

magazine **hostel vending**

Año IX

marzo - abril 2010 | nº 52 | revista gratuita

Toda la actualidad del vending en www.hostelvending.com - El primer diario digital de la distribución automática

NESCAFÉ®



En cualquier lugar, en cualquier momento

SABORES AUTÉNTICOS



MÁXIMA CALIDAD



www.vending.com

www.spressoIn.com



SIMAT, con los ojos cerrados



GARANTÍA DE CALIDAD Y SERVICIO



PREPARADOS ALIMENTICIOS SOLUBLES Y SOLUCIONES INTEGRALES DE VENDING
Servicio de atención al cliente

902 445 300 | 93 771 23 11 | sac@leadfs.com | www.simat.es

C. Progrés, s/n | Pol. Industrial Camp de la Serra | 08781 Els Hostalets de Pierola - Barcelona

30
años
al servicio
del vending

La más moderna tecnología del granulado/aglomerado al servicio del vending.

En **SIMAT** trabajamos desde hace más de 30 años para conseguir fabricar la mejor leche del mercado para máquinas automáticas de Vending y Horeca. Disponemos de una amplia gama de productos con base láctea, café, cacao y infusiones, especialmente estudiados para conseguir el mejor rendimiento en máquina.

Además, gracias a **Lead Food Service**, empresa del grupo **SIMAT**, plataforma de soluciones integrales de Vending, marcamos la diferencia. Porque disponemos de las mejores marcas, productos y con entrega inmediata a nuestros clientes. En **SIMAT** nos esforzamos para ofrecerle siempre lo mejor y seguir mereciendo su confianza.



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



• 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



Entrevista

08 / Rossella Semeraro, Export Sales Department, Productos Velarte S.L.

"Mientras que algunos fabricantes tendrán que cambiar la composición de sus snacks, los nuestros son ya más saludables que los snacks tradicionales"

Empresa

12 / Nestlé Professional estrena su nueva imagen Nescafé y presenta una innovadora gama de máquinas de bebidas calientes

Fiel a su compromiso por ofrecer la máxima calidad a los operadores de Vending, Nestlé Professional ha renovado su imagen para este sector, con un nuevo diseño basándose en un atractivo color Burdeos de fondo.

14 / Comestero presentará su nuevo sistema de radiofrecuencia Apollo al público de Venditalia

La gran feria italiana del vending, referente indiscutible en Europa, vuelve un año más y lo hace con la participación habitual del Grupo Comestero; otro referente europeo, en este caso del sector de los medios de pago y la gestión del efectivo.

14 / Velarte multiplicará su producción tras adquirir sus nuevas instalaciones en Valencia

La empresa valenciana Velarte, ha cerrado en el transcurso de esta semana el acuerdo de adquisición de sus nuevas instalaciones, la firma tiene previsto multiplicar exponencialmente su producción.

18 / Barry Callebaut y Mars garantizarán los niveles de flavanol en sus chocolates

El antioxidante flavanol - un compuesto natural que se encuentra en el grano del cacao y que se relaciona con importantes beneficios circulatorios y para la salud - será muy pronto mucho más fácil de identificar y de obtener para el consumidor.

Noticias

42 / DEMANDAN que se retire la obligación de "expender" facturas en Cataluña

Continúa la batalla de los operadores catalanes para cambiar la nueva Ley de Consumo que, en fase de anteproyecto, está debatiendo el Parlament autonómico.

44 / El "REVERSE-VENDING" llega a Euskadi de la mano de Resolur Vending

La tecnología "reverse-vending" ha llegado a Euskadi con la instalación de compactadoras ecológicas de residuos de vending en el Instituto de Construcción Bizkaia de Arrigorriaga.

SUMARIO 52

...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



...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

45 / Una ley municipal obliga a los comercios a instalar MÁQUINAS DE PRESERVATIVOS

Como consecuencia de una nueva ley municipal, todos los bares, restaurantes y pastelerías de la capital argentina estarán obligados a instalar máquinas de venta automática de preservativos.

Especiales

32 / Sistemas de gestión

Un sector de gran dinamismo que ofrece al operador una larga serie de ventajas, para controlar su parque de máquinas.

38 / Licitación en Hospitales

Hostelvending ha contactado con profesionales del sector, especializados en "ganar concursos".

40 / Un vending diferente

Nuevos productos, diferentes, para el sector del vending.

Ferias

26 / Coca-Cola y Ferrero apuestan por el Vending en Venditalia

La industria de la venta automática acaba de recibir un fuerte impulso tras anunciar su presencia en la expo firmas de la industria alimentaria del tamaño de Coca-Cola, Ferrero o Café do Brasil.

28 / Alimentaria - Barcelona

Alineado con los objetivos de Alimentaria 2010, la octava edición del Foro Internacional de la Alimentación estará protagonizado por las marcas, sus valores y sus atributos.

29 / Caffè Culture - Londres

El a priori mayor evento que se celebrará en Europa sobre la industria del café, la Caffè Culture 2010 de Londres, atraerá en sus tres días de feria a miles de empresarios y profesionales.

Licitaciones

36 / LICITACIÓN pública de vending

Productos

52 / Novedades del sector







DE PARTE DE LOS AMANTES DEL ESPRESSO. PARA LOS AMANTES DEL ESPRESSO.



Lavazza ha desarrollado BLUE, el único sistema de vending que unifica máquina y cápsulas, garantizando siempre un espresso excelente. Gracias a las cápsulas selladas, que mantienen la frescura y el aroma de los blends intactos desde la primera a la última taza. Tu negocio se ampliará desde lugares de trabajo hasta sitios públicos, como aeropuertos, estaciones de metro y museos, gracias a la completa gama de máquinas adaptadas a cualquier espacio y momento de consumo.

Para más información llame al: **902 888 101** www.da.lavazza.com

EDITORIAL

Venditalia y el pulso del Vending

Las ferias sectoriales suelen ser un fiel reflejo de la situación anímica de una industria determinada, como por ejemplo, el Vending.

El año 2009 fue un año lleno de incertidumbres, especialmente en nuestro país. Y en verdad, estas incertidumbres estuvieron propiamente reflejadas en la organización de la feria que cada 2 años se viene celebrando en Madrid, Eurovending. Una hilera de cambios de fecha precedieron a la definitiva cancelación de la exposición, algo que muchos ya veíamos venir. Por así decirlo, "se respiraba en el ambiente".

Este año parece que ha comenzado de modo diferente. En un entorno colectivo marcado por la prudencia, el balance de este primer cuarto de 2010 es positivo, entendiéndolo por ello, que podemos dar por finiquitada la recesión económica.

Datos macroeconómicos aparte y centrándonos en el Vending, la gran prueba de fuego la tendremos en Milán, con la celebración de la feria Venditalia. El acontecimiento pasa por ser la exposición sobre venta automática más importante de Europa, y la que más focos de atención arrastra.

Pues bien, en ese escenario, la primera batalla ya la hemos ganado. El ritmo de reservas de stands - apenas quedan espacios a la venta - y las nuevas marcas que se han incorporado al evento como expositores, con Coca-Cola y Ferrero a la cabeza, hacen presagiar una feria espectacular. Para culminar el pastel sólo falta que la asistencia resulte también masiva.

No podemos olvidar que el Vending es un canal más de consumo. Y a fin de cuentas, la recuperación económica, y la nuestra en particular, no podrán venir si no existe una reactivación del mismo.

Nuestra publicación quiere dar el primer paso en animar al consumidor-operador de expendedoras a que visite Venditalia. Y no es un consejo baladí, proporcionado sin una reflexión previa. Estamos seguros que todos estos ingredientes que le acabamos de mencionar y el recuerdo de experiencias pasadas son el mejor antídoto para las decepciones.

Lo dicho; nos vemos allí, en Milán.

El Espresso Más Perfecto por Sistema



Cápsulas de Café de Calidad Constante: café molido con la dosis siempre exacta.

Calidad Inalterable: envasado individual y en atmósfera protectora. La mezcla queda siempre fresca y con todo su aroma.

Cómodo y Rápido: muy fácil, se introduce la cápsula y se consigue el mejor café espresso en sólo 20 segundos.

Limpio e Higiénico: la cápsula al ser hermética impide su manipulación y evita la suciedad.

TupiSpresso: el Sabor, el Aroma y la Crema de un Espresso Perfecto.

Un Sistema de hacer un auténtico Café Espresso tan simple de realizar que extiende el placer de tomar el mejor café, a cualquier lugar y cualquier momento.



Espresso Italiano
con mucho cuerpo.



Espresso de sabor
suave 100% Arábica



Descafeinado por
proceso natural



TUPI Spresso

Rossella Semeraro, Export Sales Department, Productos Velarte S.L.

“Mientras que algunos fabricantes tendrán que cambiar la composición de sus snacks, los nuestros son ya más saludables que los snacks tradicionales”



“LAS MARCAS SOLEMOS APOSTAR POR LA INNOVACIÓN, LA CALIDAD, LA PRESENTACIÓN, ETC., LAS MARCAS BLANCAS LLEGAN AL MERCADO CUANDO ÉSTE YA TIENE UN DETERMINADO VOLUMEN; DIGÁMOSLO ASÍ: LOS LÍDERES CREAN Y LOS SEGUIDORES COPIAN”.

