquina de caliente de alta gama de grandes prestaciones, presentada a nivel nacional el invierno pasado: la LUCE Snack, con una capacidad de hasta 54 espirales y hasta 1.000 productos con dos temperaturas y el sistema patentado FlexSpir que permite adecuar cada canal al tamaño del producto a expender y que irá destinada a cubrir grandes emplazamientos donde la capacidad, el diseño y la garantía de frío sean requisitos imprescindibles.

Rheavendor presentó también máquinas diseñadas exclusivamente para la firma Nestlé. Unas máquinas actuales y con un espectacular diseño para un cliente preferencial de esta casa.

Velarte informa de la “duplicación” de sus productos



La empresa valenciana de snacks y aperitivos Velarte, que está íntimamente ligada con el canal de vending, emprendió en fechas recientes una campaña de información en los diferentes medios de comunicación para advertir a los consumidores.

Velarte denunció que, tras la retirada de sus productos (como los “Saladitos” o las “Rosquilletas”) de los estantes de Mercadona, la conocida cadena de supermerca-

dos los había sustituido por otros envases de un parecido más que evidente.

Aunque Mercadona ha reconocido ya su error, retirando de sus estanterías estos productos (cuya similitud con los de Velarte se puede apreciar claramente en la foto), Velarte ha querido hacer público el caso para que no se vuelvan a producir hechos similares que puedan inducir a equívocos al consumidor.

Los productos Velarte siguen comercializándose en otras cadenas de supermercados y, por supuesto, también en multitud de máquinas expendedoras.



Saeco *Phedra*

Polivalencia y funcionalidad

Saeco Ibérica, S.A.

Sant Ferran, 34-36 P.I. Almeda 08940 Cornellà de Ll. Barcelona
Tel: 934740017 Fax: 934740434

Delegación Madrid: P.I. Prado de Regordoño, Torres Quevedo,
nave 18 28936 Móstoles - Madrid Tel. 916475750 Fax: 916475195
e-mail: info@saeco-vending.com Web: www.saeco-phedra.com

 **Saeco**

Espresso Feeling

Nueva línea de comunicación y departamento de marketing para Simat



Simat, pionera en el sector del vending en España con más de 30 años en el mercado y una de las firmas fabricantes de preparados alimenticios referentes del sector, tiene la voluntad de modernizarse y estar cada vez más cerca de las necesidades del mercado. En un entorno cada vez más competitivo, la empresa está apostando por fichajes clave para fortalecer su posición de mercado.

Sara Jiménez es la nueva directora de marketing. Tiene más de 15 años de experiencia en puestos de responsabilidad en departamentos de marketing y comunicación en varios sectores. Empieza con mucha ilusión y reconoce que es clave conocer las tendencias y necesidades de mercado.

El departamento de marketing, de nueva creación, pretende mejorar la comunicación de la empresa con sus clientes y refor-

zar su posición en el sector, siendo pilares clave la innovación, la investigación y el servicio al cliente.

PREPARADOS ANTE LA CRISIS

La apuesta de Simat de reforzar su plantilla forma parte de su plan para salir fortalecidos ante la crisis. Este plan incluye también la expansión de su red comercial, como demuestra el acuerdo que firmó el pasado mes de mayo con Sistiaga Lasa S.L., para distribuir sus productos en el País Vasco, Cantabria y Navarra. Además, la empresa ha establecido acuerdos de investigación con la Universidad de Barcelona para la mejora de sus procesos de producción e innovación.

En este sentido, Simat cuenta con la colaboración de expertos de prestigio internacional en el sector lácteo, como Rafael Loko, para elegir cuidadosamente las mejores materias primas.

NUEVA LÍNEA DE COMUNICACIÓN

Simat apuesta por una nueva línea de comunicación más próxima a sus clientes, con un mensaje claro sobre lo que su gama de preparados alimenticios solubles e instantáneos ofrece: el mejor rendimiento en máquina, gracias a la más moderna tecnología del granulado/conglomerado al servicio del vending.

¿FERIAS A LA VISTA?

La presencia de la empresa no está aún confirmada para la próxima edición de Eurovending Madrid porque la dirección considera que el formato de este año no es el más adecuado. "En un día y medio resulta complicado atender a todas las visitas nacionales e internacionales y además en días laborables", comenta Sara Jiménez, que confirma el interés de Simat en asistir a las próximas citas de Colonia y París, para potenciar su presencia en Europa.

Café Arabo apunta al mercado doméstico con su nueva tienda

Café Arabo, empresa fabricante y distribuidora de las cápsulas de café Arabo, ha inaugurado recientemente la primera tienda de venta de sus productos, tanto en máquinas como en los mismos consumibles en cápsula de las variedades que ofrece la marca en su página Web.

La tienda se sitúa en pleno centro de Almería y es uno de los primeros pasos de la empresa para acercarse cada vez más al mercado doméstico.

Para ello, se pretende potenciar la profesionalidad, servicio y calidad de

sus tiendas gourmet de cafés e infusiones.

Café Arabo ya está presente en clientes de diferentes zonas geográficas a través de distribuidores que realizan el servicio básicamente a pequeñas oficinas y empresas.

La compañía, además de la venta y distribución de cápsulas de café de producción propia y de sus cafeteras exclusivas, también comercializa una gama de complementos para vending, como vasos, azúcares, paletinas y monodosis solubles.



el **magico** mundo de la **tecnología**

www.coges.es



PLATINUM

sistema de pago cashless a 100 precios
disponible en las versiones Executive - MDB - BOV

TITANIUM

sistema de pago cashless a 15 precios
disponible en las versiones Executive - MDB

IRIDIUM

sistema de pago cashless a 10 precios
disponible en versión MDB

KEY Y CARD

lectores de llave y tarjeta transponder

PROFIT

monedero de cambio de 5 tubos con
bloqueo patentado del cajón de los tubos



experience + innovation

Filial: Coges España Medios de Pago, S.L.
C/ La Granja nº 15 - Bloque B - 2ª Planta / B-3 · 28108 Alcobendas (Madrid) - España
Tel. +34 91 490 13 11 · Fax +34 91 662 72 57 · Email: coges.es@coges.eu · www.coges.es

Café Candelas estrena Web para su gama de monodosis

La empresa cafetera con sede en Lugo ha lanzado su nueva página Web dedicada en exclusiva a su gama de cafeteras OCS y cápsulas monodosis. En la misma, los usuarios podrán informarse de forma directa y concisa sobre el sistema de cápsulas de Café Candelas, que presenta un formato fácilmente reciclable gracias a la naturaleza de sus materiales y al envoltorio de plástico.

Tanto los paquetes de 12 cápsulas de café (normal y descafeinado) como la máquina especialmente desarrollada para este sistema, así como vasos térmicos, paletinas, bolsas de azúcar y otros, se pueden adquirir mediante la tienda *online*.



Café Candelas, S.L. mantiene una destacada posición de liderazgo en la comunidad autónoma gallega, así como una notable presencia en otros grandes mercados como el Levante, Madrid, Castilla y León

o Asturias.

Asimismo, como consecuencia de su política de expansión internacional, Café Candelas es una de las marcas de café punteras en el mercado portugués.

El imparable crecimiento de la comida vending saludable y orgánica

En el corto espacio de tres años, la empresa pionera en vending saludable YoNaturals Inc. se ha establecido en un sector tan difícil de amoldar como el norteamericano, mal acostumbrado a comer alimentos poco saludables en el día a día.

La empresa afincada en San Diego (California) se ha postulado como una de las mejores apuestas en el vending para sustituir los productos de la llamada "comida basura", especialmente en entornos tan sensibles como las escuelas. La creciente y ya muy considerable capacidad de distribución de YoNaturals marcha de forma paralela al impulso de esta tendencia pro-orgánica que, como ya hemos anunciado anteriormente en *Hostelvending.com*, se ha disparado en

Estados Unidos.

MÁS DE 1.000 EXPENDEDORAS

Así las cosas, la empresa ya ha podido instalar más de 1.000 máquinas expendedoras en el mercado, gracias a su creciente red de distribuidores: 35 en el 2007, 45 en el 2008 y 51 (hasta el momento) en el 2009. De hecho, la empresa espera contar con más de 170 distribuidores para finales de año, con lo que proveerán a más de 200 ciudades del país.

La abultada gama de productos orgánicos que ofrece YoVending se ve complementada con sus vistosas expendedoras; en este 2009 de hecho se estrenan las nuevas máquinas YoHungry y YoThirsty, con control constante de la temperatura y sistema de pago con y sin efectivo.



YoZone



Una
Selección
de Calidad


COVIM
I Grandi Caffè

Azkoyen presenta en Eu'Vend la gama OCS Vitale

Azkoyen Industrial presentó durante la feria internacional Eu'Vend, que tuvo lugar en Colonia del 10 al 12 de septiembre, la nueva gama de máquinas automáticas de reducido tamaño (OCS) así como los expendedores de café para el segmento Horeca de Coffetek, la empresa británica adquirida en marzo de 2008.

Destacó la Vitale, una máquina de café semiautomática de atractivo diseño, con botones cromados iluminados por LEDs y tamaño reducido concebida para responder a las necesidades de entornos como salas de reuniones, salas de espera, hoteles rurales etc.

Además de la Vitale S, Azkoyen presentó distintas máquinas de la marca Coffetek idóneas para el segmento OCS/Horeca como la Neva 3, Neva 4 y MiniExcel, concebida para elaborar un número elevado de cafés en un tiempo muy reducido.



Finalmente se mostró al mercado el nuevo distribuidor de bebidas calientes Free-standing Sienna Z, que es la versión compacta de la ya exitosa serie Sienna.

La Sociedad Góngora Representaciones S.L. se une al grupo Cafento



La Sociedad Góngora Representaciones S.L., propietaria de la marca "Cafés Haitín", amplió su capital social con una suscripción llevada a cabo por el Grupo Cafento, que reúne a las marcas Café Areces, Cafés Capuchinos, Café El Gallego, La Flor de América, Café Rovi, Cafés Tarrero y Cafés Valiente.

Las oficinas y almacén de la firma, que hasta el 31 de mayo se encontraban ubicadas en la localidad de Santa Eulalia de Ronçana, se trasladaron a las instalaciones del grupo Cafento en Sant Baudilio de Llobregat. Cafento cuenta con varias sedes repartidas en el territorio español, situándose sus instalaciones centrales en Tineo, Asturias.



BLUMED

ROMA - BARCELONA - PARIS

www.blumed.eu

C/Sicilia, 212 - 214 entlo 6ª
 08013 BARCELONA (ESPAÑA)
 Tel. 34.936458148 - 932449740
 Fax +34.936458152
 info@blumed.eu



PALETINAS
MANUALES
Y
AUTOMÁTICAS



VASOS
MANUALES Y
AUTOMÁTICOS



AZUCAR
Y
EDULCORANTE

- En sobrecito
- En stick neutros o personalizados



CAFÉ NATURAL

- En grano
- Monodosis
- Café Vending para máquinas automáticas



Rock Revolution

EFEKTOS COLATERALES: ABSOLUTAMENTE CONTAGIOSO PARA CUALQUIER TIPO DE USUARIO.

Imaginaros un distribuidor tan grande como para ofrecer hasta 70 selecciones, compatible con sistemas de telemetría, capaz de atraer al público gracias a una vitrina espectacular y entretenerlo con una nueva pantalla de video para mensajes promocionales. Y además, que sea a prueba de actos vandálicos.

No es que estés soñando con los ojos abiertos, es Rock, el revolucionario distribuidor de Necta, estudiado específicamente para emplazamientos públicos. **Rock, música para tus negocios.**



NEW GLOBAL VENDING BRANCH S.L.
 Avda. de Italia, 11-13
 41014 Sevilla (España)
 Telf: 95 277 44 00

www.newglobalvending.es

ES UNA MARCA DE



La gestión por CATEGORÍAS en las MÁQUINAS DE SNACKS



Hasta no hace muchos años la gestión de las máquinas de productos sólidos o snacks había sido para el operador una tarea complicada debido a la variedad de productos que debía manejar en el almacén y a la gestión de caducidades de los mismos. El operador tenía la percepción que con la máquina snack “se perdía dinero”.

Pero hoy en día las cosas han cambiado. Por un lado, el usuario de la máquina exige más calidad en el servicio y mayor variedad de productos en las máquinas. Por otro lado, los precios de venta de las bebidas calientes (café, cortado, café con leche, etc) se han mantenido invariables en los últimos 8 años, mientras que los costes de personal y el de los carburantes, entre otros, han subido de forma imparable durante este mismo periodo.