Velarte es una empresa familiar valenciana que ha crecido de manera espectacular en los últimos años gracias a la comercialización pionera de snacks de pan horneado de elaboración tradicional y más saludables que otro tipo de snacks. Una de sus apuestas ha sido el Vending. ¿Qué les ha gustado de este canal?

En primer lugar, el canal de Vending siempre ha estado en las prioridades de nuestra empresa, porque acerca la compra

al momento de consumo, ya que se trata de tentempiés ideales a cualquier hora del día. Es uno de los canales que mas ha crecido a nivel nacional e internacional.

En hostelvending.com nos hemos hecho eco de la nueva regulación sobre seguridad alimentaria que se está tramitando en el Congreso y que pretende vetar los productos altos en sal, azúcar o materia grasa de las expendedoras instaladas en los colegios. ¿Cuál es su punto de vista sobre esta normativa y de qué manera puede afectar a los fabricantes de snacks?

En nuestra opinión, está bien que el Gobierno vele por la salud de los ciudadanos, ahora bien, no conocemos con detalle la ley y no podemos hacer una valoración de la misma.

En cuanto a cómo afectará, estamos seguros de que algunos fabricantes tendrán que cambiar la composición de sus productos o buscar canales alternativos; ése no es nuestro caso, ya que nuestros productos, aunque se contemplen como snack (entendido como tentempié) son más saludables que los snacks tradicionales.

Las nuevas regulaciones atacan la “comida basura” y buscan estilos de

vida más saludables. Un buen caldo de cultivo para el tipo de snacks que produce Velarte, ¿no es así?

En efecto. Como ya hemos comentado anteriormente, nuestros productos, elaborados al horno y con ingredientes naturales, son perfectamente compatibles con una dieta sana y equilibrada y, por ello, cada vez hay más consumidores que se “pasan” a estos productos, lo cual ha generado la entrada de más competidores en esta categoría, sobre todo provenientes del sector snack tradicional.

Hay que reconocer el papel pionero de Velarte en la creación de un tipo de snack basado en pan horneado y pepitas de girasol. Sin embargo, ha tenido también que sufrir la competencia desleal de las marcas “blancas”. ¿No cree que igual que se regula para proteger la salud de los consumidores se debería hacer algo para frenar este tipo de “comercio injusto”?

Las marcas blancas son todo un fenómeno de la gran distribución, aún no se sabe hasta dónde llegarán y, desde el punto de vista de fabricante, pensamos que se trata de una marca más con la que hay que competir en el mercado.

Las “marcas” solemos apostar por la

San Petesburgo
Junio 2009

Le he dicho a Yuri:: "Si quieres pasar la noche blanca conmigo, ofréceme un café negro: Italiano."

XX OC

rheavendors 



Rossella Semeraro, Export Sales Department, Productos Velarte S.L.



innovación, la calidad, la presentación, etc.; las “marcas blancas” llegan al mercado cuando éste ya tiene un determinado volumen. Digámoslo así, “los líderes crean y los seguidores copian”, y siempre habrá consumidores que apreciarán esta diferencia. Respecto a la regulación o no, tengo que decirle que, existe una normativa frente a la competencia desleal, a la que se puede acudir en caso de infracción por parte de cualquier marca (blanca o no).

En Hostel Vending iniciamos en nuestro último número una nueva sección, Snacks, donde intentamos resaltar las últimas novedades para vending presentadas por las grandes firmas en este segmento, porque creemos que el papel de las marcas es fundamental para potenciar la imagen de nuestro sector. ¿Cómo convencería a un operador de vending de que “la marca vende”?

La “marca” siempre es símbolo de calidad, de una determinada imagen y siempre apuesta por la difusión, por lo que el consumidor conoce la marca y se identifica con ella, y por lo tanto está más predispuesto a comprar algo que ya conoce que algo desconocido.

Velarte colabora en proyectos solidarios como Proyecto Hombre, Banco de Alimentos, Cruz Roja o Aldeas Infantiles. ¿Qué papel tienen las empresas en la construcción de una sociedad más justa?

Los humanos, por naturaleza, somos injustos ya desde pequeños; las empresas pueden y deben colaborar para mejo-

rar nuestra sociedad, pero también deben hacerlo las personas, entre todos sí se puede cambiar el mundo. En Velarte hemos apostado por este tipo de actividades puesto que son parte de nuestros valores.

Al mismo tiempo, la empresa recibió recientemente el premio Carrefour a la mejor PYME de la Comunitat Valenciana. Desde luego, están en una posición ideal para contestar a esta pregunta, aunque igual le pongo en un compromiso. ¿Cree que las ayudas a las PYMEs han sido suficientes durante la crisis?

Si se refiere a las ayudas públicas, desde el punto de vista de los empresarios siempre parecen escasas, pero entendemos el esfuerzo que deben hacer las administraciones. Si me habla de las ayudas de las empresas de la Gran Distribución, cualquier ayuda siempre es bienvenida. En el caso que nos comenta, el premio fue otorgado por los consumidores de Carrefour a quienes, desde aquí, reiteramos nuestro agradecimiento, que también hacemos extensible a los responsables de Carre-

four, con quienes tenemos una excelente relación.

De todas formas, sean pocas o muchas, se agradece el hecho de poder contar con ayudas o acciones de subvención en particular para Pymes. Para empresas con recursos limitados (como la nuestra) respecto a grandes multinacionales, es muy importante saber que tenemos a nuestro alcance este tipo de actividades para dar a conocer nuestros productos. Es cierto que, a pesar de que la crisis mundial está afectando a todos los distintos ámbitos de la economía y sectores (público y privado), se han podido garantizar ayudas a las Pymes.

Tenemos dos ferias muy importantes para el Vending a la vuelta de la esquina; Alimentaria, en Barcelona, y Venditalia, en Milán. ¿Van a asistir a alguno de estos eventos?

A ambos. En nuestro plan de crecimiento y distribución, tenemos previsto asistir a diferentes ferias para dar a conocer nuestros productos a nivel internacional, y estos dos eventos son un buen escape para ello.

No hay falso que se resista!

HD

RM5

HIGH DISCRIMINATION

- Nueva tecnología HD
- Excelente calidad de discriminación contra los falsos
- Velocidad de aceptación sin precedentes (6 mon./sec.)
- Materiales y construcción innovadores
- Compatible con todos los clasificadores de monedas



WWW.RM5HD.ES



Multiconfig

Programa de configuración por ordenador y descargable gratuitamente desde el área download del sitio web de Comestero group



Virtual Dip Switch

Nuevo dispositivo para las operaciones de configuración directamente en el lugar



Separadores

Separadores de moneda para satisfacer ampliamente a las necesidades de los diferentes mercados



Placas frontales

disponibles en modelos:
F1 (60x118mm)
F3 (60x180 mm)
F6 (60x152mm)



Embudos de recogida

Disponibles en alturas diferentes: 9,16 y 25mm



Comestero group
Competitive Through Innovation



Nestlé Professional estrena su nueva imagen Nescafé y presenta una innovadora gama de máquinas de bebidas calientes



JORNADAS SOBRE CALIDAD NESTLÉ PROFESSIONAL

Por otra parte, y en coherencia con el afán de Nestlé Professional de potenciar la calidad en el Vending, la empresa reunió a operadores de este canal en una serie de jornadas lectivas. En un gesto de fidelización hacia la marca, los operadores que acudieron a estas sesiones de formación se beneficiaron de los consejos de los profesionales de Nestlé Sergio Crespo (Especialista Contract Manufacturing) y Jordi Baeza (Trade Assets Manager). Destacamos también la participación de la empresa Jonson Diversey España para tratar aspectos relacionados con

recomendaciones para la limpieza de las máquinas automáticas y asegurar la calidad, sabor y aroma del café a la vez que la seguridad higiénica en las máquinas. Con la calidad y la seguridad alimentaria como eje central, el abanico de actividades realizadas abarcó todas las fases de procesamiento y comercialización del café: logística,

limpieza, mantenimiento en el almacén, manipulación del producto y calidad del agua.

La primera de estas jornadas se celebró el 17 de febrero en las instalaciones principales de Nestlé en Esplugues de Llobregat, a la que siguieron otras sesiones en Sevilla, Bilbao y Madrid.



Fiel a su compromiso por ofrecer la máxima calidad a los operadores de Vending, Nestlé Professional ha renovado su imagen para este sector, con un nuevo diseño basándose en un atractivo color Burdeos de fondo. La imagen Nescafé aún a lo clásico con lo moderno, haciéndola más atractiva, elegante y profesional de cara al consumidor.

Esta iniciativa viene acompañada de una nueva gama de máquinas Nescafé para el mercado de bebidas calientes (en tres modelos diferentes que se apoyan en una amplia variedad de recetas). Las nuevas máquinas destacan por un diseño exterior de estilo propio, profesional y muy cafetero. Ideales para instalar en cualquier emplazamiento, las máquinas aseguran una alta calidad en la preparación del café en cada servicio.

Azkoyen llega a un acuerdo de colaboración con Brita

Azkoyen ha llegado a un acuerdo de colaboración con el líder mundial de sistemas filtrantes, Brita, para incorporar los filtros de la marca alemana en sus expendedoras.

El acuerdo se ha hecho efectivo con la instalación, de serie, del nuevo filtro de la marca alemana, el AquaAroma, en todas las máquinas expendedoras de bebidas calientes Vitale S. Fuentes de la compañía Azkoyen han manifestado que este filtro asegura una mayor protección de los equipos y

un mejor rendimiento. Incluir este tipo de filtros en máquinas OCS (Office Coffee Service) es una prestación poco generalizada en el sector pero, sin embargo, es muy demandada por los operadores de vending en oficinas y centros de trabajo. En este sentido, el filtro AquaAroma reduce específicamente la dureza de carbonatos y previene los depósitos de cal, eliminando sabores y gustos no deseados.

La medida trae consecuencias positivas tanto para el consumidor como para



el operador, puesto que se asegura una mayor calidad en la bebida degustada por el usuario, al mismo tiempo que se reducen los costes de mantenimiento para el operador de la máquina.



Nos podéis encontrar en la feria Alimentaria – Pabellón 6, stand D-150

I-ESPRESSO SYSTEM un espresso siempre perfecto también en tu oficina



SENCILLO

Es la solución que illy propone para el mundo de la oficina, un sistema práctico y limpio para conseguir con pocos y sencillos gestos la excelencia del espresso siempre perfecto en cada momento del día.



INNOVADOR

La cápsula illy, creada gracias a una tecnología innovadora y patentada, tiene un precorte en la parte central de la base que se abre al alcanzar la presión interna adecuada, asegurando así la infusión completa de todo el café presente en la cápsula.



PERFECTO

illy utiliza en todos sus productos una única mezcla de cafés 100% Arábica de la más alta calidad. La molienda, el prensado y la dosificación siempre perfectos garantizan un espresso excelente, con una crema densa y un gusto persistente.



para más información: 902 103 267

Comestero presentará su nuevo sistema de radiofrecuencia Apollo al público de Venditalia



La gran feria italiana del vending, referente indiscutible en Europa, vuelve año año más y lo hace con la participación habitual del Grupo Comestero; otro referente europeo, en este caso del sector de los medios de pago y la gestión del efectivo.

La aportación de Comestero a Venditalia 2010 (del 28 de abril al 1 de mayo, en Fieramilano City) no debe pasar desapercibida para el operador y el fabrican-

te de máquinas expendedoras. En la cita milanesa, se presentará la última aportación en tecnología de pago sin efectivo o "cashless" Apollo.

Así, las máquinas de distribución de comida y bebida especialmente diseñadas para el entorno de oficinas (incluidas las fuentes de agua) ya cuentan con su propio sistema de pago sin efectivo de la firma Comestero. Según fuentes de la empresa, la instalación en estas máqui-

nas de pequeñas dimensiones es sencilla y no requiere ningún tipo de perforación. El sistema Apollo ofrece tres posibilidades al usuario: la opción prepago, que carga la consumición en el crédito de la tarjeta; post-pago, con el que se graba la deuda acumulada en la tarjeta, hasta un límite máximo; y la opción contador, a partir de la cual la máquina se configura para que dispense en un número concreto de ocasiones.

Velarte multiplicará su producción tras adquirir sus nuevas instalaciones en Valencia

La empresa valenciana Velarte, especializada en la elaboración de snacks tradicionales y saludables para el canal Vending, ha cerrado recientemente el acuerdo de adquisición de sus nuevas instalaciones. Con el traslado de la planta de producción a la nueva nave de Godelleta (Valencia), la firma tiene previsto multiplicar exponencialmente su producción.

Según fuentes de la empresa, el traslado a esta parcela de 23.000 metros cuadrados se irá realizando progresivamente a partir del presente curso, con vistas a que se finalice sobre el 2014 o el 2015. La nave, ya construida y con seis muelles de carga, ocupa 9.000 metros cuadrados, de los cuales 600 a 700 se reservarán a las oficinas y entre 2.000 y 2.500 metros cuadrados a la zona de almacén. Velarte se aprovechará igualmente de la buena localización del recinto, muy



cercano a la autovía con dirección a Madrid, para optimizar sus recursos de logística y distribución de la mercancía.

El incremento en la productividad que prevé Velarte es ingente. Por una parte, cada una de las líneas de producción (entre cinco y seis) tendrá el doble de capacidad que las de la fábrica actual; además, la capacidad de almacenamiento de la nave será hasta cinco veces mayor. Con esta iniciativa, Velarte no sólo da un salto evolutivo como PYME, sino que además significará la creación paulatina de 100 nuevos puestos de trabajo.

Por otro lado, parte del equipo comercial de Velarte se trasladará hacia Barcelona con motivo de la Feria Alimentaria 2010 (los próximos 22 a 26 de marzo), donde atenderán a aquellos que visiten el sector Mundidulce, en el Pabellón 8 de Fira de Barcelona.



Desciende una Emocion

FASTER 1050 LIFT, el distribuidor de espirales dotado de elevador, un sistema que permite vender hasta los productos mas fragiles y delicados. 300 productos expuestos, de 5 a 10 selecciones con 6 o 7 bandejas. Temperatura regulable hasta +3°C y conforme a la normativa para la conservacion de los productos frescos.

Es un distribuidor en clase **A+**, adaptable en bateria a FASHION UP.

Contactarnos para mayor informacion _ www.fas.it

FAS INTERNATIONAL S.L

Gran Via Sud/C/Motors 360 · 08908 Hospitalet de Llobregat · Barcelona · España
Tel. +34 93 4742086 · Fax +34 93 4743279 · fas@es.fas.it



Jofemar lanza sus nuevas gamas y modelos de máquinas Vending

Jofemar ha presentado a sus distribuidores sus últimas novedades en varias jornadas realizadas en Barcelona, Madrid, Sevilla, Valencia y Valladolid. La red de vending profesional, que cubre todo el territorio nacional, pudo intercambiar opiniones sobre las nuevas gamas de máquinas de tabaco Goya y Argos, la Coffeemar G250, la Artic 600 o las tiendas Factoria Vending.

Los avances introducidos para la mejora del café en la Coffeemar G250 fueron mostrados al detalle prestando especial hincapié a su nuevo grupo de erogación, que incluye una válvula de presión para asegurar que todo el ciclo se realiza por encima de los 7 bares de presión

Especialmente sorprendentes fueron las nuevas gamas de expendedoras de tabaco Goya y Argos, con una renovada estética y mayores prestaciones (mejora en el servicio de dispensación de tabaco, solidez en su construcción, avanzada mecánica y sistemas antifraude).

La Artic 600 ha demostrado su eficacia para la venta de refrescos, tanto por su



eficiencia energética como por su gran capacidad y compatibilidad con todos los avances Vending. La red de distribución también muestra su satisfacción con el resultado que están dando las tiendas Factoria Vending; su construcción en hierro tubular; sus cristales de seguridad y su imagen llamativa son una ventaja a la hora de iniciar este tipo de negocio, realizados a medida de máquinas como

la Gourmet para comida caliente, la multiproducto Vision o las máquinas de helados Icelplus. En otras palabras, la solución completa de un mismo fabricante que ofrece todo el conjunto de máquinas Vending para cualquier producto demandado en la calle, más estructuras anti-vandálicas especialmente diseñadas para estas máquinas, supone una opción interesante para establecer un self-service de vending.

Las máquinas de vending desafían a la humedad

La condensación derivada del funcionamiento interno en las máquinas expendedoras de bebidas calientes es uno de los principales problemas a los que éstas hacen frente, convirtiéndose en la principal fuente de averías y en un problema para la correcta conservación de los productos perecederos almacenados en ellas. Pensando en este problema, Stegotronic, compañía puntera en desarrollos eléctricos y electrónicos en el campo de la gestión térmica, ha diseñado y desarrollado un sistema que evita la condensación en las máquinas dispensadoras.

Este sistema permite activar una resistencia calefactora en cuanto la humedad relativa en el interior de la máquina sobrepase ciertos límites, secando de esta mane-

ra el aire del interior y evitando así la condensación.

Este sistema eléctrico se compone de un higrostató electrónico y una resistencia calefactora con ventilación. En cuanto el higrostató electrónico EFR 012 detecta que la humedad relativa del aire en el interior sobrepasa el 50% rF, activa la resistencia calefactora con ventilación CS 028/150W, con lo que se evita la no deseada condensación, salvaguardando así el material almacenado y evitando una prematura caducidad, que obligaría a un gasto en mantenimiento y reposición superior al deseado.

Al ser de pequeño tamaño tanto el higrostató mecánico como la resisten-



cia calefactora, esta instalación resulta perfecta para aquellos armarios o equipos en donde el espacio resulta muy importante.

Además, y para facilitar el montaje de este sistema eléctrico anticóndensación, Stego dispone del soporte autoadhesivo Stegofix, pensado para la fijación de pequeños aparatos.

Illy entrega su Premio a jóvenes artistas



El Premio creado por la empresa italiana de café illycaffè en colaboración con ARCOmadrid reconoce a los artistas jóvenes menores de 35 años de Los Ángeles, cuyas obras estén presentes en la sección especial "Panorama: Los Ángeles" de la feria.

En esta edición de Arco 2010, doce galerías de arte de Los Ángeles y 17 de sus artistas han participado en el Premio illy, que finalmente fue a parar a manos del artista mexicano Camilo Ontiveros, de la galería Steve Turner Contemporary, gracias a su obra "I want your washing machine".