LOS ÚLTIMOS AVANCES TECNOLÓGICOS APLICADOS A LA INDUSTRIA DE LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA, VENDING, ASÍ COMO LA REDUCCIÓN EN LOS COSTES DE COMUNICACIÓN DE DATOS Y LOS PROGRAMAS DE GESTIÓN DEDICADOS, PERMITEN A LOS OPERADORES UN MAYOR CONTROL DE LA GESTIÓN DE SU NEGOCIO. EL USO DE ESTAS HERRAMIENTAS BENEFICIAN AL OPERADOR EN DIFERENTES FRENTES: DISEÑO DE LAS RUTAS, PLANIFICACIÓN DEL SERVICIO, CONTROL DEL CICLO PRODUCTIVO Y/O LA SELECCIÓN DEL PRODUCTO MÁS ADECUADO EN CADA MOMENTO.

Esto ha llevado al operador a replantearse la gestión de las máquinas de Distribución Automática de Productos Sólidos como una oportunidad para compensar la reducción de márgenes que se ha dado, sobre todo, en las máquinas de bebidas

calientes. La máquina de Productos Sólidos se ha convertido en una oportunidad para obtener unos márgenes de explotación aceptables. No obstante, para llegar a este punto, el camino no va a ser fácil.

LA GESTIÓN POR CATEGORÍAS EN LAS MÁQUINAS DE SNACKS

GESTIÓN POR CATEGORÍAS

Efectivamente, la gestión de las máquinas de Distribución Automática de Productos Sólidos difiere en mucho a la que un operador puede llevar con las máquinas de Bebidas Calientes, por ejemplo. Así, las máquinas de espirales, pueden almacenar y vender hasta 60 productos diferentes según el modelo y la configuración de las bandejas. Los hábitos de consumo de los usuarios varían de un emplazamiento a otro. Las caducidades de algunos productos obligan a rotaciones de periodo muy corto.

En este escenario no nos podemos olvidar del reponedor. El reponedor debe estar formado especialmente para la gestión de los productos dentro de las máquinas snack. Es más fácil que un reponedor especializado en máquina de Productos Sólidos pueda llevar también máquinas de Bebidas Calientes y Frías que no a la inversa. En este punto entraríamos en la eterna disquisición de si se utilizan rutas mixtas o bien rutas dedicadas, pero esto lo dejaremos para otra ocasión.

Llegados a este punto la pregunta es como llevar la gestión de una máquina de Productos Sólidos o Snack para obtener unos márgenes de explotación aceptables. La respuesta es que no hay un único método y, aunque lo hubiera, la aplicación y resultado del mismo variaría según el escenario en el que se aplicara. No obstante, en este artículo vamos a comentar un sistema de gestión que ha dado buenos resultados en los países en los que se ha implantado, la Gestión por Categorías.

La Gestión por Categorías provee al operador de una información útil para un mejor control del menú de la máquina, proporcionando la variedad de productos que quiere el consumidor y simplificando la selección de productos al nivel de ruta y de almacén.

Para que una gestión por Categorías funcione es necesario

un compromiso e implicación de todos los estamentos de la compañía, desde la Dirección General de la misma hasta el personal del almacén y el reponedor de producto de la máquina. También es muy importante la colaboración y profesionalidad de los proveedores del producto. Los proveedores de producto deben entender que en la medida que ellos colaboran en el buen funcionamiento de la Gestión por Catego-

“LA GESTIÓN DE LAS MÁQUINAS DE DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA DE PRODUCTOS SÓLIDOS DIFIERE EN MUCHO A LA QUE UN OPERADOR PUEDE LLEVAR CON LAS MÁQUINAS DE BEBIDAS CALIENTES”

rias obtendremos una mayor rotación de producto y, por lo tanto, un incremento en las ventas, hecho que beneficia tanto al operador como al mismo proveedor.

QUÉ BENEFICIOS REPORTA ESTE MÉTODO

Los beneficios provienen de tres áreas:

Un incremento en la rentabilidad por un incremento en las ventas en emplazamiento.

Una reducción del inventario debido a la reducción de SKUs (Stock Keeping Units) o Productos diferentes en el Almacén.

Una labor más eficiente y productiva tanto en la ruta del reponedor como en el almacén de producto.

El aumento de las ventas se consigue seleccionando aquellos productos con un giro más rápido. La reducción del inventario también se consigue al almacenar menos productos pero de rotación más rápida. Diferentes estudios han demostrado que se puede llegar a conseguir una reducción de hasta un 40% en el inventario en almacén en aquellos casos en los que se aplica el sistema de Gestión por Categorías.

Manejar menos productos significa menos inventario y una menor probabilidad de error. Un menor número de productos diferentes (SKUs) conllevan el beneficio añadido de un volumen de compras mayor por cada uno de ellos.

ROTACIÓN=VARIEDAD DE PRODUCTO

Una buena rotación supone variedad de producto en la máquina

Una de las primeras preguntas que un operador se hace sobre este sistema es como afecta el mismo a la variedad de producto en la máquina. La respuesta es que un inventario reducido no significa necesariamente una menor variedad en la máquina.

Una rotación del menú adecuada le dará a la máquina la variedad de productos que necesita. Cuando la máquina le ofrece al usuario una variedad de los productos con más consumo esto se traduce en un incremento de las ventas y en un aumento de satisfacción en el consumidor.

El sistema de Gestión por Categorías cambia varios aspectos en el forma de trabajar del operador, desde la forma de realizar los pedidos hasta la organización



LA GESTIÓN POR CATEGORÍAS EN LAS MÁQUINAS DE SNACKS

interna del almacén o la frecuencia de visita a las máquinas. Está pensado para que las empresas operadoras hagan uso de los estudios de mercado sobre los hábitos de consumo de los usuarios potenciales y así poder seleccionar los productos más adecuados y de mayor consumo para colocar en las máquinas.

El Plan-O-Grama (en adelante Planograma) es un elemento indispensable a la hora de poner en marcha el sistema de Gestión por Categorías. El Planograma es una tabla

en la que figura la posición y precio de cada producto dentro de la máquina de Productos Sólidos.

DISEÑO DEL PLANOGRAMA

El diseño del Planograma se lleva a cabo en tres pasos o fases:

1- Identificar las categorías de productos que utilizaremos. Inicialmente, y para facilitar el proceso de identificación, agrupamos los productos en 6 categorías, en algunos casos se puede llegar hasta 10.

en cada categoría. Este es el paso más difícil. Hay tres tipos de productos a considerar:

a) Productos Principales. Estos productos se cargan en todas las máquinas en cada visita. Generalmente representan el 20% del total de productos.

b) Productos Cíclicos. Estos productos van a cada máquina durante el tiempo que dura un menú cíclico pero cambian de ciclo a ciclo. Este tipo comprende la mayoría de productos que hay en el mercado.

c) Productos Selectivos. Son productos que se cargan en emplazamientos específicos para satisfacer demandas determinadas. Estos productos no deberían suponer más de un 20% del total de canales.

A la hora de decidir que producto es el más adecuado para cada categoría surge la duda, que da mayor rendimiento un canal doble o un canal sencillo una sola espiral. En términos generales los costes de manipulación son considerablemente menores en un canal sencillo. A nivel de ocupación de espacio los canales sencillos proporcionan mayores beneficios que los dobles. Así, debido a la doble ocupación del espacio en el caso de los canales dobles se entiende que éstos deben generar el doble de margen que puede generar uno sencillo.

También parece claro que cuantas más espirales sencillas tenga la máquina, más variedad de producto podemos incluir.

En el Planograma deben aparecer identificados todos los canales de la máquina. Por lo tanto es necesario disponer de un Planograma para cada tipo de máquina en función del número de canales y bandejas.

A parte de disponer de un Planograma para cada tipo de máquina también se podrán diferenciar según el tipo de emplazamientos en el que estén instaladas las máquinas. Por ejemplo oficinas, fábricas, centros de enseñanza u hospitales. Estudios realizados por los mismos elaboradores de productos han llegado a la conclusión que las preferencias en cuanto a consumo varían en función del tipo de emplazamiento. Así a modo de ejemplo parece que los bocadillos salados se venden más en el Vending Público que en el Cautivo. Los pastelitos se venden más en el Vending Cautivo que en



EL SISTEMA DE GESTIÓN POR CATEGORÍAS ESTÁ PENSADO PARA QUE LAS EMPRESAS OPERADORAS HAGAN USO DE LOS ESTUDIOS DE MERCADO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS USUARIOS POTENCIALES Y ASÍ PODER SELECCIONAR LOS PRODUCTOS MÁS ADECUADOS Y DE MAYOR CONSUMO PARA COLOCAR EN LAS MÁQUINAS”

Cuantas menos categorías utilicemos, más fácil será hacer el Planograma. Por otro lado, cuantas más categorías identifiquemos el Planograma nos asegurará una mayor variedad.

2- Ubicar el espacio que utilizaremos para cada categoría dentro de la máquina. Asignar el espacio en la máquina es bastante sencillo. Cada categoría tiene, como mínimo un canal. El número de canales utilizados está en función de las ventas de cada categoría y en como encajan físicamente en la bandeja. Así por ejemplo, en una máquina de 45 canales, si tenemos 6 categorías, como mínimo se asignarán 6 canales, uno a cada categoría y los 39 restantes en función del volumen de ventas de cada categoría.

3- Decidir que productos incluiremos

LA GESTIÓN POR CATEGORÍAS EN LAS MÁQUINAS DE SNACKS

el Público. Las rosquillas se venden mejor en oficinas que en fábricas

El uso de los Planogramas proporciona control en la gestión de los productos que están cargados en las máquinas. Sin esta herramienta, el reponedor tiene la posibilidad de colocar productos según sus preferencias o bien aquellos que están más a mano y así ahorrar tiempo.

No obstante el Planograma en sí mismo no es capaz de alcanzar los beneficios a los que hemos hecho referencia con anterioridad. La Gestión por Categorías sólo empieza a influir en el beneficio obtenido a partir del momento en que el almacén establece y refuerza los controles sobre los pedidos de producto al tiempo que los menús cíclicos están en marcha en las máquinas.

La clave está en hacer pedido de aque-

“EL USO DE LOS PLANOGRAMAS PROPORCIONA CONTROL EN LA GESTIÓN DE LOS PRODUCTOS QUE ESTÁN CARGADOS EN LAS MÁQUINAS”

llos productos que figuran en el Planograma durante un ciclo de un menú específico. De esta manera el operador puede controlar que productos están dentro de las máquinas.

Hay que organizar el almacén. El uso de los Planogramas facilita la preparación de la carga de los vehículos en el almacén.

El uso de los Planogramas conjuntamente con el producto de las máquinas ya preparado en almacén ha demostrado ser muy efectivo a la hora de optimizar los tiempos de carga. El reponedor cuando llega al

almacén encuentra el producto agrupado por categorías: patatas fritas, pastas,

rosquillas, bocadillos, etc. Una vez en el emplazamiento el reponedor dispone de un expositor diseñado en función del Planograma y que le permite cargar la máquina de forma más rápida que con el procedimiento habitual.

Algunos estudios realizados por empresas operadoras demuestran que una buena organización en el almacén puede reducir en un tercio el tiempo que la máquina está parada por reposición. En estos casos el reponedor puede gestionar un 20% más de máquinas.

SEGUIMIENTO DE LAS VENTAS POR PRODUCTO Y CANAL

En la medida que el seguimiento de las ventas sea preciso, el operador podrá escoger mejor los productos que más se venden. Esto sólo es posible con un programa específico para el vending.

La toma de datos sobre ventas por canal y bandeja a través del Ordenador de mano “Handheld” y su posterior descarga de los mismos en el software adecuado permiten maximizar las ventajas que proporciona el sistema de Gestión por Categorías.

Para terminar algunas consideraciones en cuanto al beneficio obtenido a través de las máquinas de Productos Sólidos o Snack, independientemente que se utilice el método de Gestión por Categorías u otro cualquiera.

Históricamente los beneficios obtenidos a través de la venta de snacks en el Vending se han basado generalmente en el cálculo simple del Margen Bruto: Precio de Venta – Coste Unitario. Este valor como tal simplemente nos da el diferencial entre precio de coste unitario y precio de venta pero evidentemente no nos dice si estamos ganando o perdiendo dinero con un producto determinado.

Para saber si en un producto determinado estamos ganando o perdiendo dinero, debemos obtener el beneficio real. Para ello hay que incluir todos los costes asociados con cada producto, incluyendo los descuentos por volumen de compra, los costes de manipulación, como la mano de obra del reponedor y el personal de almacén,

los vehículos y el carburante, las necesidades de espacio en almacén y en



“A NIVEL DE OCUPACIÓN DE ESPACIO LOS CANALES SENCILLOS PROPORCIONAN MAYORES BENEFICIOS QUE LOS DOBLES”

máquina, los costes de estructura, etc.

Sólo cuando se tienen en cuenta todas las categorías de costes aparece el beneficio real del producto, lo cual permite al operador ajustar las máquinas de snack de manera que se pueda maximizar el beneficio por emplazamiento y, por tanto, por compañía.

En realidad este criterio sobre el beneficio real del producto es perfectamente aplicable a cualquier producto o bebida dispensada a través de una máquina de Distribución Automática.