El jurado estuvo compuesto por dos

comisarios independientes, Kris Kuramitsu y Christopher Miles, junto al director de arte de illycaffè Carlo Bach.

Sobre la obra del ganador, el jurado comentó; "El trabajo de Ontiveros refleja la compleja variedad de género y preocupaciones, desde inmigración y economías urbanas hasta procesos de arte.

En la obra presentada en ARCO se muestra la economía informal de Los Ángeles, al comprar lavadoras usadas de todo tipo de distribuidores, y convertirlas en objetos de arte para ser de nuevo reintroducidas al mercado económico y cultural como obras de arte, mientras que otras lavadoras eran dejadas para ser recicladas,

ocupando un papel temporal en una instalación de arte en la propia galería.

Este proyecto ganador cuestiona la propia definición de lo que es una obra de arte y su valor; y al mismo tiempo celebra la grandeza de un objeto de arte, y su compleja posición dentro de la cultura".

El artista recibirá un premio de 15.000 euros sin la adquisición de la obra y la posibilidad de presentar un proyecto de una nueva serie de tazas de artista illy Art Collection, que illycaffè, con sede en Trieste, creó hace más de 15 años con la participación de los mejores artistas y jóvenes talentos a nivel internacional.

Vendomat International nombra a su nuevo Director Comercial y de Marketing

Joan Miró se ha incorporado a Vendomat como nuevo Director Comercial y de Marketing. Miró tiene una larga experiencia en la gestión y creación de nuevos negocios y viene a liderar el equipo de ventas de la antigua Elater.

Unos de los objetivos marcados en su incorporación, según informan fuentes de la empresa, es conseguir nuevas oportunidades para los clientes de Vendomat International. Seguramente Miró tendrá muchas posibilidades de desarrollar su labor, ya que Vendomat se encuentra en varios mercados regionales gracias a sus diferentes delegaciones en Madrid,

Bilbao y Oporto.

Coincidiendo con la entrada de Joan Miró en el equipo de Vendomat, Lavazza Espresso Point ha introducido en el mercado español el nuevo sistema X2 que duplica la rentabilidad en el canal OCS.

Vendomat, como distribuidor en la Península Ibérica de Lavazza, confirma el fuerte interés del grupo italiano en el mercado español, realizando las inversiones necesarias para crear una fuerte red comercial capaz de crear un servicio integral para profesionalizar el sector de la distribución automática, consolidándose como uno de los líderes en España y Portugal.





Barry Callebaut y Mars garantizarán los niveles de flavanol en sus chocolates

El antioxidante flavanol - un compuesto natural que se encuentra en el grano del cacao y que se relaciona con importantes beneficios circulatorios y para la salud - será muy pronto mucho más fácil de identificar y de obtener para el consumidor.

Barry Callebaut y Mars firmaron recientemente un acuerdo de cooperación y de licencias cruzadas que se prevé incremente la disponibilidad y la uniformidad de los productos derivados del chocolate ricos en flavanol.

El acuerdo entre estas dos empresas líderes en el mercado del chocolate es considerado como el primer paso para establecer normas consistentes que determinen qué productos pueden ser considerados beneficiosos por su alto contenido en flavanol.

Décadas de investigación sugieren que los flavanoles del grano de cacao pueden tener un efecto positivo en nuestra circulación. Sin embargo, los fabricantes se han encontrado con dificultades a la hora de encontrar métodos fiables para medir estos efectos, así como para transmitir al consumidor los beneficios del flavanol.

Sobre esta base, Mars y Barry Callebaut han unido sus fuerzas para crear progresivamente una regla estándar de uso común para medir los flavanoles "útiles" en los alimentos, extendiendo su

aceptación y la disponibilidad de los productos que contienen flavanol con un contenido mínimo garantizado de este antioxidante.

Los productos de cacao que contienen flavanol pueden formar parte de una dieta equilibrada. Sin embargo, tener un contenido alto de cacao, ser un chocolate más oscuro o simplemente mencionar que los antioxidantes son el beneficio que aporta el cacao no es lo realmente importante y sólo prueba que, efectivamente, se necesita medir e indicar los niveles adecuados de flavanoles consistentes con los últimos estudios científicos.

Todavía más necesario si tenemos en cuenta las declaraciones de la directora general de Mars Botanica (el departamento científico de la compañía), Mary Wagner: "Así como los flavanoles se encuentran en abundancia en el cacao, en su estado natural, no existe ninguna garantía de que el producto derivado contenga importantes niveles de flavanol a menos que se haga una medición específica de los mismos y se lleve a cabo un cuidadoso procesamiento del producto en su elaboración".

El acuerdo entre Barry Callebaut y Mars, pues, garantizará ahora unos mínimos niveles de flavanol en más productos derivados del chocolate de todo el mundo, gracias a un método consistente que garantiza dichos niveles y que haga llegar esa información al consumidor.

Ambas compañías anunciaron que en los próximos meses actualizarán sus comunicaciones científicas y de marketing, así como sus páginas web, para reflejar las implicaciones de esta nueva cooperación.

El grupo Lactalis se coloca como líder del mercado lácteo tras la compra de Puleva

El grupo francés Lactalis ha hecho efectiva la compra de la división láctea de Ebro Puleva por el montante de 630 millones de euros.

La compra de Puleva coloca a Lactalis como la empresa líder del sector en España, con una facturación de alrededor de 1.200 millones de euros. Ebro Puleva liquida así su deuda de 556 millones de un plumazo y deja con la miel en los labios a Leche Pascual, que en los últimos días se



había postulado como una de las favoritas para hacerse con la compañía granadina.

Además de ser una de las principales marcas de leche en el hogar, Puleva

ha popularizado sus batidos "Mixer" en las máquinas de vending; un tipo de bebida fría saludable y de gran aceptación entre la gente joven, que con la nueva legislación sobre seguridad alimentaria puede dar un salto cualitativo en este canal.

Recordar que esta nueva legislación vetará los productos altos en azúcares de las máquinas expendedoras instaladas en colegios, lo que dará pie a que los operadores busquen productos alternativos más saludables.

Lactalis amplía así su gama de productos, que ya incluye marcas tan conocidas como Président, La Lechera, Chufi, ensaladas Salakis o batidos Choleck.



La marca más popular de bebidas energéticas y pionera en la introducción de este concepto de refresco en el mercado mundial, Red Bull, ha anunciado sus cifras

Red Bull anuncia un descenso del 1,5% en sus ingresos netos durante el 2009

de ventas durante el pasado año 2009. La empresa de origen austriaco reconoce pérdidas del 1,5% en los ingresos netos con respecto al 2008.

El volumen de ventas de Red Bull, por tanto, alcanzó los 3.270 millones de euros. La marca percibe por primera vez unas cifras de venta interanuales decrecientes, puesto que (según datos oficiales publicados por la empresa) durante esta década, el volumen de ventas ha ido creciendo exponencialmente desde los poco más de 1.000 millones registrados en el 2001, hasta el pasado año.

A pesar de que el mercado global de las bebidas energéticas ha mostrado una gran estabilidad en los últimos años (la consultora Zenith International destacó que el crecimiento medio de este tipo de bebidas durante los últimos cinco años ha sido

del 14% anual), parece que Red Bull no ha salido ileso de la delicada situación económica mundial.

Otro de los factores que se apuntan es el creciente número de marcas de competencia, que ofrecen una fórmula muy parecida a la de Red Bull y, en muchos casos, a precios más bajos.

No en vano, empresas de primer orden en el mercado de las bebidas como PepsiCo y The Coca-Cola Company introdujeron sus propias marcas de bebida energética, Amp y Relentless respectivamente, en mercados locales, con resultados moderados.

El caso de la marca Relentless es bastante ilustrativo, ya que si bien el precio de venta es similar al de las latas de Red Bull, el contenido del producto es casi el doble mayor.

N&W no fallará a su cita en el pabellón Restaurama de Alimentaria 2010

En N&W han apostado por participar un año más en la próxima edición de la feria Alimentaria 2010 que tendrá lugar del 22 al 26 de marzo en el recinto ferial Gran Vía de Fira de Barcelona.

La empresa dispondrá de un stand de 76 m² en el Pabellón Restaurama, punto de encuentro de los profesionales vinculados al canal Horeca.

Se presentarán al mercado la gama completa de sus modelos de máquinas Horeca divididos por grupos: el primero dedicado al mundo de la Hostelería, el segundo dedicado al sector de la sanidad y el tercero pensado para satisfacer todas las necesidades de bares y restaurantes.

No faltarán las máquinas de café expreso monodosis, bajo la marca Sgl y varios de los modelos de máquinas Vending.



N&W invita a todos a conocer sus productos y novedades en el pabellón 6, Restaurama, en el stand D220. Como siempre, el equipo técnico y comercial de

la firma estará a disposición para presentar a los interesados todos los modelos de las tres líneas de negocio y comentar las novedades de este apasionante sector.

Lavazza compra la italiana Ercom S.p.A. y potencia su división Horeca

Lavazza ha consolidado la operación de compra del 100% de la compañía Ercom S.p.A., una de las firmas líderes en el mercado de bebidas a base de chocolate caliente y preparados para sorbetes y granizados, comercializados a través de las marcas Era-blea, Dulcinea y Whittington.

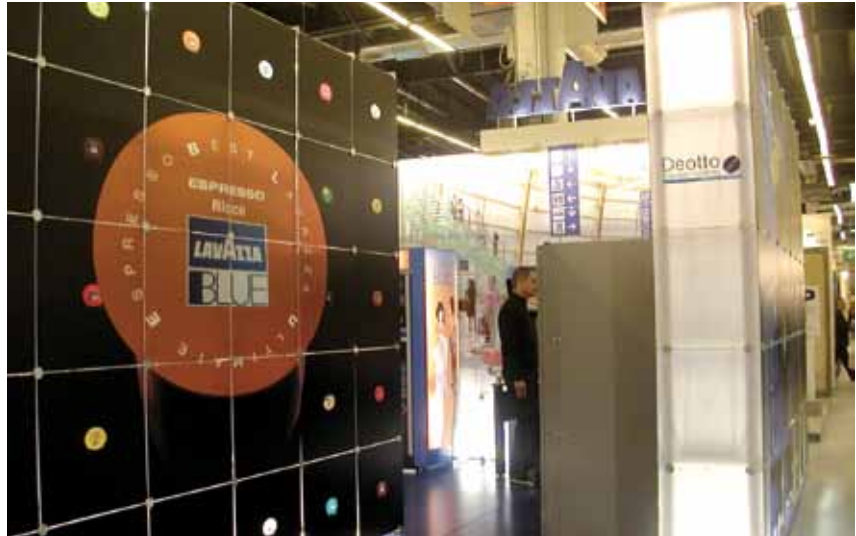
La adquisición ha sido encuadrada dentro de la estrategia de crecimiento de Lavazza en el sector Horeca. El precio de la operación no se ha hecho público.

Según anunció el director ejecutivo de Lavazza, Gaetano Mele, ambas marcas continuarán operando separadamente, si bien la adquisición de Ercom supondrá la incorporación de un valor extra para el grupo líder en el mercado del café italiano: "El café seguirá siendo nuestra actividad principal y Lavazza continuará representando el auténtico café espresso italiano en el mundo".

Para el director ejecutivo de Lavazza, las dos empresa podrán aprovecharse de una importante sinergia que los oriente "al crecimiento, si bien seguirán siendo independientes y operando por separado".

Por su parte, el director ejecutivo de Ercom, Stefano Sacco, mostró también su satisfacción por el resultado de la operación: "Lavazza es un excelente recurso en términos de capacidad, visión a largo plazo y crecimiento sostenible".

De hecho, Lavazza es, a día de hoy, uno de los torrefactores más importantes del mundo, presente en más de 90 países, y



líder en cuota del mercado minorista en Italia, con 47,6%, según la agencia Nielsen.

El año pasado, los ingresos de Lavazza fueron de 1.100 millones de euros. El número de empleados superó la cifra de 4.000.

Además del segmento Horeca, la firma ha dado un fuerte empuje a su segmento de vending, siendo uno de los pioneros en la introducción del café "gourmet" en las expendedoras de medio mundo. Actualmente, dentro de esta división, Lavazza está en plena promoción de su segmento monodosis entre los operadores de este tipo de máquinas en el sector del Office Coffee Service (OCS).

Ercom, por su parte, es una empresa con sede en Milán, con fuerte presencia en el sector Horeca. En 2009, la firma registró unos ingresos superiores a los 25 millones de euros, a partir de 20.000 puntos de venta repartidos en más de 30 países. La compañía cuenta, además, con 60 empleados y con un equipo de ventas de 10 distribuidores en Italia.

El amplio surtido de chocolates calientes, bebidas a base de cebada, té y preparados, demuestra la gran capacidad de Ercom para crear y reinventar productos que se sirven desde hace muchas generaciones en los bares y cafés italianos.

La nueva promoción de Smint "pinta" muy bien

La marca de caramelos Smint, perteneciente al grupo italo-holandés Perfetti Van Melle, accionista mayoritario de la marca Chupa Chups, ha presentado una novedosa campaña que cuenta con la colaboración de la artista urbana Stylr.

Esta nada ortodoxa artista se dedica a rotular en la calle las camisetas de todos aquellos transeúntes que se presten a



ceder su ropero como lienzo para sus atrevidos diseños, articulados con motivos urbanos.

Smint ha adaptado un nuevo slogan a este tipo de arte, con el logo "Smint

Me", que hace referencia a la nueva línea de ropa que ha diseñado Stylr para la marca de chicles, y que se irá regalando a los consumidores en una nueva promoción en el punto de venta, a través de la página web de la marca y, en el caso de las máquinas expendedoras, con la ayuda de los envases.

Las pastillas refrescantes de Smint se han convertido en líderes en nuestro país en muy poco tiempo gracias, entre otras cosas, a la red comercial y de distribución de Chupa Chups, de la que desde 2006 es accionista mayoritario el grupo Perfetti Van Melle.

Coffeemar



Máxima calidad en bebidas calientes



Primera y única máquina Vending con válvula de presión y molido auto-regulado

Jofemar ofrece su nuevo modelo de máquina de bebidas calientes para 250 servicios con la seguridad de conseguir una calidad de café inigualable.

Gracias a las innovaciones incorporadas, su válvula de presión asegura que todo el ciclo de erogación se realiza por encima de los 7 bares, o el molido auto-regulado que siempre consigue el grosor correcto del molido, la Coffeemar G250 es el mejor servicio de café expreso que puede ofrecer a sus clientes.

Una máquina sólida y de diseño atractivo, construida con los mejores materiales e incorporando la mejor tecnología, un modelo más de la familia Jofemar con todas las características y prestaciones de esta firma.



www.jofemar.com



Ingmar Huisman, nuevo responsable de I+D del grupo SIMAT

Simat, pionero en el sector de Vending en España con más de 30 años en el mercado, está reforzando su plantilla para fortalecer su posición en el mercado. Ingmar Huisman es el nuevo responsable de I+D. Doctor en ingeniería alimentaria, Huisman cuenta con diez años de experiencia industrial en varios puestos de I+D en el sector químico y alimentario. Su último trabajo fue como jefe de I+D para Danone en Holanda.

El departamento de I+D de Simat, de nueva creación, pretende mejorar la rapidez y el rigor del proceso de innovación. "Todo empieza con las necesidades del cliente y

del consumidor", reconoce Huisman. "No podemos desarrollar un buen producto si no sabemos seguro qué necesidades tienen ellos: ¿qué calidades del producto son verdaderamente importantes para el cliente y el consumidor? ¿cómo tiene que ser el color, el sabor, la fluidez, el efecto espumante, etc?"

Por eso es importantísimo antes de empezar el desarrollo de un nuevo producto, trabajar con los comerciales, con marketing y con los clientes, para definir bien cómo tiene que ser el futuro producto. Además, es importante hacer una bue-

na gestión de proyectos, para que las innovaciones estén listas cuando se necesitan."

Simat siempre ha estado atenta a las necesidades de los clientes y ha apostado por trabajar con los mejores proveedores de materias primas y de maquinaria para desarrollar productos que satisfagan estas necesidades.

Además, Simat ha podido contar con la ayuda de expertos externos, por ejemplo de la universidad de Barcelona. El nuevo responsable de I+D no pretende cambiar esta manera de trabajar, pero sí tiene voluntad de estructurarla y mejorarla.

NUEVA WEB

Simat estrena nueva web, un site BTB pensado para que los clientes conozcan mejor la empresa, sus productos y servicios. Pretende ser una herramienta para que puedan estar informados en tiempo real y de manera interactiva sobre sus novedades y también las del sector del vending. Apartados como noticias, links

útiles, descargas (que irán actualizando e intentarían sorprender al usuario) son algunos de los apartados que aportan contenido interesante para el canal vending&horeca; además de todo el catálogo que ofrece el grupo Simat. El site irá incorporando nuevos idiomas y contenidos para ofrecer un mejor servicio.



AROMAT[®]
Café

Nuestros cafés

AROMAT CAFÉ LUXUS - AROMAT CAFÉ GOLD
AROMAT CAFÉ EXTRA - AROMAT CAFÉ DECAF

Café de nueva generación

AROMAT Niederlassung Hamburg der DEK Deutsche Extrakt Kaffee GmbH
Am Sandtorkai 2 · 20457 Hamburg (Germany) - phone +49 (0)40 36 70 46 · fax +49 (0)40 36 64 44 - www.aromat.de · info@aromat.de

✂ Aprende a cuidarte

Artesanas PIPAS



VELARTE

con
ANTIOXIDANT

Lo mejor
del
horno

Desde 1969

www.velarte.com



Visítenos en
Alimentaria 2010 Barcelona Recinto Gran Via - Pabellón 8 Nivel 1, stand D140
Venditalia 2010: Pabellón 2, stand nº A24

Vendival presentará al público valenciano la gama de expendedoras Bianchi

El próximo día 25 de Marzo, la empresa valenciana de venta automática Vendival celebrará una jornada de puertas abiertas. Como en anteriores años, se presentará a los profesionales del sector la gama de máquinas expendedoras, Bianchi Vending; además, la empresa aprovechará el evento para comentar a los visitantes las diferentes opciones de futuro que plantea dentro del sector.

Vendival ha hecho un llamamiento a los operadores de Valencia, Alicante y Castellón para que acudan a la celebración, que será en el Hotel Abba Acteón de la capital del Turia.