La aplicación del concepto de beneficio real por producto se ha convertido en una necesidad en la situación que vive la Industria del Vending por los motivos enunciados al principio de este artículo. El análisis del beneficio real permitirá que muchas empresas operadoras puedan tomar las medidas internas adecuadas para corregir la continua disminución de los márgenes que están sufriendo en los últimos años.

Por Francesc Güell Isern, TPC NetGrup

Sicilia quiere ser una isla de sorpresas para el vending

Del 27 al 29 de noviembre de 2009, el encantador paraje siciliano de Catania será el lugar de reunión al que asistirán, por primera vez, los profesionales y empresas más importantes del vending italiano. La asociación organizadora del evento, Associazione Fiere Sicilia – a través de su presidente Massimo Pennisi – se ha mostrado confiada del éxito de la propuesta; está convencida de que una iniciativa como ésta, pese a ser su primera edición, siempre supone una plataforma de impulso para los operadores económicos en sus respectivas industrias y para el público visitante.

En Expo Vending Sud, el Centro de Exposiciones Le Ciminiere (un antiguo recinto industrial reconvertido en unas modernas instalaciones) será el lugar escogido para albergar a las empresas de bebidas calientes y frías, componentes y fuentes de agua, snack, gestión de empresas, sistemas de pago y accesorios, seguridad y *packaging*, distribución automática de productos alimenticios y no alimenticios, así como instituciones y asociaciones relacionadas con el sector.



REUNIONES Y CONFERENCIAS

Por supuesto, este salón especializado en los sistemas de distribución automática no se limitará únicamente a mostrar novedades y gamas de productos y demás innovaciones, sino que se intercalarán una serie de reuniones y conferencias. El programa detallado de las jornadas técnicas – según informa Asso Fiere Sicilia – estará disponible en fechas próximas a la apertura de la feria.

Una de las grandes ferias de terminales y cartelería digital



La feria *Self Service Expo and The Digital Signage Show* de Londres es uno de las principales exposiciones europeas sobre tecnología de máquinas automáticas de auto-servicio y cartelería digital. La edición de este año se celebra entre el miércoles, 30 de septiembre, y el 1 de octubre.

Con el pabellón Olympia como sede del evento, en el corazón



de la capital inglesa (a 30 minutos del aeropuerto de Heathrow y fácilmente accesible por metro o carretera), la expo da cabida a más de 85 empresas expositoras, que mostrarán *in situ* la última tecnología en kioscos, terminales de auto-servicio, puntos de venta, monitores digitales, pantallas interactivas, etc.

PROGRAMA DE CONFERENCIAS

Además, el evento cuenta con un programa de conferencias que pondrá a los visitantes al día de este sector, ligado al presente y futuro de la industria “vending”. La mayoría de estas conferencias girará en torno al aprovechamiento y aplicación de estas tecnologías. Asimismo, se debatirá sobre el futuro de esta industria y sus últimas innovaciones.

NAMA NATIONAL - Chicago

La feria de vending más importante de los Estados Unidos abre sus puertas

A menos de una semana para que diese comienzo la NAMA National Expo, la feria de vending más importante de los Estados Unidos, los organizadores de la feria esperaban una afluencia de unos 4.600 visitantes.

Cerca de 230 empresas habían sido ya inscritas con su propio stand. La feria de la asociación americana de vending se celebra una ó dos veces al año de modo itinerante en diversas ciudades de los Estados Unidos. En esta edición se ha escogido el muelle náutico de Chicago como el mejor escenario para albergar el evento.

PROFESIONALIDAD EN EL VENDING

La NAMA destaca por la profesionalidad de sus visitantes; propietarios y operadores de máquinas de vending, OCS y de expedición automática de alimentos.

Además de ofrecer lo mejor del sector del vending en la superficie de exposición, NAMA también ha diseñado un interesante programa de cursos instructivos para profesionales y conferencias.

Entre ellos, hay que destacar el Programa de Asesoramiento al Ejecutivo y otras sesiones que girarán en torno al control



de recursos y pérdidas en el negocio, cómo sacar el máximo rendimiento a las máquinas, el timing en la renovación de la gama de productos, etc.



Sistiaga
desde 1978

Vending

la satisfacción total del cliente



Nuestra filosofía de trabajo se centra en el cambio y la *constante innovación* en nuestros servicios. Nuestro objetivo: *la satisfacción total del cliente*

SISTIAGA LASA, S.L. desde hace 28 años, con los clientes en la distribución de maquinaria y productos para los sectores del vending y de la hostelería.

SISTIAGA LASA le instala en su lugar de trabajo, a través de nuestros clientes (operadores), máquinas de bebidas, de snacks, ...




SISTIAGA LASA S.L. DELEGACIÓN GUIPÚZCOA
Plz. Ugaldeto Calle Olagarai, 2. 20180 Oñartzun
Tel.: 943 493 176 | Tel.2: 943 490 518 | Fax: 943 490 182
www.sistiagalasa.com - comercial@sistiagalasa.com

PRIMERAS MARCAS



EU'VEND 2009

EL SECTOR REMONTA LA CRISIS EN LA FERIA



Concluyó la feria Eu'Vend de Colonia (Alemania) el pasado 12 de septiembre, y demostró, una vez más, que se ha consolidado como una de las grandes ferias de vending en el Viejo Continente, a la que sólo le hace sombra la todopoderosa Venditalia.

Hostel Vending pudo comprobar, de primera mano, la fantástica organización a la que ya nos han acostumbrado la Asociación Alemana de Vending y el Centro de Congresos de Koelnmesse, organizadores del evento.



EU'VEND EN CIFRAS

Sobre una superficie bruta de 16.000 m², en la Eu'Vend 2009 han participado 205 empresas procedentes de 18 países. De ellas, 134 expositores y 2 empresas representadas adicionalmente han venido de Alemania y 69 expositores han acudido al certamen procedentes del extranjero. Además, han acudido a la feria unos 5.000 visitantes profesionales procedentes de 59 países.



En cuanto a la presencia española se refiere, cinco empresas tuvieron una presencia significativa en la feria, con la instalación de su propio stand: las empresas Laqtia, Vendin, GM Vending, Azkøyen y su subsidiaria Coges.



EL VENDING RETOMA EL VUELO

Las opiniones recogidas por nuestro enviado especial fueron muy positivas y de ellas se desprende que ya se ha pasado página a la peor crisis que ha atravesado el vending en su historia.

No sólo las declaraciones de los asistentes eran optimistas. El ajetreo de la feria, las idas y venidas de unos y otros y el número de visitantes desvelaba que la actividad se ha reanudado después de varios meses de "impasse".

Nuestros lectores pueden ver la información más detallada de la Eu'Vend 2009 en las secciones de Ferias y Eventos y Galería de Imágenes de www.hostelvending.com.









INFORME DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ

SI BIEN EL PROMEDIO MENSUAL DEL PRECIO INDICATIVO COMPUUESTO DE LA OIC AUMENTÓ EN UN 4%, YA QUE PASÓ DE 112,90 CENTAVOS DE DÓLAR AMERICANO POR LIBRA EN JULIO A 117,45 CENTAVOS EN AGOSTO, LOS PRECIOS INDICATIVOS DIARIOS DE LOS CUATRO GRUPOS DE CAFÉ DESCENDIERON EN LAS DOS ÚLTIMAS SEMANAS DE AGOSTO Y LA PRIMERA DE SEPTIEMBRE. LAS DIFERENCIAS ENTRE LOS SUAVES COLOMBIANOS Y LOS OTROS GRUPOS DE CAFÉ TAMBIÉN SE REDUJERON, EN ESPECIAL EN CUANTO A LA DIFERENCIA CON EL MERCADO DE FUTUROS DE NUEVA YORK, QUE DISMINUYÓ UN 17,8%, YA QUE PASÓ DE 64,87 CENTAVOS DE DÓLAR POR LIBRA EN JULIO A 53,34 CENTAVOS EN AGOSTO.



Continúan creciendo el **CONSUMO** y el **PRECIO** del **CAFÉ**

Se ha revisado el cálculo del consumo mundial en el año civil 2008 y se ha aumentado la cifra de 128,4 a 130 millones de sacos, lo que indica que continúa el dinamismo en la tasa de crecimiento anual. De 2000 a 2008 el consumo mundial aumentó cada año a razón de un promedio de 2,4%. Por lo que se refiere a 2009, no se observan hasta la fecha indicios de que la crisis económica mundial haya tenido repercusiones notables en el consumo.

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS

El promedio mensual del precio indicativo compuesto de la OIC aumentó un 4%, ya que pasó de 112,90 centavos de dólar por libra en julio a 117,45 centavos en agosto. No obstante, a pesar del nivel alcanzado en agosto, una observación más detenida

de la evolución diaria de los precios parecería indicar una tendencia al descenso a corto plazo.

A diferencia del descenso de los precios en un 1% de los Suaves Colombianos, en los otros tres grupos se registró un aumento en agosto. Los precios de los Otros Suaves y de los Arábicas Naturales Brasileños y Otros Arábicas Naturales aumentaron un 6,3% y un 8,4% respectivamente. En los precios de los Robustas se registró sólo un ligero aumento (+0,93%).

En la última semana de agosto aumentó el valor del dólar estadounidense frente a las monedas de algunos países exportadores, en especial del peso mexicano, el peso colombiano, la rupia india, la rupia indonesia y el franco CFA.

Por lo que respecta a los países importa-

Precio indicativo compuesto diario
Medias mensuales de agosto 2008 - septiembre 2009



dores, sin embargo, el valor del dólar estadounidense descendió ligeramente frente al euro en las dos últimas semanas de agosto.

FACTORES FUNDAMENTALES DEL MERCADO

Las exportaciones efectuadas en julio fueron de 7,8 millones de sacos, lo que sitúa el volumen total exportado en los diez primeros meses del año cafetero 2008/09 en 82,3 millones de sacos, frente a 80,2 millones de sacos en el mismo período de 2007/08, lo que representa un aumento del 2,6%.

Las exportaciones mensuales de Colombia descendieron en julio a 590.000 sacos frente a 892.298 sacos en julio de 2008. Esto sitúa las exportaciones acumuladas en los diez primeros meses del año cafetero 2008/09 en 7,7 millones de sacos, frente a 9,97 millones de sacos en el período anterior, lo que representa un descenso del 22,6%. Es muy poco probable que las exportaciones de Colombia en lo que queda del año cafetero 2008/09 sean de más de 1 millón de sacos. En ese período de diez meses hubo un aumento en las exportaciones del Brasil (3,6 millones de sacos), Viet Nam (1,7 millones de sacos) e Indonesia (1

millón de sacos).

Se calcula que el valor de las exportaciones en el año civil 2008 fue de US\$15,3 miles de millones correspondientes a un total de 97,6 millones de sacos, frente a US\$12,8 miles de millones correspondientes a un total de 96,6 millones de sacos exportados en 2007.

Se ha revisado el cálculo del consumo mundial en el año civil 2008 y se ha aumentado la cifra de 128,4 a 130 millones de sacos, lo que indica que continúa el dinamismo en la tasa de crecimiento. De 2000 a 2008 el consumo mundial anual aumentó constantemente a una tasa media del 2,4%. El aumento en 2008 se debió principalmente al aumento del consumo interno en los países exportadores, en especial en Brasil, Indonesia y México. También aumentó el consumo en Alemania, Italia y el Reino Unido, pero se ha observado una disminución en algunos países importadores como la Federación de Rusia, Francia y los Países Bajos. Con la crisis económica mundial, sin embargo, podría haber una disminución en el crecimiento de la demanda, lo que hace poco probable que haya un aumento signi-

ficativo del consumo en 2009.

CONCLUSIÓN

Para concluir, cabe señalar que, si bien los precios medios mensuales en agosto fueron más altos que en julio, los precios de los cuatro grupos de café parecen estar en una tendencia al descenso a medida que el nuevo año de cosecha se acerca en varios países. El descenso podría ser limitado, sin embargo, debido a que el bajo nivel de existencias iniciales en los países exportadores significa que el equilibrio entre la oferta y la demanda permanecerá ajustado. Una revisión en la que se aumenta la cifra de consumo mundial relativa a 2008 confirma que, desde el comienzo de la década, el mercado se ha expandido a un ritmo que demuestra solidez. La perspectiva a largo plazo de la demanda de café sigue siendo prometedora debido principalmente al crecimiento de los mercados especializados en los mercados maduros y a la incorporación de nuevos consumidores en los mercados emergentes.

FUENTE: Néstor Osorio, Director Ejecutivo de la Organización Internacional del Café

CONSUMO MUNDIAL (EN MILES DE SACOS)					
	2004	2005	2006	2007	2008
TOTAL MUNDIAL	118.478	119.005	122.559	127.129	130.004
PAÍSES PRODUCTORES	29.523	30.915	32.505	34.516	36.160
BRASIL	14.760	15.390	16.133	16.927	17.931
INDONESIA	1.958	2.375	2.750	3.208	3.333
MÉXICO	1.500	1.556	1.794	2.050	2.200
ETIOPÍA	1.833	1.833	1.833	1.833	1.833
INDIA	1.188	1.272	1.337	1.360	1.430
COLOMBIA	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400
FILIPINAS	917	917	917	989	1.060
VIETNAM	500	500	604	938	1.021
VENEZUELA	700	703	723	760	760
OTROS	4.768	4.969	5.015	5.052	5.192
PAÍSES IMPORTADORES	88.955	88.090	90.054	92.614	93.844
UNIÓN EUROPEA	41.193	39.277	40.951	40.543	39.861
ALEMANIA	10.445	8.665	9.151	8.627	9.554
ITALIA	5.469	5.552	5.593	5.821	5.937
FRANCIA	4.929	4.787	5.278	5.628	5.148
ESPAÑA	2.705	3.007	3.017	3.198	3.485
REINO UNIDO	2.458	2.680	3.059	2.824	3.067
PAÍSES BAJOS	1.978	1.927	2.129	2.292	1.324
SUECIA	1.234	1.170	1.315	1.244	1.272
POLONIA	2.281	2.267	1.953	1.531	1.190
FINLANDIA	1.034	1.102	1.047	1.057	1.115
GRECIA	871	870	857	1.015	978
OTROS	7.788	7.249	7.554	7.307	6.790
EEUU	20.973	20.998	20.667	21.033	21.652
JAPÓN	7.117	7.128	7.268	7.282	7.065
OTROS PAÍSES IMPORTADORES	19.672	20.688	21.168	23.756	25.266
FEDERACIÓN RUSA	3.086	3.212	3.263	4.055	3.716
CANADÁ	2.747	2.794	3.098	3.245	3.214
ALGERIA	2.159	1.892	1.836	1.968	2.118
UCRANIA	739	1.025	968	1.057	1.733
REPÚBLICA FEDERAL DE COREA	1.401	1.394	1.437	1.425	1.665
AUSTRALIA	864	1.039	992	1.031	1.145
OTROS	8.676	9.331	9.574	10.974	11.677

Excelente resultado en la segunda edición de la promoción de vasos NESCAFÉ



NESCAFÉ YA HABÍA IMPULSADO LA VENTA DE SUS VASOS PARA VENDING CON UNA PROMOCIÓN ÚNICA EN ESPAÑA

“ADEMÁS DE BATIRSE EL RÉCORD EN EL NÚMERO DE CARTAS ENVIADAS (11.148), SE SUPERÓ TAMBIÉN EL NÚMERO DE VISITAS A LA PÁGINA WEB, CON 8.170 DURANTE 4 MESES”

El pasado 31 de julio concluyó la segunda Promoción Vasos de Nescafé, tras cuatro exitosos meses y superando los resultados de la primera edición, “Gana el viaje que tú quieras”. Con un triple objetivo – impulsar el consumo en máquina NESCAFÉ con la promoción de vasos, ofrecer una herramienta promocional a los operadores Vending fieles a Nestlé e intensificar la comunicación directa con el consumidor final en su lugar de trabajo– esta nueva promoción consistió en el sorteo de un televisor LCD full

“LA PROMOCIÓN VASOS DE NESCAFÉ HA SERVIDO TAMBIÉN PARA IMPULSAR EL NÚMERO DE CLIENTES Y EL NÚMERO DE CAFÉS CONSUMIDOS”

HD JVC, una videocámara digital super compacta JVC y un equipo audio con DVD incorporado JVC, cada mes y durante 4 meses (en total se repartieron 12 regalos). Además, por el mero hecho de registrarse en la web de la promoción, www.nescafe.es/vasos, hubo un regalo seguro: mini tazas rojas NESCAFÉ, tazas cortado NESCAFÉ, kit viaje, patatas, etc...

Para poder participar, el consumidor debía reunir 6 puntos rojos que se encontraban en los Vasos NESCAFÉ Vending de la promoción. Una vez recopilados, debían enviarse en un sobre a un apartado de correos de NESCAFÉ. Los resultados registrados

no dejan lugar a dudas sobre el éxito de la promoción, puesto que además de batirse el récord en el número de cartas enviadas, (11.148), se superó también el número de visitas a la página web, con 8.170 durante 4 meses. A la consecución de los objetivos fijados por NESCAFÉ la promoción ofrece una auténtica experiencia de compra a todos nuestros consumidores a través de comunicación y acción en el punto de consumo. NESCAFÉ ya había marcado un estilo propio con la personalización de las máquinas de vending. Su imagen y su café exclusivos convierten cualquier explotación de vending en un negocio seguro, por la imbatible confianza que ofrece al consumidor final marcas líderes como NESCAFÉ, Nesquik y Nestea.

La Promoción Vasos de NESCAFÉ ha servido también para aumentar el número de consumiciones. Así pues, como resultado final, se han impulsado las ventas de los operadores en los puestos de trabajo.



LICITACIÓN PÚBLICA DE VENDING

⇒ Benazahora Café gana un concurso para la instalación de expendedoras en Sevilla

Benazahora Café S.L. instalará y explotará máquinas de vending de bebidas y alimentos en los Servicios Centrales del Servicio Andaluz de Salud, en Sevilla, tras adjudicarse un concurso público abierto el pasado mes de junio por esta misma entidad.

La concesión es por un máximo de diez años y un mínimo de dos y, mientras que el presupuesto base de licitación había sido fijado por el Servicio Andaluz de Salud en 420 euros mensuales, la oferta de Benazahora fue la que resultó más atractiva para el organismo público, pues el canon de adjudicación ascendió a un importe de 500 euros.

Con una docena de años a sus espaldas, Benazahora Café es una firma especializada en la distribución automática de bebidas frías, calientes y productos sólidos, en las provincias de Cádiz, Sevilla y Huelva, siendo pioneros en la introducción en el mercado andaluz de máquinas automáticas de café que lo muelen en el momento de ser servido.

⇒ Tres plazas de vending a concurso en el Ayuntamiento de Ermua

El Instituto Municipal de Deportes del Ayuntamiento de Ermua, en el País Vasco, ha convocado un concurso abierto para la explotación de tres máquinas expendedoras de bebidas, refrescos y alimentos situadas en diversas instalaciones.

Junto con la explotación de las máquinas de vending, también se ofrece la de una cafetería, totalmente equipada.

En total, el Instituto ha fijado un canon mínimo de 10.960 euros anuales, mejorable al alza, y una duración del servicio de un año, prorrogable por otro más.

Las empresas interesadas en este concurso tienen hasta las 14:00 horas del 29 de septiembre para presentar sus propuestas en las oficinas del Instituto, adjuntando la documentación que se pide en los pliegos de condiciones.

La documentación se encuentra a disposición de los interesados en las propias oficinas del Instituto Municipal de Deportes de Ermua.

Para obtener más información, se puede llamar a las personas responsables del Instituto al teléfono 943 17 92 16.

⇒ Concurso para el servicio de expendedoras de un futuro hospital ibicenco



Según informan los medios locales como *El Diario de Ibiza* o *Última Hora digital*, el Servei de Salut de les Illes Balears ha sacado a concurso público (además de la construcción y mantenimiento) la explotación de los servicios que ofrecerá el nuevo hospital de Can Misses, en Ibiza. Entre estos servicios se encuentra, por supuesto, el de máquinas expendedoras.

El anuncio habría sido publicado en el Boletín Oficial de la Unión Europea en el día 10 de agosto. Según esta informa-

ción, el plazo para presentar las solicitudes a concurso acabaría el próximo 30 de septiembre.

⇒ Adjudicación en Murcia

La empresa Expendemur G, S.L. ha sido la ganadora del concurso público para la explotación de máquinas expendedoras de bebidas y alimentos en una serie de centros municipales de la localidad de Alcantarilla (Murcia). La adjudicación fue oficializada por las autoridades locales el pasado 6 de agosto (aunque publicada recientemente en el Boletín Oficial de la Región de Murcia), y supone una retribución de 505 euros por máquina (sin IVA) para la empresa.

⇒ Serunión, Serventa y Vat Vending prorrogan sus explotaciones de vending en la Comunidad Autónoma de Aragón

El Gobierno de Aragón ha prorrogado durante este mes de agosto una serie de permisos de ocupación en sus edificios adscritos para la instalación y explotación de máquinas expendedoras. Los beneficiados han sido tres empresas del sector; Serunión, Serventa y Vat Vending, que ya se habían hecho con dichas concesiones en el año 2006.

Empezando con Serventa (Servicio de Venta Automática S.A.), la Consejería de Presidencia del Gobierno de Aragón decidió prorrogar su permiso de ocupación temporal, concedido en julio de 2006, para la instalación de máquinas expendedoras de bebidas frías y calientes en

los edificios adscritos al Departamento de Presidencia del Gobierno regional en Zaragoza. Según el pliego de condiciones generales de la Orden que hizo efectivo el permiso, las autorizaciones pueden prorrogarse por periodos anuales de común acuerdo de las partes y hasta un máximo de dos años más.

La firma, con sede central en Madrid, se acogió a este precepto para solicitar una prórroga, concedida ya el pasado 31 de julio por la propia Consejería de Presidencia.

SERUNIÓN EN TERUEL

Por su parte, Serunió n no ha desaprovechado tampoco la oportunidad de prorrogar una autorización otorgada por el Gobierno de Aragón y continuará operando sus máquinas de vending en el edificio del gobierno regional situado en la calle San Francisco de la misma ciudad turulense.

La explotación de estas máquinas de vending comenzó también en 2006, cuando Serunió n recibió la autorización de ocupación temporal de dicho edificio por



parte de la Consejería de Presidencia y Política Territorial, Justicia e Interior del Gobierno de Aragón, para la instalación de sus máquinas expendedoras de bebidas frías y calientes.

Del mismo modo que el permiso concedido a Serventa, en el pliego de condiciones generales se prevé la posibilidad de prorrogar las autorizaciones por periodos anuales, de común acuerdo de las partes.

La firma perteneciente al grupo francés Elior, que facturó 288 millones de euros el año pasado (12,5 procedentes de su segmento de vending), solicitó igualmente dicha prórroga y, tras informe favorable de la Delegación Territorial del Gobierno de Aragón en Teruel, la Consejería de Política Territorial, Justicia e Interior ha resuelto concederla, pero sin revisión

alguna de precios.

NO PODRÁN SUBIR LOS PRECIOS

Tanto Serunió n como Serventa, en sus peticiones de renovación de las concesiones, habían solicitado la actualización de precios de los productos expedidos conforme al IPC (entre un 8,2% y un 8,3% más, desde 2006).

Sin embargo, la Consejería ha rechazado dichas peticiones amparándose en que en los pliegos de condiciones generales que rigen ambos permisos de ocupación no contienen mención alguna a la revisión de precios, ni conforme al IPC ni a ningún otro índice.

VAT VENDING EN HUESCA

Asimismo, en Huesca, el Gobierno aragonés prorrogó la concesión en cuatro edificios administrativos situados en la provincia.

En este caso, el permiso había sido concedido a la empresa Vat Vending S.A., también para la explotación de expendedoras de bebidas frías y calientes en edificios gubernativos de Huesca, Fraga y Jaca.

La conveniencia, la principal ventaja competitiva del canal de la venta automática

La feria Eu'Vend reveló las principales claves del último estudio realizado conjuntamente por la Asociación Europea de Vending (EVA) y Datamonitor, y que está disponible en la página oficial de la asociación.

La conclusión principal es que la ventaja competitiva de la industria del vending con respecto a otros canales es su habilidad especial para proporcionar un producto de la manera más conveniente. No obstante, para captar nuevos clientes en el canal vending y conservar los ya existentes es necesario hacer un esfuerzo mayor en asegurar que el proceso de compra es cada vez más conveniente, a través de sistemas de pago más sencillos, aumentar la notoriedad de las plazas donde se instalan las máquinas y asegurar la disponibilidad de productos con máquinas repletas de producto.

El estudio revela que los operadores creen que la disponibilidad de un mayor número de sistemas de pago haría crecer las ventas, pero existen muchas barreras



para la introducción de sistemas de pago electrónico.

En toda Europa, las ventas han tenido el impulso de consumidores que buscan un descanso durante el día y un snack

“indulgente” que les ayude a escapar de las presiones de la vida diaria. Los consumidores también compran productos de vending como un impulso energético rápido e inmediatamente disponible. Para satisfacer ambas necesidades, normalmente los consumidores optan por una bebida caliente.

MÁS VARIEDAD Y DE MAYOR TAMAÑO

Los expertos de la industria han detectado que los consumidores demandan, cada vez más, máquinas de vending que sirvan bebidas calientes en formatos más grandes para competir con la oferta de los coffee shops.

Por último, el estudio de Datamonitor y la EVA llama la atención sobre la necesidad de ampliar la variedad de productos a la venta en las máquinas de vending para poder competir con la cada vez más numerosa variedad que se puede encontrar en puntos de venta tradicionales y grandes superficies.