Sin ser una presentación estrictamente oficial de la marca Bianchi, en la práctica el evento de este distribuidor de la marca



italiana continúa la ronda de presentaciones iniciada el año pasado en las ciudades de Barcelona, Madrid y Murcia.

Vendival es una empresa con una gran experiencia en el mundo del vending, dedicada a la comercialización y servicio técnico de máquinas expendedoras en toda la Comunidad Valenciana.

Al comprimir sus esfuerzos localmente, junto con la entrega en el trabajo y su atención al cliente personalizada, han hecho que sea una de las empresas líderes del sector en su territorio de acción.

Entre su diversificada oferta de vending, hay que señalar que Vendival oferta la instalación de Tiendas 24 horas con expendedoras multiproducto a través de su marca Openval.

Nuevo director de Global Sourcing & Supplier Development de Danone

Amadeo Adell se incorporó al Grupo Danone en 1995 como Jefe del Servicio de Compras en España. Desde entonces ha desempeñado diversas funciones en esta área tanto a nivel nacional como internacional. Desde 2004 era Director de Sourcing & Supplier Development

para España y Portugal y ahora pasa a serlo de todo el Grupo.

De esta manera, Adell pasa de tener la responsabilidad de coordinar las compras, suministros y aprovisionamientos de Danone en España y Portugal a hacerlo a nivel mundial. Danone es líder mun-

dial en productos lácteos y en otros destinados a la alimentación infantil y cuidado de la salud con más de 300 millones de clientes.

El grupo es hoy de capital francés con presencia en 120 países y una facturación que supera los 15.200 millones de euros (2008), con 80.000 empleados en todo el mundo. En España tiene plantas de producción en Madrid, Barcelona, Asturias, Valencia y Andalucía, que abastecen diariamente a 80.000 comercios.



SELECCIÓN COMPLETA DE FRUTOS SECOS

GOLOSINAS

CARAMELOS

GOMINOLAS

REGALIZ



alfer
CACAHUETS
GARRAPINA
CANDIED PEANUTS



alfer
AVELLANA
TOSTADA
TOASTED HAZELNUTS



alfer
ALMENDRAS
SALADAS
SALTED ALMONDS



alfer
CACAHUETS
SALADOS
SALTED PEANUTS



alfer
PISTACHOS
TOSTADOS
TOASTED PISTACHIOS



alfer
COCKTAIL DE
FRUTOS SECOS
FRUIT COCKTAIL



alfer
MAIZ
GIGANTE
GIANT SWEETCORN



Ctra. de Alcoa, 26 - 41440 - Lora del Rio (Sevilla) Tlf.: 955 801 886 - Fax: 955 803 371 www.frutossecosalfer.com - info@frutossecosalfer.com
















FLO S.p.A. - Sede Centrale
Frazione Ghiara Sabbioni, 33/A
I - 43012 FONTANELLATO (Parma)
Tel. +39 0521 823111
Fax +39 0521 822844
www.flo.eu - info@flo.eu

FLO DEUTSCHLAND GmbH
MÜNCHEN
Freiburger Straße 7 A
D - 79279 Wörstetten
Tel. +49 07666 8849544
Fax+49 07666 8849545
e-mail: gerhard_mack@t-online.de

FLO EUROPE Sas
Z.I. de Ruitz
Secteur des Hallots
F - 62620 Ruitz
Tel. +33 03 21578980
Fax+33 03 21578984
e-mail: flo@flo.fr

FLO VENDING
Parc d'Activités du Pont Blanc
14, rue Henri Becquerel
F - 93275 SEVRAN
Tél. +33 1 49361626
Fax+33 1 43854483
e-mail: ldelegrange@flovending.fr

NUPIK AND FLO U.K. LTD.
14 - 16 King Street
EAST GRINSTEAD
WEST SUSSEX RH19 3DJ
Tel. +44 1342 317688
Fax+44 1342 317439
e-mail: info@nupik-flo.co.uk

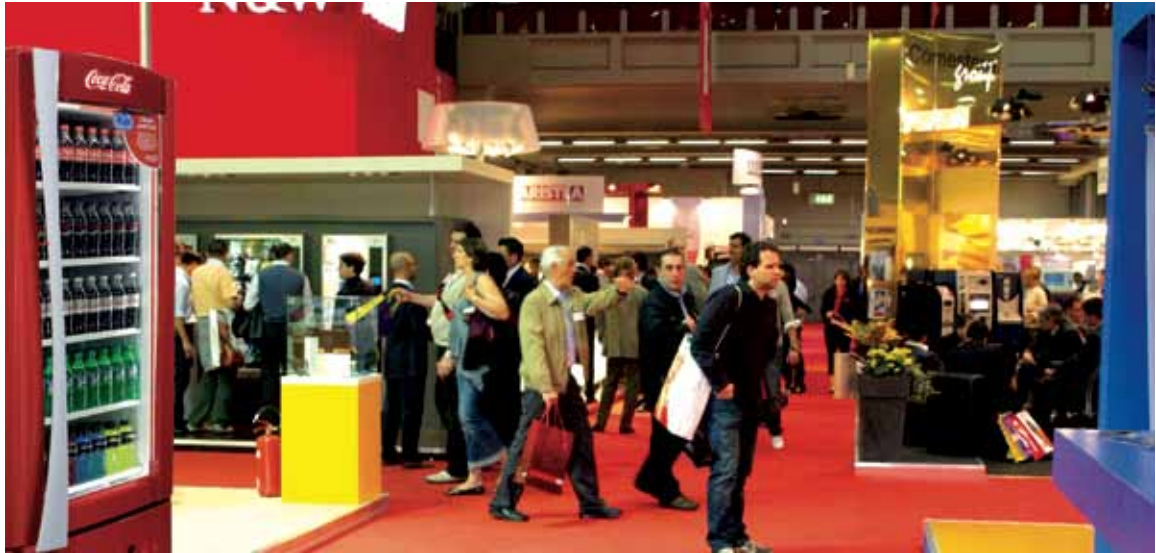
Novedades!

- Vasos "vending" en cartón
- Paletas madera



vending for professionals

Coca-Cola y Ferrero apuestan por el Vending en Venditalia



A escasas semanas de la inauguración de la feria de Vending más importante de Europa, Venditalia 2010 (del 28 de mayo al 1 de abril), la industria de la venta automática acaba de recibir un fuerte impulso tras anunciar su presencia en la expo firmas de la industria alimentaria del tamaño de Coca-Cola, Ferrero o Café do Brasil.

Especialmente significativa es la presencia de Coca-Cola, una marca que a pesar de ser número uno en las bandejas de las expendedoras de bebidas frías de medio mundo no se prodiga en este tipo de eventos.

El presidente de Venditalia, Marco Monaco, comentó a este respecto que “la participación de firmas importantes nos honra y fortalece el proceso de evolución que está experimentando el Vending en la actualidad, atrayendo poderosamente a las empresas multinacionales”.

Para este año se espera que se incremente todavía más la presencia de empresas extranjeras, que representaron un 17% del total de expositores en la última edición de Venditalia, celebrada en 2008. En aquella ocasión, se concentraron hasta 270 empresas expositoras.

El World Trade Center de México D.F. acogió un número récord de expositores

La Ciudad de México, entre los días 4, 5 y 6 de marzo, se convirtió en el principal destino de la franquicia, luego de que la 33ª Feria Internacional de Franquicias, FIF 2010, lograra convocar a casi 300 conceptos de negocios exitosos, no sólo del país anfitrión, sino de naciones como España, Estados Unidos, Argentina, Brasil, Rusia, Francia y Guatemala, entre otros.

El Director de MFV México, Jude García Aguilar, organizador de la muestra, destacó que, a pesar de las consabidas complicaciones económicas, la FIF 2010 logró crecer entre un

3 y un 4 por ciento con respecto a su edición pasada.

Por su parte, Miriam Ramírez, Manager del evento, puntualizó que en el World Trade Center de la capital mexicana se pudo disfrutar también la feria de franquicias más grande en metros cuadrados de exhibición.

La 33ª Feria Internacional de Franquicias, única avalada por el órgano rector del sector, la AMF, puso de relieve el potencial de esta industria nacional al renovar de antemano casi la mitad de las marcas o firmas participantes para esta edición.

Modelos de negocios que esta vez abarcaron sectores tan dispares como la robótica, la ecología, la tecnología láser de última generación para el embellecimiento, la comida fast-casual con alimentos saludables, y hasta la comunicación digital integrada, entre más de 250 empresas participantes.

Y si de presencia nacional se trata, al WTC acudieron en busca de los más de 35 mil emprendedores e inversionistas que le visitarán, franquicias de 18 entidades del país en todos los órdenes: ropa, calzado, salud, etc.

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

 **NECTA**

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

N&W

Alimentaria ensalza el valor de las marcas

Alineado con los objetivos de Alimentaria 2010, la octava edición del Foro Internacional de la Alimentación estará protagonizado por las marcas, sus valores y sus atributos. En el Foro, que será inaugurado por la ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Elena Espinosa, se hará público el estudio "Qué espera hoy el consumidor de las marcas.

El rol del fabricante como gestor de marca", elaborado por la consultora Synovate.