Se prohíbe la venta de productos altos en grasa o azúcares a través de expendedoras

Se ha hecho público el borrador del anteproyecto de Ley de Seguridad Alimentaria y Nutrición, que afecta de lleno a la industria del vending, en especial su artículo 41.5.



Esta ley tiene por objeto mejorar la coordinación del Gobierno con la Unión Europea, fomentar la actuación y coordinación en conjunto de todos los implicados en la seguridad alimentaria, es decir, los ministerios, las comunidades autónomas, los consumidores y los sectores económicos y científicos.

El artículo 41.5 del borrador tiene una especial incidencia en la expedición automática de productos en colegios e institutos, al limitar el contenido de grasas saturadas en los artículos que se venden a través de máquinas expendedoras.

El enunciado exacto de dicho apartado de la norma reza de la siguiente manera: “No se permitirá la venta de alimentos con un alto contenido en ácidos grasos saturados, ácidos grasos trans, sal y azúcares sencillos, ya sea mediante máquinas expendedoras o en cantinas, bares o locales similares situados en el interior de los centros escolares”.

En el Metro de México se venden medicamentos a través de máquinas expendedoras



El avance de la venta automática en México le puede estar dando a más de uno un buen dolor de cabeza. Sin embargo, aquellos empresarios mexicanos a quien el miedo por perder ventas en favor de los operadores de vending les da jaqueca ya tienen un remedio: tomarse una aspirina en alguna de las expendedoras de medicamentos que la empresa Lovending ha instalado en tres estaciones del metro de la capital azteca.

La idea parece estar abocada a abrirse paso en uno de los medios de transporte más utilizados del mundo. La máquina expide productos de parafarmacia, que no necesitan receta médica, como tiritas, cremas o preservativos.

Aún así, ya han llovido las primeras críticas sobre su legalidad, quién sabe si movidas por intereses de locales de venta tradicional.

Sanidad anuncia que prohibirá fumar en bares, restaurantes, lugares de ocio y establecimientos públicos

La Ministra de Sanidad, Trinidad Jiménez, anunció el pasado 14 de septiembre una medida que promete convulsionar el vending de tabaco.

La titular de Sanidad manifestó que reformará la ley del tabaco de manera tal que se prohibirá fumar en todos los establecimientos públicos, lugares de ocio, bares y restaurantes.

Aunque está por ver si la reforma podrá llevarse a cabo, ante la resistencia de una parte importante de la población y de las presiones que pueden ejercer sectores como la hostelería o el Vending (además de la propia industria tabaquera) la medida

cuenta ya con el beneplácito de al menos nueve comunidades autónomas.

La Organización de Profesionales y Autónomos (OPA) ya se ha apresurado a decir que "no es el momento de modificar esta normativa", teniendo en cuenta el actual contexto económico, y que no se considera necesario modificar una normativa tan reciente.

NO SE PROHÍBE LA VENTA

El 60% de los cigarrillos que se compran en nuestro país provienen de máquinas de vending. Según diversas estimaciones, los dueños de bares y restaurantes reciben



unos ingresos extras de 5 céntimos por cada cajetilla; lo que hace un total de más de 3.000 euros al año.

No obstante, Trinidad Jiménez tranquilizó a los hosteleros y empresarios de vending argumentando que los bares y restaurantes podrán seguir vendiendo tabaco a través de máquinas expendedoras, siempre y cuando los cigarrillos expedidos no se fumen dentro de sus locales.

VASOS DE FUENTE DE AGUA

POLIPROPILENO TRANSPARENTE
cc. 100 - 166 - 200 - 220
220 en box de 1000
250 - 300 - 500 - 750

BLUMED

ROMA - BARCELONA - PARIS
C/Sicilia, 212 - 214 entlo 6º
08013 BARCELONA (ESPAÑA)
Tel: 34 936458148 - 937449740
Fax: +34 936458152
info@blumed.eu

POLIPROPILENO BLANCO
cc. 100 - 166 - 200 - 220



www.blumed.eu

“EXPENDER ARTE, EXPANDIR EL ARTE”: el vending como canal de creatividad

El vending, además de ser un canal de comercialización excelente, tiene unas posibilidades que van más allá de las comúnmente conocidas. El grupo artístico tinerfeño “Los tres marchantes”, con su iniciativa de una máquina expendedora de cajetillas de arte, eleva el prestigio y las posibilidades de la venta automática y la convierte en un medio por el que propagar la creatividad.

Según explica el propio Joaquín Reyes, “Los tres marchantes” es un proyecto no lucrativo que tiene dos objetivos prioritarios: convertir el arte en algo cotidiano al alcance de todos y que cualquier creativo/a tenga una oportunidad para dar a conocer su trabajo en un espacio cara al público.

“Para unir estas dos metas hemos creado un formato de obra de arte al que hemos llamado “cajetilla de arte”, con un diseño exterior de edición limitada, y una forma de distribución mediante máquinas



expendedoras de arte”.

El proceso de creación es innovador y democratizante. “Los tres marchantes”, a través de su página web, ponen a disposición de los creativos que quiera participar un troquel en formato PDF para descargar que sirve de guía. Una vez realizados los diseños se envían en formato digital a una dirección de correo, son seleccionados y enviados a imprenta para su fabricación en ediciones limitadas de entre 50 y 200 unidades, para su posterior venta en las máquinas al precio fijado de 2 euros.

Los compradores al abrir sus cajetillas encontrarán un certificado de autenticidad con el nombre



del autor, y una dirección de correo por si quisiera ponerse en contacto con el o ella.

PATROCINIO

En coherencia con su filosofía, Joaquín Reyes resalta que “este proyecto destina los beneficios a los propios artistas o los reinvierte en otros proyectos similares. Además, con la recaudación resultante cada cierto tiempo se editará un catálogo con los diseños de cajetillas que se van fabricando. Para poder arrancar con el proyecto “Los tres marchantes” buscan patrocinadores y mecenas que quieran contribuir económicamente en la fabricación de las cajetillas”.

Aquí es donde se introduce una fase del proceso que, en su sentido puramente comercial, atraerá la atención a las empresas. “Los costes de producción para la tirada de 50 ejemplares de un diseño de cajetilla, son aproximadamente 200 €. Para que la aportación de entidades y patrocinadores les sea rentable se ha reservado un lateral de las cajetillas para poner su publicidad y en el panel de las máquinas también excite un espacio destinado a este fin”.

El creador anuncia, eso sí, que actualmente se encuentran negociando la colocación de las primeras máquinas en varios museos y salas, “aunque también estudiamos la opción de cafeterías, bares y otros establecimientos que dispongan de expendedoras propias y que quieran colaborar en este proyecto”.





El Gobierno vasco destina medio millón de euros en ayudas al vending de leche

kadi destinará 63,8 millones de euros en ayudas a las empresas, con 3 millones desviados en ayudas directas a los autónomos sin empleados.

NUEVA MÁQUINA DE LECHE

Por otra parte, la Asociación de Desarrollo Rural de Donstialdea-Bidasoa "BEHEMENDI" ha solicitado una licencia municipal para instalar y explotar una máquina expendedora de leche en la rotonda (Sur) de la calle Elorrondode del municipio guipuzcuano de Oiartzun.

Los ganaderos vascos han puesto en marcha una serie de iniciativas para hacer frente a, lo que dicen, "prácticas abusivas" de los canales tradicionales de distribución, como supermercados y grandes superfi-

cies, que a través de sus intermediarios distribuyen la leche a un precio muy superior al que pagan al ganadero.

De entre todas estas iniciativas, la que más eco mediático ha tenido, y que está resultando más efectiva, es la venta directa de la leche a través de máquinas expendedoras, con lo que se evitan los intermediarios y con las que consumidor final puede obtener leche fresca a un precio muy inferior al que tendría en un supermercado.

El ayuntamiento de Oiartzun, en cumplimiento de la normativa vigente, hizo pública la solicitud de la asociación "Behemendi" para que las personas que pudieran verse afectados de algún modo por esta actividad puedan formular las observaciones pertinentes.

El Gobierno vasco ha anunciado un plan anticrisis dotado de 367 millones, donde lo más destacado para la industria del vending son las ayudas previstas para la instalación de puestos de venta de leche fresca, mediante máquinas expendedoras. Estas ayudas están valoradas en medio millón de euros.

Además, el plan del ejecutivo de Eus-



Mucho más que un nuevo envase...

Lo que cambia

Nuevo envase protector
La fecha de caducidad se amplía de 12 a 18 meses
Una apertura más cómoda y fácil

Lo que no cambia

La fórmula de nuestros productos
La calidad constante del gránulo Régilait
La adaptación a sus máquinas

Régilait, un conocimiento inigualable

Excelente fluidez
Deliciosa y onctosa espuma
Calidad controlada desde la vaca hasta el envase

Régilait, el especialista lácteo para Vending



Tiendas 24 horas ||||| Tiendas 24 horas ||||| Tiendas 24 horas

Las MÁQUINAS DE VENDING salen al rescate de los VIDEOCLUBS

El videoclub, esa fórmula de negocio que se esparció como el polen por todas las ciudades y pueblos de nuestra geografía, ha cambiado.

Acuciado por la competencia feroz de Internet y la piratería, el negocio ha sufrido una grave crisis y su número se ha diezmado en los últimos cinco años.

El caso más conocido fue el cierre de los 86 establecimientos de la cadena estadounidense Blockbuster, en 2006.

Tras este cierre, los locales que fueron quedando se vieron obligados a buscar una nueva fórmula de negocio que les permitiera subsistir en el escenario actual de las descargas masivas y el "top manta".

Este mismo año, la cadena Blockbuster no se ha librado de los cierres ni en su propio país, los Estados Unidos. Y es que, según las últimas noticias que nos llegan, la firma podría clausurar 960 tiendas antes de que termine este mismo año.

La receta es cambiar de negocio: sustituir las tiendas físicas por puntos automáticos de alquiler de DVDs en las tiendas de otros comercios.

DIVERSIFICACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN

Los videoclubs actuales han acudido al vending para diversificar su oferta e, incluso, cambiar la fisonomía de los locales.

Además de ahorrar en personal y ofrecer un servicio interactivo con el cliente las 24 horas del día, las máquinas ya no sólo expiden películas; junto con los nuevos formatos (las viejas cintas de VHS han dado paso al DVD), ahora también se pueden alquilar juegos para diferentes tipos de consolas.

Por si esto fuera poco, las máquinas expendedoras de películas y juegos aparecen ahora acompañadas con máquinas de snacks y bebidas; y de alimentos precocinados u otro tipo de productos, en aquellos locales más completos, que han convertido los nuevos videoclubs en auténticas tiendas 24 horas.



Como en cualquier otro negocio, la diversificación es la única manera de poder sobrevivir al cambio de modas. Bien sea por un cambio tecnológico (el cambio del VHS al DVD, la llegada de Internet y sus descargas masivas o la generalización de las consolas de juegos), bien sea por un cambio en los propios gustos del consumidor, contar con una oferta variada de servicios garantiza que el operador podrá compensar la pérdida de ingresos en un segmento con los de otro (una máquina de snacks y bebidas, de preservativos o, incluso, de comidas calientes).

El negocio del videoclub es sólo un ejemplo de las posibilidades de las



tiendas automáticas de 24 horas, que articulan sus servicios alrededor de un negocio base: un videoclub, un ciber o un locutorio, entre otros.

Tiendas 24 horas ||||| Tiendas 24 horas ||||| Tiendas 24 horas

Operadores de cibers y vending se alían contra el intrusismo de las cafeterías con servicio Wifi

Pocos sectores han salido tan beneficiados como el vending con la llegada de las nuevas tecnologías de la comunicación. Además de aprovecharse de todas las ventajas que presenta Internet para cualquier empresa, derivadas de un acceso inmediato y global a cualquier información, la industria de la venta automática ha conseguido crear nuevas sinergias con un tipo de negocio ya consolidado en todo el mundo pero extraordinariamente joven: los cibers.

Efectivamente, la transformación de los clásicos locutorios en negocios que ofertan un servicio completo de telecomunicación (donde el acceso a Internet es ya el eje central sobre el que se mueven) ha ampliado el tiempo de estancia de los usuarios en este tipo de locales.

No hace falta ser un “lumbresas” para darse cuenta de que cuanto más tiempo se retenga a un ser humano en un espacio cerrado mayor será su necesidad de abastecerse de provisiones líquidas y sólidas.

Las máquinas de vending han cubierto esa necesidad de un modo rápido y práctico, y cumpliendo con todas las regulaciones.

Pero ya se sabe que muchas veces las empresas corren más que la Administración y, en este caso, los locales de hostelería, en especial las cafeterías, se han apresurado a explotar el filón de Internet ofreciendo servicios Wifi a sus clientes.

MÁS REGULACIÓN

Aunque algunos ayuntamientos ya están tomando medidas al respecto – separando lo que son los servicios de hostelería de los que ofrecen acceso a Internet – lo cierto es que todavía son muchas las ciudades donde los cibers tienen que reivindicar su derecho a ejercer la actividad para la que han sido creados sin que otros negocios la invadan.

Esto ya no es necesario en lugares como el pequeño municipio granadino de Armilla, que viene de aprobar una ordenanza donde prohíbe la venta de bebidas y alimentos en locales donde se presten servicios de acceso a Internet.

Lógicamente, la normativa local excluye de esta prohibición a la distribución de este tipo de artículos a través de máquinas expendedoras.

Del mismo modo que los cibers se nutren de máquinas de vending para proveer a sus usuarios de snacks y bebidas que no pueden ser ofrecidos por medio de un servicio hostelero, por ser una clara intrusión del negocio de las cafeterías, se puede decir que la oferta Wifi de estas últimas supone una clara intrusión en el negocio de los cibers.

El vending sabe de qué lado tiene que estar, puesto que tiene una cuota de mercado que defender, ganada a pulso en los últimos 10 años y con una gran inversión por detrás para dar el mejor servicio posible a los usuarios de estos centros de información.

VASOS DE CERVEZA PP

VASOS DE AGUA DE FUENTES DE CERVEZA DE CAFE DE PAPEL DE CATERING

PET

MENAJE DESECHABLE

YAPAS PARA VASOS

PET

VASOS DE PAPEL

VASOS MANDALES

PLATO PIZZA

BOL

PLATOS BLANCOS

Ø170

FIESTA

CONJUNTO EN 6 COLORES BRILLANTES

- PLATOS
- VASOS
- CUBIERTOS
- SERVILLETAS

BANDEJA DESECHABLE

C/Sicilia, 212 - 214 entlo 6ª

08013 BARCELONA (ESPAÑA)

Tel. 34.936458148

932449740

Fax +34.936458152

info@blumed.eu

www.blumed.eu

BLUMED

EL SEGMENTO DE LOS “READY-MEALS” Y EL VENDING; EN BUSCA DE LA FÓRMULA GANADORA

¿QUIÉN HABRÍA PENSADO, HACE AÑOS, QUE UTILIZARÍAMOS DE MODO HABITUAL MÁQUINAS DE VENDING PARA DESAYUNAR, TOMARNOS UN CAFÉ DESPUÉS DE COMER, O UN SNACK A MODO DE MERIENDA EN NUESTRO CENTRO DE TRABAJO? EL ÚLTIMO OBJETIVO POR CONQUISTAR PARECE CLARO: LA COMIDA.



PREPARADOS PARA COMERSE EL MUNDO

Según el Observatorio del consumo y la distribución alimentaria, existe un “consumo generalizado pero muy esporádico de alimentos ya preparados para consumir en el hogar”. El consumidor compra estos productos por la comodidad que supone no tener que cocinar y por ahorrar tiempo en una sociedad cada vez más estresante.

Uno de los aspectos que destaca más el informe es que el consumidor, en general, confía en estos productos. No obstante, esta confianza se ve matizada en mayor o menor medida según el establecimiento de compra.

Ésta puede ser la causa principal por la que los operadores de vending no han apostado todavía por este segmento. La industria está envuelta de lleno en una batalla por

recuperar su imagen, dañada durante tantos años por la falta de profesionalismo y, por qué no decirlo, por la facilidad con la que el ser humano suele arrojar juicios de valor sin fundamento que, por repetitivos y fáciles, se vuelven corrientes de opinión.

De hecho, el sector de la venta automática todavía no ha logrado hacer ver al consumidor que detrás de una expendedora se mueve una industria altamente desarrollada

y con un nivel de profesionalidad similar a cualquier otro medio de distribución.

Otro de los motivos, y que ya apunta el citado estudio como una de las causas para el consumo puntual de estos productos, es su precio. Una característica que se ve agravada en el vending, por la reticencia de los consumidores a pagar cantidades mayores a un euro y que, por el momento, están impidiendo la expansión de estos artículos. Artículos que, por otro lado, se adaptan como anillo al dedo a la venta automática.

De cualquier manera, el pasado nos da lecciones para no cundir en el desánimo y descartar, antes de tiempo, un tipo de producto que, a día de hoy, no parece hacerle "la boca agua" a los usuarios de expendedoras. Y es que, ¿quién habría pensado, hace años, que utilizaríamos de modo habitual máquinas de vending para desayunar, tomarnos un café después de comer, o un snack a modo de merienda en nuestro centro de trabajo?

El último objetivo por conquistar para el vending parece claro: la comida.

AHORRO DE TIEMPO Y DE DINERO

Hay varios motivos que pueden convencer al trabajador para comer alimentos preparados y expedidos por una máquina de vending en su centro de trabajo, como señala Pilar Martínez, del fabricante Rheavendors: "Tenemos, por un lado, argumentos de tiempo, con jornadas cada vez más flexibles mediante las cuales, si entramos antes a trabajar y consumimos menos tiempo al medio día, podemos salir antes por la tarde y así disponer de más tiempo para nuestras actividades. Asimismo, hay argumentos económicos. A nadie se le escapa que un trabajador medio no puede permitirse comer todos los días de restaurante o, incluso, a veces ya resulta un gran esfuerzo económico hacerlo de menú del día por económico que éste resulte".

Para Pilar, el vending de productos alimenticios, platos preparados, postres, lácteos, etc., todavía tiene mucho camino por recorrer en nuestro país. Y para sustentar

DAVID MAPELLI, DIRECTOR COMERCIAL DE N&W GLOBAL VENDING, RESALTA LA COMPLEJIDAD DE ESTE SEGMENTO, "CON UNA NORMATIVA MÁS ESTRICTA A LA QUE HAY QUE AJUSTARSE, DONDE LOS OPERADORES DEBEN RESPETAR LA TABLA DE FRÍO, PRESERVANDO LOS PRODUCTOS ENTRE LOS 0 Y LOS 4 GRADOS"

esta conclusión apunta al número significativo de fabricantes de productos alimenticios que han desarrollado a lo largo de estos años preparados en envases individuales bajo diferentes técnicas de conservación (vacío, pasteurización, refrigerados, etc.) y cuya penetración en el hogar se incrementa año tras año: "En cualquier supermercado no sólo encontramos ensaladas o pizzas, sino que disponemos de una gran variedad de platos (carnes, pescados, pastas, legumbres, etc.), de rápida preparación en microondas y de alta calidad".

Rheavendors cuenta con un modelo muy específico para este tipo de productos: la SP 12/256. Se trata de una máquina de bandejas que mantiene todos los productos en posición horizontal para evitar que salsas, aliños de ensaladas u otros productos no pierdan su posición en el plato y que además expende el producto sin la caída que se genera en una máquina de espirales clásica. A partir de aquí, lo consumirá en frío o lo calentará en un microondas.

MÁQUINAS PREPARADAS PARA "FOOD"

David Mapelli, director comercial de

N&W Global Vending, resalta la complejidad de este segmento, "con una normativa más estricta a la que hay que ajustarse, donde los operadores deben respetar la tabla de frío, preservando los productos entre los 0 y los 4 grados".

N&W Global Vending posee máquinas tanto de espirales como de tambores. Aunque las primeras vienen equipadas con distintas zonas de temperatura para permitir la venta de diversos productos, entre los que se pueden encontrar ensaladas con formatos adaptados a estas máquinas, las expendedoras de tambores son las más indicadas para la expedición de "Food".

Según David, "se aprecia que el consumo de Food está creciendo, sobre todo en los centros de trabajo. El trabajador tiene cada vez menos tiempo para hacer su descanso y a las empresas les interesa prescindir del trabajador el menor tiempo posible".



EL SEGMENTO DE LOS “READY-MEALS” Y EL VENDING; EN BUSCA DE LA FÓRMULA GANADORA



LAS EXPENDEDORAS DE ALIMENTOS PREPARADOS APARECEN COMO LA MEJOR ALTERNATIVA PARA CUMPLIR ESTE SERVICIO EN EL MISMO TRABAJO Y SIN NECESIDAD DE QUE EL TRABAJADOR TENGA QUE DESPLAZARSE A OTRO ESTABLECIMIENTO

por apostar decididamente por desarrollar “ready-meals” para el vending.

CONQUISTANDO ESPACIOS

Víctor Cerdán, del departamento de marketing de Jofemar, piensa que particularmente en España “la mayor aceptación está, sin duda, para bocatas y hamburguesas, especialmente en lugares de ocio”. Para Víctor, las expendedoras de Food tienen una gran aceptación como servicio de comidas en los centros de trabajo, sin embargo, “es mucho más popular en las tiendas vending”.

Ahora bien, donde el rendimiento de estas máquinas es verdaderamente espectacular es cuando se mueven personas jóvenes

alrededor. La máquina desarrollada por Jofemar para este segmento, “Gourmet”, da fe de ello, con una gran aceptación, a nivel europeo, para platos precocinados en cantinas y centros de trabajo y, en general, donde se permita dispensar comidas las 24 horas, incluso si no hay personal de cocina.

Parece que los espacios donde se pueden ubicar este tipo de máquinas están bien definidos, pero que el vending y los “ready-meals” todavía no han encontrado la fórmula ganadora para hacer explotar este mercado. Y aún así, parece que en el futuro comer en los centros de trabajo platos calientes o fríos de una expendedora será tan normal como tomarse un café de máquina. Sólo es una cuestión de tiempo; en el momento que confluyan los intereses decididos de los creadores de estos productos y los fabricantes de máquinas.

Las expendedoras de alimentos preparados aparecen como la mejor alternativa para cumplir este servicio en el mismo trabajo y sin necesidad de que el trabajador tenga que desplazarse a otro establecimiento.

En España, el margen de mejora de este segmento es importante. Todavía más si se tiene en cuenta que los horarios laborales en nuestro país tienen todavía que ajustarse al de sus homólogos europeos, esto es, reducir el tiempo reservado para las comidas para así poder salir más temprano del trabajo y que el empleado tenga más tiempo para otras ocupaciones.

Como nos dice David, es imprescindible el apoyo de los productores para que los fabricantes de máquinas puedan desarrollar más soluciones en este segmento. Aunque hay grupos internacionales importantes que ya han sacado productos en este mercado, que se adaptan de manera muy eficiente al vending, la realidad es que se necesita una mayor implicación de las marcas, que ya han mostrado su interés, pero que no acaban



interMedit

CANDY

CALIDAD E HIGIENE: porque el producto esta refrigerado continuamente, manteniéndolo con la humedad y textura de consumo idónea, además no está expuesto a elementos externos.

NOVEDAD: algo que el sector del vending necesita para seguir creciendo.

DEMANDA: el consumo de golosinas crece aún en épocas de crisis.

RENTABILIDAD: sin duda la más rentable

¡¡YA LLEGA LA NUEVA
EXPENDEDORA DE
GOLOSINAS A GRANEL,
LA MÁQUINA PERFECTA!!



EMPRESA: NECTA

ROCK

Con Rock, Necta presenta un distribuidor de vanguardia tanto en el aspecto tecnológico como en el diseño, específicamente estudiado para emplazamientos públicos.

Elegancia, calidad, innovación y seguridad se unen en un producto único que, gracias a su increíble capacidad, responde a las múltiples necesidades de un mercado moderno y en evolución. Rock posee un diseño elegante y antivandálico, con un amplio escaparate iluminado por medio de LED con posibilidad de ser personalizado. El área de utilización por el usuario está completamente blindada, mientras que la zona de recogida de productos es ergonómica y con una apertura automática.

Incluye una guía luminosa que dirige al usuario en el proceso de compra, además de un amplio display gráfico. Pantalla de video como opción para emitir promociones y publicidad.

Sistema patentado Robovend: ascensor de recogida del producto con movimiento horizontal y vertical. Nueva bandeja de alta capacidad Multimax para latas y botellas. Iluminación de los productos mediante LED. Área de almacenamiento refrigerada. Grupo de frío de alta eficiencia, monobloque y extraíble mediante deslizador. Celda de productos con tres temperaturas, zona central para alimentos. Posibilidad de instalar hasta 7 bandejas con lo que se llegaría hasta 70 selecciones.



EMPRESA: ONE SERVICE SRL.

FIORDILATTE



El estudiado equipamiento de las máquinas patentadas Fiordilatte, de la empresa One Service srl., garantiza higiene, facilidad de gestión y uso, seguridad y confort al consumidor; esto deja patente la experiencia que atesora el país transalpino con respecto a este mercado, en el que España está aún dando sus primeros pasos.

Las expendedoras de leche fresca no necesitan conectarse a la red del agua o del alcantarillado; funcionan completamente por medio de un sistema eléctrico. Disponibles en cuatro modelos, el modelo que se instaló en Villaviciosa (ver foto) es el standard. Este modelo (al que se le puede acoplar un compartimento lateral que sirve de almacén) está pensado para su colocación en un espacio exterior y está elevada con respecto al suelo especialmente para evitar el contacto directo con charcos de agua y crear un mayor aislamiento higiénico.