¿Qué quiere el consumidor? ¿Qué le pide a las marcas? ¿Qué le aportan las marcas? ¿Qué hacen los fabricantes ante las demandas del consumidor? Estas son algunas de las preguntas clave a las que pretende dar respuesta la próxima edición del Foro Internacional de la Alimentación de Alimentaria cuando desvele el 23 de marzo las conclusiones del estudio "Qué espera hoy el consumidor de las marcas. El rol del fabricante como gestor de marca".

El objetivo del estudio es difundir y comunicar eficazmente cuáles son los valores y atributos de las marcas ali-



mentarias, un patrimonio de la empresa y de la sociedad en su conjunto construido a lo largo de años de trabajo, esfuerzo y buena gestión empresarial.

El estudio identificará, por tanto, qué fortalezas tienen las marcas y consecuentemente qué estrategias y mensajes deben difundir para hacer más visibles esos argumentos de valor frente al

consumidor, entre los que cabe subrayar la seguridad, calidad, confianza, garantía, progreso, innovación, desarrollo, generación de empleo y de riqueza, etc...

Innoval 2010

Estrechamente relacionado con el Foro Internacional de la Alimentación, la séptima edición de Innoval reforzará el compromiso del salón en su apuesta por la I+D+i y se erigirá en el punto de encuentro entre las marcas y la innovación.

Más de 62.000 compradores visitaron la última edición de Innoval, que en Alimentaria 2010 se ubicará en el hall del Pabellón 3 y recreará a través de diferentes ejes todos los aspectos relacionados con la experiencia de compra.

Café en grano y productos solubles

Completa gama de artículos para el vending y minivending

Primeras marcas:

CoffeePot **ristora**

Tel. 93 729 64 20
Fax 93 747 90 39

vendiser
www.vendiser.com - info@vendiser.com

Completo programa de conferencias sobre la industria del café en Caffè Culture

El a priori mayor evento que se celebrará en Europa sobre la industria del café, la Caffè Culture 2010 de Londres, atraerá en sus tres días de feria a miles de empresarios y profesionales de la esfera mundial del café. Y no sólo será por el afán de aprovechar las sinergias comerciales que allí se produzcan, sino por el amplio y variados programa de actividades que la SCAE (Asociación Europea de Café Gourmet) ha dibujado de cara al evento.

Según ha publicado la organización del evento, el programa de conferencias ha sido diseñado con la intención de descubrir en profundidad los últimos desarrollos de la industria. Igualmente, cada uno de los tres días de feria se caracterizará por especializarse en una perspectiva concreta del negocio del café. Así, en el día inaugural, el miércoles 23 de junio, las conferencias girarán en torno a las directrices empresariales y a cómo adaptarse a los cambios y fluctuaciones de este mercado; en otras palabras, estrategias de mercado. Las personalidades invitadas para estas conferencias representan a algunas de las más gran-



des empresas de café a nivel mundial, como Starbucks y Caffè Nero.

Ya en el ecuador de la feria, el jueves 24, se dará paso a una perspectiva más regionalista de la industria. Es decir, se reunirá a los diferentes profesionales del café de cada parte del mundo, para comprobar las peculiaridades y diferencias culturales y geográficas entre mercados. Por tanto, serán conferencias orientadas hacia el marketing y el desarrollo comercial internacional.

En el último día, el viernes 25, se ofrecerá una visión sobre cómo ha evolucionado la industria del café para la hostelería. Se darán pistas y previsiones sobre el futuro del sector para la próxima década, tanto a nivel de tendencias, comercio y en su aspecto más lúdico. Todas las agendas de conferencias comenzarán a las 9:30 y terminarán antes del almuerzo. Recordemos que los organizadores del evento doblaron la superficie de exposición del evento para responder a la masiva demanda de expositores y visitantes que, según sus datos, alcanzarán los 10.000, convirtiéndose, de ser así, en el mayor evento de café de Europa.

CAFFÈ CULTURE - Londres

ALIMENTARIA - México



Alimentaria México, reunirá del 1 al 3 de junio de 2010 una amplia oferta de alimentos, bebidas y equipo para la industria alimentaria, el sector del catering y la hostelería. Alimentaria México representa una gran oportunidad y el punto de encuentro entre los profesionales del sector Horeca, que buscan reactivar sus negocios dando a conocer su oferta ante compradores potenciales y ante los más de 12.000 visitantes profesionales del sector que acuden a la feria. El tamaño e importancia de la zona, siendo México la primera potencia comercial de Iberoamérica, estratégicamente situada

La cita mexicana busca resarcirse tras su suspensión del pasado año

como nexo entre las Américas, favorece la afluencia y heterogeneidad de participantes.

La edición 2010 contará con un área de 12.000 metros cuadrados de exposición, en la que se presentan más de 450 empresas que representan más de 5.000 productos tales como: aceites, conservas, vinos, embutidos, enlatados, licores, especias, cervezas, etc. A fecha del noviembre pasado, la organización (Alimentaria Exhibitions y E.J. Krause de México) cuenta ya con la confirmación de más de 100 empresas participantes.

Por otro lado, Alimentaria Méxi-

co contará con el Pabellón Pymes, un esfuerzo de Alimentaria México por apoyar a los pequeños productores que buscan crecer sus negocios. Además de Restaurama, el espacio que integra empresas fabricantes y comercializadoras de equipo y accesorios para la preparación, conservación y presentación de alimentos y bebidas para el sector restaurantero. Su amplia oferta educativa y de capacitación incluirá: el 5º Congreso Mexicano de Gastronomía, la 2ª Final del Concurso Cocinero del Año, el Seminario de Logística y Distribución, el Pabellón Innoval, catas de vino, y mucho más.

NAMA - Texas

La NAMA celebrará un mejorado y más extenso programa sobre café de calidad



Aquellos que se dedican al Coffee Service o la distribución de bebidas calientes y están interesados en mejorar sus márgenes de beneficio les interesa conocer el nuevo y mejorado programa de información de la NAMA, Asociación Norteamericana de Vending, que planea implantar en la próxima edición de la feria OneShow.

El Programa de Certificación del Café de Calidad (Quality Coffee Certification Program) se llevará a cabo en dos cursos separados, uno que tratará sobre los "fundamentos básicos del café" y el otro sobre las "claves fundamentales de la elaboración del café". Este programa lectivo se perfila como una oportunidad excelente para que el personal

de ventas, directores, personal de atención al cliente, técnicos e incluso personal de transporte ahonden aún más en la profesionalización del negocio y venta de café. Entre los temas que se tocarán se incluyen: las diferencias de sabor entre las diferentes variedades de grano y denominación; el impacto del aroma, el cuerpo y la acidez en la elaboración final; el efecto positivo de la filtración de agua en el café de calidad; o cómo vender calidad y no precio.

El Programa se realizará entre las 08:00 y 15:00 del día 27 de abril y de 07:30 a 14:00 del día 28 de abril, durante la celebración de la gran feria norteamericana del vending y OCS, el OneShow de Chicago

technology is beautiful



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 · coges.es@coges.eu · www.coges.es

Todos amamos la belleza, especialmente en los objetos que vemos y tocamos cada día. Es por esto que Coges, que desde siempre hace de la tecnología y de la innovación sus distintivos, se dedica con pasión a cuidar la estética en el diseño de sus productos. Los nuevos sistemas cashless Platinum MIFARE y Platinum LEGIC, realizados en colaboración con la prestigiosa Escuela Italiana de Diseño, expresan el alma tecnológica de COGES, basada en la excelencia y en el cuidado de cada detalle.

El servicio de telemetría Freedom, ya probado en más de 3000 sistemas en Europa, ofrece una solución integrada para la conexión remota de máquinas expendedoras y la interacción con sistemas de pago en efectivo y cashless.



experience + innovation



Rock Revolution

EFFECTOS 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.**



 **NECTA**

N&W GLOBAL VENDING SPAIN S.L.
Avenida de Soria, 11-13
P.O. BOX - 28521 Colada (Madrid)
Tfno: 91 277 44 00

www.nwglobalvending.es

ES UNA MARCA DE



Todo el CONTROL en manos del OPERADOR

A FINALES DE 2009, LOS DATOS DE LA COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES CONTABILIZARON UN TOTAL DE 1,85 MILLONES DE LÍNEAS M2M, LÍNEAS DE TELEFONÍA MÓVIL QUE ESTÁN ASOCIADAS A SERVICIOS DE TELEMETRÍA Y TELECONTROL. ESTE SEGMENTO CRECIÓ UN

25% CON RESPECTO AL EJERCICIO PRECEDENTE, LO CUAL DEMUESTRA SU ALTO GRADO DE DINAMISMO. SI SE TIENEN EN CUENTA LAS LÍNEAS DE COMUNICACIONES PERSONALES Y LAS LÍNEAS M2M A FINALES DE 2009 EL TOTAL DE LÍNEAS DE TELEFONÍA MÓVIL ALCANZÓ LOS 54,7 MILLONES.

En general, por el término telemetría se entiende un sistema electrónico que, montado sobre una máquina expendedora, permite la conexión remota de los distribuidores automáticos con un sistema de gestión, permitiendo al usuario interactuar con las máquinas y los sistemas de pago instalados.