La empresa con sede en Brescia también ha desarrollado otros modelos adaptados para su instalación en espacios interiores (supermercados, tiendas o centros comerciales), y un modelo que tiene una cómoda abertura lateral con sistema de seguridad, que facilita y acelera la colocación de los tanques, la limpieza y toda la gestión de la máquina.

Todos los modelos vienen equipados de serie con una amplia gama de accesorios: sistema de alerta e información por SMS, contador digital de producto, cuadro eléctrico independiente, control de la temperatura interna con memoria y display digital, contenedor de 300 litros formato carrito, sistema de lavado, sistema de esterilización por vapor, etc.

Además, la empresa ofrece la posibilidad de añadir (como es el caso de la máquina de Los Caserinos) una expendedora de botellas y otros productos, además de un sistema de pago que acepte billetes y hasta una entrada USB.

EMPRESA: IBERITAL

IBERITAL STILA

Iberital Stila, la nueva máquina de Iberital, dirigida al mercado del Office Coffee Service, está pensada para oficinas de hasta 50 cafés diarios y destaca por su robustez, su elevada calidad de extracción, su fácil mantenimiento y un nivel de servicio orientado a satisfacer a los clientes más exigentes.

La máquina ha sido diseñada y producida íntegramente en España. Mario Ruiz, su diseñador, ha tenido en cuenta las corrientes más vanguardistas del diseño industrial para lograr un producto que combina diseño, ecología y sostenibilidad. La función de autoparada después de 30 minutos sin usar y la limpieza en el punto Office-Service son sólo dos ejemplos de este esfuerzo innovador.

Las características técnicas que distinguen Iberital Stila son su sistema



automático de expulsión de la cápsula usada, el control de la temperatura del agua de la caldera por medio de sonda (que garantiza la misma calidad para cada café, desde el primero hasta el último) y sus depósitos de agua de 1,7 l y de cápsulas usadas para 25 unidades.

Con este producto innovador, Iberital facilitará la labor de los operadores de vending orientados a oficinas de hasta 15-20 empleados, que demandan un producto robusto y consistente para minimizar las intervenciones en la máquina y permitir que éstas sean realizadas por el propio operador.

EMPRESA: INTERMEDIT

CANDY

El ritmo de crecimiento del vendig sigue siendo imparable en todo el mundo y cada vez son más los nuevos desarrollos en máquinas expendedoras, que no siempre son bien recibidas por los usuarios, bien por su utilidad real o por la demanda del público en general.

Esta invención patentada, sin embargo, semeja que será de gran utilidad ante la creciente demanda de un tipo de producto: las golosinas.

Y es que, la nueva Intermedit Candy está llamada a cambiar el concepto de la venta de golosinas a granel, con su novedoso método de expedición, que hace que consumir golosinas sea sencillo a la vez que entretenido.

Intermedit Candy es una máquina totalmente automática que dispensa golosinas a granel, al peso. Dispone de 28 canales diferentes de unos 1.500 gramos de capacidad cada uno, totalmente refrigerados, en los cuales se pueden cargar, entre otros productos, golosinas.

CÓMO FUNCIONA

La máquina lleva incorporado un robot que se dirige hacia el tubo que contiene el producto deseado. Una vez posicionado, mantenemos pulsado el botón elegido y nos dispensa la cantidad que deseamos de uno o varios tipos de golosinas, mientras en el display nos va indicando el crédito que nos queda.

Una vez agotado el crédito, el mismo robot desplaza el carrillo de carga hacia un dispositivo automático que nos las servirá envasadas en una bolsa de plástico.



EMPRESA: COSMETAL

NIAGARA

Las fuentes de agua Niagara EC vienen equipadas con un teclado de control electrónico que permiten programar la dosis de agua que se dispensa. Además, se pueden monitorizar las funciones del cooler en tiempo real para asegurar un óptimo rendimiento. Por otra parte, la nueva versión, disponible desde mediados de junio, presenta innovaciones como un sistema de autodiagnóstico de errores y de ahorro energético. El primero consiste en un mecanismo que informa sobre el estado en que se encuentra la máquina, avisando de posibles fallos en el suministro de agua o de la caducidad de los filtros. Además, el operador puede activar el "modo ahorro", que disminuye el consumo de electricidad de la máquina cuando ésta se encuentra en *standby*.



En todo el mundo, los filtros de agua EVERPURE ofrecen la solución ideal para los problemas de la calidad del agua en el "vending" y "Hostelería". Por su experiencia de más de 45 años, EVERPURE es el Especialista (Leader) en la fabricación de filtros de agua en el punto de consumo.

Filtros de agua EVERPURE para expendedores de bebidas frías y calientes



Los filtros del tipo "H" y "C"

por su método único de prerestimiento con una filtración sub-microscópica, le ofrecen una calidad del agua mejorada y constante. Además, el filtro del tipo "H" le ofrece un tratamiento anti-sarro, dosificado en el agua. Cantidades controladas de un producto estabilizador.

ScaleKleen™

un producto desincrustante basado sobre ácido cítrico activado.

- eficaz, pero no corrosivo.
- ecológico: biodegradable a 100%, no necesita un tratamiento neutralizante, antes de arrojarlo en el sistema de aguas residuales.
- sin riesgo: tan eficaz como ácidos minerales, pero sin sus inconvenientes.
- práctico: puede aplicarse en el punto de consumo.



KIT DESCALCIFICADOR PARA VENDING



El sistema BWSO-2000

una combinación de un filtro clásico EVERPURE y un cartucho de resina. El cartucho de resina puede regenerarse AUTOMÁTICAMENTE en el taller.

Para todos los problemas de calidad de agua al consumo, no olvide de contactarnos.

TECNO VENDING

C/ Rejas, 1 - Nave 2
Polígono Industrial de Colada
28820 COSLADA (Madrid)
Tel (+34) 91 6692292, Fax (+34) 91 6692531
e-mail: tecnovending@tecnovending.com
Web: www.tecnovending.com

EVERPURE (Europe)

Industriepark wolfsteet toekomstlaan, 30 cp b-2200
herentals - Belgium - tecnovending@tecnovending.com

EVERPURE

WATER YOU CAN TRUST®

EMPRESA: MOOBELLA

MOOBELLA ICE CREAMERY

La industria del helado puede verse revolucionada con este – todavía – prototipo de máquina que prepara, en el acto, helados al gusto del cliente. El responsable de esta auténtica tienda de helados en forma de máquina de vending es la empresa estadounidense MooBella.

El funcionamiento es el siguiente: el cliente selecciona el tamaño de la tarrina en la pantalla táctil instalada en la máquina; después elige la combinación de sabores que más le guste de entre una amplia gama y, por último, el rico acompañamiento (granos de chocolate, M&Ms, o trozos de galleta). Gracias a su innovador sistema tecnológico, la máquina inyecta aire comprimido en los ingredientes (100% natura-

les), para después congelar el producto en unos instantes. El proceso sólo tarda 45 segundos en total. Según la empresa, el sistema se diferencia del helado tradicional en que éste se prepara con más de 1 año de antelación a su consumo, por lo que los cristales de hielo son mucho más grandes que el helado recién hecho que ofrece MooBella.

En otras palabras, lo que ofrece MooBella es helado fresco, artesanal, en una máquina que además presenta al cliente la posibilidad de combinar los sabores a su gusto. Al operador de la máquina, además,



le ofrece un sistema wireless integrado en la propia máquina, por el cual conocerá a distancia la evolución de las ventas, el nivel de stock y cualquier tipo de alerta.

La máquina de MooBella se encuentra

actualmente en la fase Beta de su desarrollo, por lo que la empresa espera lanzarla al mercado norteamericano a finales de año; es por ello que MooBella busca distribuidores y entre sus planes figura expandirse a nivel global.

EMPRESA: INVO

INVO

Hace ya 5 años desde que esta dinámica empresa introdujo el concepto de smoothies en España. Fieles a su filosofía, sus zumos y smoothies están hechos sólo con la mejor fruta y sin utilizar ningún añadido más. Un smoothie es un zumo recién exprimido, mezclado con frutas enteras y por eso es más consistente que un zumo normal. “Smooth” significa suave, que es como queda el zumo cuando se mezcla con toda la fruta.



Estos jóvenes emprendedores dicen entender la tendencia del vending hacia lo “100% natural y fresco” y por eso ofrecen un producto premium con 20-25 días de caducidad, para distribuir a nivel nacional y Portugal.

Un Invo en las máquinas de vending significa poder hacer la fruta fresca mucho más accesible para la mayoría de la población; una tendencia de consumo que cada vez es más demandada.

La marca ofrece seis sabores en botellas de PET de 250ml, incluido el primer zumo ecológico fresco (sabor naranja). Sus mezclas de frutas son uno de sus grandes atractivos: naranja+mango, fresa+plátano, piña+plátano, mora+manzana y naranja sólo, ecológica y convencional.

EMPRESA: RHEA

BARISTA

Especialmente creada para el sector HO.RE. CA., Barista está disponible (como todas las demás cafeteras de la gama Rheavendors) en versión exprés (PB) y en versión soluble (SM). Dos versiones fácilmente reconocibles gracias a los colores del panel y del led presente en la puerta: naranja para la versión expreso y azul para la versión soluble.



El concepto que inspira la creación de esta cafetera está basado en tres fundamentos: facilidad, amplitud y modernidad. La Barista es muy fácil de manejar, tanto en su limpieza, uso y manipulación; basta con un simple gesto para obtener bebidas exquisitas, de entre una amplia variedad disponible, y en la clásica tacita, en vaso o en jarra. Su diseño compacto, con colores frescos y modernos, aúna el futuro con un toque “retro”.

En cuanto a sus múltiples posibilidades tecnológicas, la Barista incluye un grupo micro compacto y robusto para garantizar un café expreso como el de la cafetería. Además, para las bebidas solubles cuenta con el sistema de mezcla Speed-mix y un sistema “sin válvulas” para garantizar la reducción de los posibles daños derivados por la cal.

EMPRESA: LAPTOPSANYTIME

LAPTOPSANYTIME



LaptopsAnytime ha desarrollado una expendedora de ordenadores portátiles. El sistema de la empresa norteamericana se basa en una serie de puntos de servicio, con diferentes formatos según el número de ranuras y, por tanto, de portátiles que ofrecen. Su funcionamiento se explica en cuatro pasos: insertar la tarjeta de crédito, tarjeta de estudiante o trabajador en el sistema de pago; acceder al portátil, que aparece a través de una ranura con el software común; utilizarlo el tiempo que se quiera en cualquier lugar público del aeropuerto (o donde esté instalada la máquina); devolver el portátil por la ranura de la máquina. La máquina contabiliza el tiempo que se ha usado el ordenador y lo cargará en la cuenta del usuario; básicamente, el sistema de una máquina de videoclub.

EMPRESA: ILLYCAFFÈ

MITACA



El pasado mes de junio, illycaffè lanzó al mercado la nueva máquina Mitaca, dirigida al mercado del Office Coffee Service y de distribución exclusiva para el canal del vending a través de la empresa gestora, concesionarios y distribuidores illy.

Las principales características de esta nueva máquina son su novedoso diseño, su tamaño reducido y su facilidad de uso, que incluye la expulsión automática de la cápsula y el depósito de agua y de residuos de fácil extracción.

Mitaca es una máquina de café espresso semi-automática, basada en un sistema cerrado que sólo utiliza las cápsulas "I-Espresso System", de dosis única de café illy pre-mezcla 100% Arábica. Permite la preparación de un espresso perfecto y de todas las variedades con leche, tales como el café cortado, con leche y cappuccino, así como diferentes variedades de tés e infusiones.

CAPPUCINO CHOCOLATE Y MAS

Quick

VASOS PREDOSIFICADOS

C/Sicilia, 212 - 214 entlo 6ª
08013 BARCELONA (ESPAÑA)
Tel. 34.936.458148 - 932449740
Fax +34.936458152
info@blumed.eu

ROMA - BARCELONA - PARIS

BLUMED

www.quick.europa.eu



EMPRESA: STELTON

SIMPLY ESPRESSO

La empresa danesa Stelton lanza al mercado su máquina de café express "Simply Espresso", según sus creadores, la más pequeña del mundo en su categoría. Gracias a sus dimensiones más que reducidas (23 cm de altura y 8 cm de diámetro), esta cafetera cabe en prácticamente cualquier parte de la oficina o del hogar. Y no sólo eso, pues gracias a su sistema de alimentación por batería, no necesita conectarse a la red eléctrica, por lo que puede llevarse en mano a cualquier parte.

Diseñada por la firma Nielsen Inno-

tion en colaboración con una empresa francesa de tecnología, esta pequeña máquina está equipada con un sistema de presión de 16 bares, lo que garantiza la misma calidad en la elaboración del café espresso que cualquier máquina express de mayores dimensiones.

Por otra parte, la Simply Espresso presenta un impecable acabado en acero inoxidable y, además, resulta un complemento perfecto para otros productos de la gama, como el termo y el vaporizador de leche portátiles.

EMPRESA: INNOVASUR

MULTIPRO

Innovasur, empresa referente en el sector del minivending español, tiene a punto (tras año y medio de desarrollo y atendiendo a las necesidades de los operadores) una nueva generación de máquinas expendedoras que supondrán un salto de calidad para esta industria.

La Multipro se presenta como un modelo versátil, que se adapta a las necesidades del operador de forma revolucionaria. Y es que su mecánica es muy accesible para el operador: con apenas tres sencillas operaciones y una sola herramienta, se pueden

regular los canales para adaptarse al tamaño del producto que se desea vender. Esta característica permite darle una mayor salida a las posibilidades comerciales de la máquina. En ella cabe todo tipo de productos, desde preservativos hasta chicles, papeles o mecheros.

El gerente de Innovasur, Pedro Cajaraville, se muestra totalmente confiado en las grandes posibilidades de la Multipro, la cual considera "la expendedora más comple-



ta y fiable del sector". Esto se debe, entre otras cosas, a sus sencillos y atractivos botones selectores y a su fiable monedero mecánico; "el único modelo en el mundo que conjuga botones y un sistema mecánico". Gracias a este sistema, se evitan por una parte los problemas de programación de los monederos electrónicos y, por otra parte, se evitan problemas de fraude, pues el sistema rechaza monedas falsas y no deseadas con un gran nivel de fiabilidad.

EMPRESA: CHANG YU ELECTRONIC

VENDING MODE B

La frontera que separa la industria del vending y del recreativo aparece más difuminada que nunca en la última función lanzada por la firma taiwanesa Chang Yu Electronic para sus máquinas de grúa *Stack 2 Win* y *Block Tower*.

El nuevo "Vending Mode B" hace que estas dos máquinas se conviertan en verdaderas expendedoras de vending. Los jugadores pueden, así, optar por jugar una partida de grúas e intentar conseguir alguno de los premios que



ofrece la máquina o, simplemente, insertar el precio requerido y comprar el producto que se quiera.

La variedad de productos-premios que pueden almacenarse en la máquina es enorme, desde peluches y juguetes a reproductores de CD y MP3s, pasando por móviles y otros aparatos electrónicos.

EMPRESA: KRAFT FOODS & BOSCH

TASSIMO



Kraft y Bosch han unido fuerzas para lanzar al mercado Tassimo, un innovador sistema de preparación de bebidas calientes completamente automático. Con una filosofía de funcionamiento basada en 3 beneficios clave: comodidad, calidad y variedad, Tassimo ofrece una exclusiva selección de marcas de alta calidad que incluye Carte Noire, Mastro Lorenzo, Starbucks, Milka y Twinings, que aportan un valor añadido a la gran variedad de productos de los que podrá disfrutar el consumidor: café, espresso, cappuccino, latte macchiato, té y bebida con sabor a chocolate.

Tassimo funciona con T Discs: Los T Discs, diseñados para ser utilizados únicamente con Tassimo, contienen una porción exacta de café molido, té, chocolate o leche líquida concentrada, y todos ellos han sido precintados con el objetivo de proteger su calidad y su aroma. Al insertar un T Disc en la máquina, que incorpora un sistema de identificación automática de la variedad de bebida mediante un lector de códigos de barras, identifica la bebida que se está elaborando y determina automáticamente los tiempos de preparación, la cantidad de agua, así como la temperatura necesaria para obtener siempre la bebida perfecta.

EMPRESA: STORCK IBÉRICA

LOACKER

Storck Ibérica ha lanzado al mercado una nueva gama de snacks de la famosa marca italiana Loacker, una compañía pionera en la fabricación de barquillos.

Con el eslogan "Natural · Ligero · Delicioso" que mejor resume las características clave de la gama de productos, Loacker posee un conocimiento de marca del 88%, y un 60% de cuota de mercado en su país de origen, gracias a los ingredientes seleccionados y la máxima calidad de sus productos.

En España, 7 de entre más de 100 referencias Loacker fueron cuidadosamente seleccionadas para introducir en primicia la marca en los canales de *Impulso* y *Conveniencia*: Quadratini, sabores chocolate y vainilla, deliciosos cuadrados de barquillos; Clásico, sabores de crema de avellanas y cacao, los crujientes barquillos de toda la vida cortados en ligeros trozos; Sándwich, de chocolate y vainilla, "la merienda perfecta" y X-cream, sabrosa crema de chocolate aireado ideal para media mañana.



The international Vending sector meets at Venditalia 2010.

*You are invited
to come along, too!*

fieramilanocity

Milan, 28th April - 1st May 2010

Venditalia
International Vending Exhibition 2010

Info:
Venditalia Servizi S.r.l.
Ph. +39 02 33105685 - Fax +39 02 33105705
venditalia@venditalia.com - www.venditalia.com

HOREQ

SALÓN DEL EQUIPAMIENTO
PARA HOSTELERÍA
HOTEL AND RESTAURANT
EQUIPMENT SHOW

18-20
NOVIEMBRE
November
2009

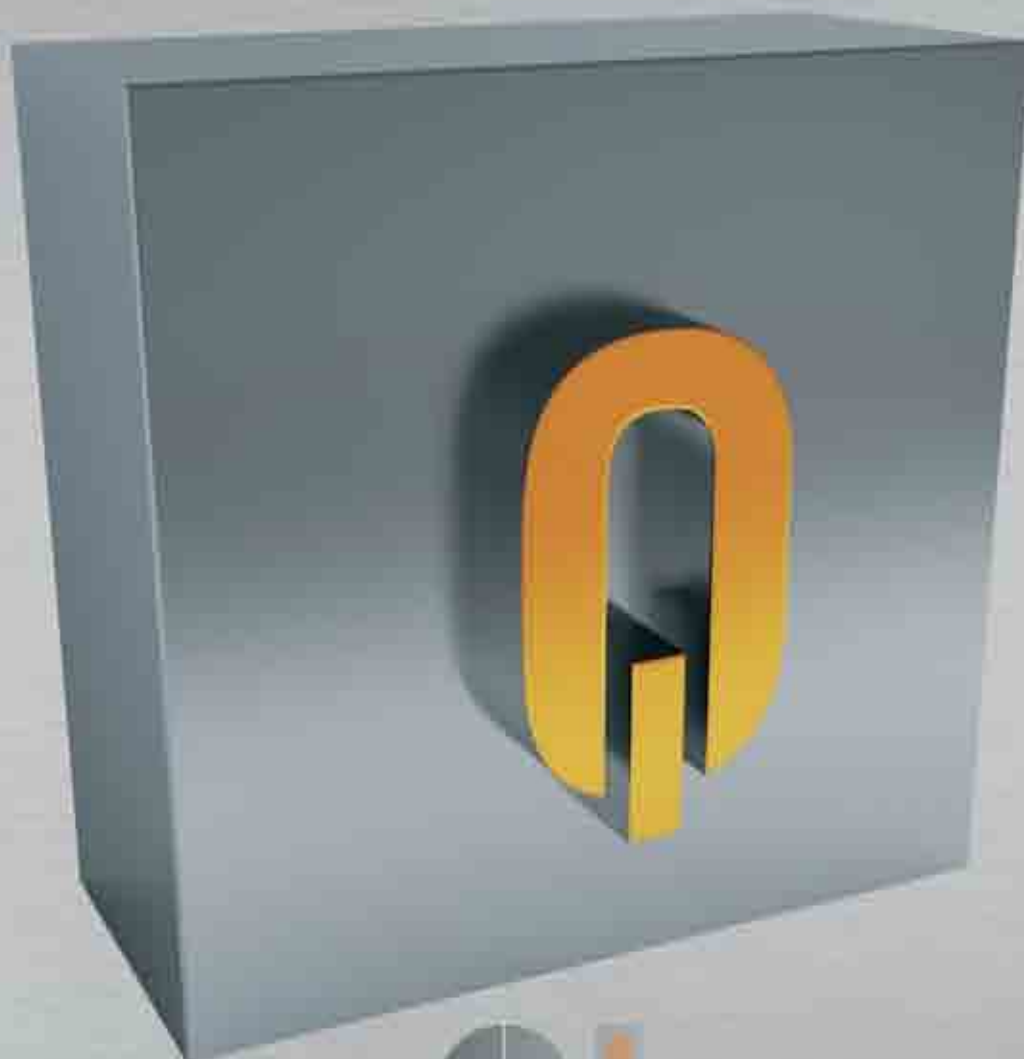
ORGANIZA / ORGANISED BY



IFEMA

Feria de
Madrid

TU ENCUENTRO
YOUR MEETING



coincidiendo con
held together with



contractvision

diseño decoración equipamiento
de espacios de uso colectivo
*design decoration equipment for
areas of collective use*

EATIN'
OUT *madrid convention*

www.horeq.ifema.es

LINEA IFEMA / IFEMA CALL CENTRE

LLAMADAS DESDE ESPAÑA / CALLS FROM SPAIN
INFOIFEMA 902 22 15 15
EXPOSITORES / EXHIBITORS 902 22 16 16

LLAMADAS INTERNACIONALES (34) 91 722 30 00
INTERNATIONAL CALLS

FAX (34) 91 722 58 04

horeq@ifema.es

EMPRESA: SERUNIÓN VENDING

REVERSE-VENDING

Serunión Vending ha instalado recientemente las primeras máquinas de tecnología "reverse-vending" en el Hospital de la Paz de Madrid. Con la introducción de esta nueva tecnología, Serunión se ha convertido en el primer operador de vending de nuestro país que ofrece una solución de vanguardia al problema de los residuos que generan las máquinas de vending de las grandes instalaciones.

Estos equipos tienen la apariencia de

una expendedora común, pero, en lugar de suministrar una bebida o café, recogen las latas de aluminio, botellas y vasos de plástico que generan las máquinas de vending, los separan y compactan, preparándolos para su posterior reciclado. Cuentan, además, con un sistema para incentivar su utilización ya que los



usuarios pueden obtener un bono descuento o acumular puntos para canjearlos

luego por bebidas. Para la introducción del "reverse-vending", Serunión Vending ha confiado en la distribuidora Apporto Supplies, quien le ha suministrado los equipos de la marca Eurocompact.

EMPRESA: NOGASITO

NAYAXVEND

Nogasito introduce un nuevo concepto en la industria de vending de España, desarrollado por profesionales con la finalidad de mejorar el rendimiento de las ganancias del mercado. La tecnología de Nayax-Vend proporciona ventajas que permitirán al operador de máquinas expendedoras incrementar sus ingresos al agregar a sus sistemas de pago la posibilidad de *cashless*, (pago sin efectivo). Sus clientes podrán realizar compras por medio de tarjetas prepago, tarjetas de crédito, o su teléfono móvil.



El control telemétrico *online* de todas las actividades de las máquinas automáticas incrementará, inmediatamente, la eficacia y

reducirá los costes, optimizando las rutas del personal técnico.

Gerardo Bahar, director de Nogasito, afirma: "Consideramos a España como uno de los mercados más prometedores. La nueva actividad de Nogasito en España posibilitará a los profesionales del sector vending adquirir el prestigioso sistema de telemetría y pagos *cashless* a precios asequibles. Por otra parte, nuestra presencia en España nos permitirá ofrecerles un servicio de primera clase".

EMPRESA: NRI

CURRENZA² AIRPORT SYSTEM

NRI presentó, en la pasada feria alemana de Eu'Vend, una gama completa de productos para el canal vending, resultado de su colaboración con su empresa filial CashCode.

Una de las novedades que se pudo presenciar en su stand fue el *currenza c² airport system*; una solución única de telemetría dentro del monedero, que hace que no se necesiten mecanismos externos. El sistema ofrece transmisión remota de datos de las máquinas de vending en formato EVA-DTS

a través de GSM, desde el c² a la oficina. El conductor-reponedor puede estar directamente informado de los mensajes de servicio vía *sms*, por lo que puede atender rápidamente a cualquier imprevisto.

"De cualquier manera, si no se activa la opción de *sms*, no habrá ningún coste extra mensual, lo que convierte este producto en un sistema alta-



mente eficiente", manifestó el director de marketing de NRI, Tobias Roitsch.

Además, NRI mostró en su stand una opción de seguridad para el *currenza c²* desarrollada para prevenir el robo de monedas del monedero. A través del mismo, se puede vigilar el validador de monedas y cada uno de los cambios de los *cashsettes* del tubo.

• tu portal de vending, ahora con un solo click, compra y vende desde hostelvending



www.hostelvending.com

el mundo del vending en tus manos



- anuncios clasificados
- ferias
- noticias de actualidad
- tus primeros pasos en vending
- galería de imágenes
- directorio de empresas

abiertos a la actualidad del vending



www.hostelvending.com