En este sistema bi-direccional, el módulo instalado en la máquina y el servidor envían y comparten información de enorme utilidad para el operador: dor envían y comparten información de enorme utilidad para el operador:

- Estado de funcionamiento de la unidad
- Cifras de ventas de los productos.
- Cálculo de rutas de distribución (y cómo recortar gastos en esta parcela).
- Ciclos de recarga de cada canal de producto.
- Número de billetes y monedas en el hopper.
- Cambio de precios y facturas.
- Resolución de problemas a distancia
- Actualizaciones y configuración del software.
- Adaptación de la oferta de productos a cada máquina, etc.



UN PROGRAMA INFORMÁTICO DE CONTROL, ADMINISTRACIÓN, CONFIGURACIÓN Y SEGUIMIENTO DE TODAS LAS MAQUINAS

Esto implica la adquisición de información esencial para el conocimiento detallado de las ventas, y sobre todo, mejora los procesos de gestión y la calidad del servicio al cliente, optimizando el trabajo de la asistencia técnica y de los encargados de la carga de las máquinas, garantizando el control de las máquinas fuera de servicio y reduciendo la posibilidad de fraude. Para el gestor, todo esto se traduce en una mejora de la imagen corporativa y una ventaja competitiva sobre los competidores, que permite amortizar rápidamente los costes iniciales de la implementación del sistema.



SISTEMAS DE GESTIÓN DE VENDING

3 EJEMPLOS DE TELEMETRIA

COGES

El sistema Freedom de telemetría de Coges ya ha sido aplicado con éxito, según la empresa italiana, a más de 3.000 distribuidores automáticos en Europa. Este sistema está basado en su módulo Comunica, un dispositivo diseñado para proporcionar conectividad GPRS a los puntos de venta (máquina expendedora, monedero o sistema de pago cashless), extraer los datos disponibles en formato EVA/DTS u otros protocolos en serie cerrados, y transferirlos al centro de control a través de la comunicación móvil.

En cuanto a la recepción, recopilación y análisis de datos, el sistema Freedom ofrece dos alternativas: la instalación de un software proporcionado

VENDINGCONTROL

La empresa establecida en Hamburgo (Alemania) vendingControl lleva desarrollando sistemas de telemetría y m2m para el sector del Vending desde el 2001. Algunos de los clientes de mayor renombre que ya han usado la tecnología de vendingControl son la empresa estatal de Ferrocarril DB, Maas International (que instalará los módulos de telemetría en 150.000 expendedoras por toda Europa) o la multinacional de filtros de agua Brita; además, han colaborado con FAS, Bianchi y N&W, entre otros fabricantes de máquinas expendedoras. Uno de sus últimos proyectos en cartera, el sistema "vC on Air" comprende la combinación de las ventajas de la telemetría (transmisión de datos a

puerta de entrada al sistema ERP. La empresa, además, puede complementar sus servicios de gestión a distancia con otras aplicaciones tecnológicas como las pruebas de conectividad o los sistemas de pago por medio del teléfono móvil.

ALLOMACHINES

La empresa francesa Allomachines lleva presente en el mercado español desde el año pasado con visitas a clientes, proyectos pilotos y algún plan de implantación masivo con una gran empresa española. La firma forma parte del Grupo Elyssom, que ya opera, según sus datos, una cifra cercana a las 10.000 máquinas en toda Europa.

Allomachines está comercializando



por Coges en el servidor del gestor, que efectúa en tiempo real el control y el seguimiento de todas las comunicaciones enviadas por el Módulo Comunica y se integra con el programa de gestión utilizado, o la gestión en modalidad web hosting en el servidor de Coges para una consulta más ágil de la información recogida, evitando la exigencia de invertir recursos por parte del gestor. El software de control suministrado por Coges, interactúa con los principales programas de gestión existentes en el mercado (VEGA - DigiSoft, Orba, Target, Distrilog).

distancia) con la tecnología multimedia y las pantallas táctiles (facilidad de uso y capacidad de atracción), en las nuevas terminales dispensadoras de café de la marca Tchibo Coffee.

El módulo GPRS/UMTS "vendingRadio" de la firma alemana es una solución de software y hardware que conecta el parque de máquinas de vending con el servidor central (llamado dataManager), que opera y controla la transmisión de datos a través del sistema ERP (sistema integral de planificación de recursos empresariales). El operador tiene a su disposición el software "infoControl" para usarlo como buscador o como

sus sistemas M2M por mes y por máquina, con todos los servicios y accesorios incluidos (caja en la máquina, las comunicaciones GPRS, los mensajes texto para los técnicos, el software con todas las informaciones, con acceso vía Internet y diversas funciones, etc.). Esta flexibilidad hace posible que el operador no se vea obligado a realizar una inversión desorbitada, ya que paga solamente un precio por mes multiplicado por el número de máquinas equipadas. En contrapartida, el operador se compromete a contratar el servicio por 36, 48 o 60 meses.

INFORME DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ



EL PRECIO DEL CAFÉ se mantiene firme pese al leve descenso en febrero

“LAS EXPORTACIONES EFECTUADAS POR TODOS LOS PAÍSES EXPORTADORES EN ENERO DE 2010 FUERON DE 7,2 MILLONES DE SACOS; ESO SITUÁ EL TOTAL ACUMULADO EN LOS CUATRO PRIMEROS MESES DEL AÑO CAFETERO 2009/10 (OCTUBRE 2009 – ENERO 2010) EN 28,4 MILLONES DE SACOS FRENTE A 31,3 MILLONES EN EL MISMO PERÍODO DE 2008/09, LO QUE REPRESENTA UN DESCENSO DEL 9,3%.”

Los precios del café descendieron en febrero en comparación con los niveles registrados en enero de 2010, y el promedio mensual del precio indicativo de la OIC bajó de 126,85 a 123,37 centavos de dólar EE UU por libra. El promedio de la 2a y 3a posición en los mercados de futuros de Nueva York y Londres bajó un 5,9% y un 3,7% respectivamente. No obstante, los precios se mantuvieron relativamente firmes, en respuesta principalmente a un suministro reducido de Suaves Colombianos y a las dificultades climáticas que afectan a muchos países exportadores, lo que contribuyó a una marcada volatilidad de los precios.

La situación, en cambio, es menos favorable por lo que respecta a los precios de los Robusta, que desde febrero de 2009 descendieron casi un 15,4% y en febrero de 2010 mostraron una diferencia de 89,98 centavos de dólar EE UU por libra con los Otros Suaves.

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS

El promedio mensual del precio indicati-

vo compuesto de la OIC descendió un 2,7%, ya que pasó de 126,85 centavos de dólar EE UU por libra en enero a 123,37 centavos en febrero. El gráfico adjunto muestra la evolución del precio indicativo compuesto diario de la OIC a partir del 2 de febrero de 2009. Se observaron correcciones a la baja en los precios de los cuatro grupos de café, en especial en los Naturales Brasileños, que descendieron un 5,4%. La diferencia entre los Suaves Colombianos y el mercado de futuros de Nueva York siguió aumentando, ya que pasó de 64,75 centavos de dólar por libra en enero de 2010 a 70,36 centavos en febrero de 2010. Ese aumento en la diferencia de precios refleja la escasez de Suaves Colombianos como resultado de la fuerte reducción en disponibilidad de café colombiano. Los precios de los Robusta descendieron un 15,4% entre febrero de 2009 y febrero de 2010, mientras que los precios de los otros tres grupos de café aumentaron. En ese mismo período la diferencia entre los Otros Suaves y los Robustas aumentó y pasó de 49,26 a 89,98 centavos de dólar EE UU por libra.

FACTORES FUNDAMENTALES DEL MERCADO

Basándose en los últimos datos procedentes de los países Miembros, se calcula que la producción total en el año de cosecha 2009/10 es de 123,1 millones de sacos, lo que representa un descenso del 3,9% frente a la del año de cosecha 2008/09. Se prevén descensos del 10,3% y del 6,3% en Sudamérica y África respectivamente. Colombia dista mucho aún de recuperar su nivel de producción de 2007/08, que fue de 12,5 millones de sacos. En Asia, sin embargo, la producción está aumentando, con mejores resultados en Indonesia y la India. Vietnam, a pesar de un ligero descenso del 2,7% en su producción, sigue siendo el segundo mayor productor del mundo después del Brasil, con un total de 18 millones de sacos que representan el 14,6% de la producción mundial en 2009/10. En América Central se espera un importante descenso de más del 26% en El Salvador.

Las exportaciones efectuadas en el año civil 2009 fueron de 94,66 millones de sacos, frente a 97,67 millones de sacos en 2008. Se calcula que el valor total de las exportaciones efectuadas en 2009 fue de 13.490 millones de dólares frente a los 15.380 millones de dólares del 2008. A pesar del aumento del volumen de las



exportaciones de Naturales Brasileños y de Robustas, los valores correspondientes descendieron ligeramente, ya que pasaron de 4.720 a 4.320 millones de dólares y de 4.280 a 3.230 millones, respectivamente. Por otra parte, el valor de las exportaciones de Otros Suaves aumentó, a pesar de un descenso importante en el volumen exportado. Por lo que respecta a los Suaves Colombianos, tanto el volumen como el valor descendieron.

El consumo mundial siguió firme y fue de 130 millones de sacos en el año civil de 2008 frente a 128 millones de sacos en 2007. Ese dinámico resultado es atribuible en gran parte al crecimiento del con-

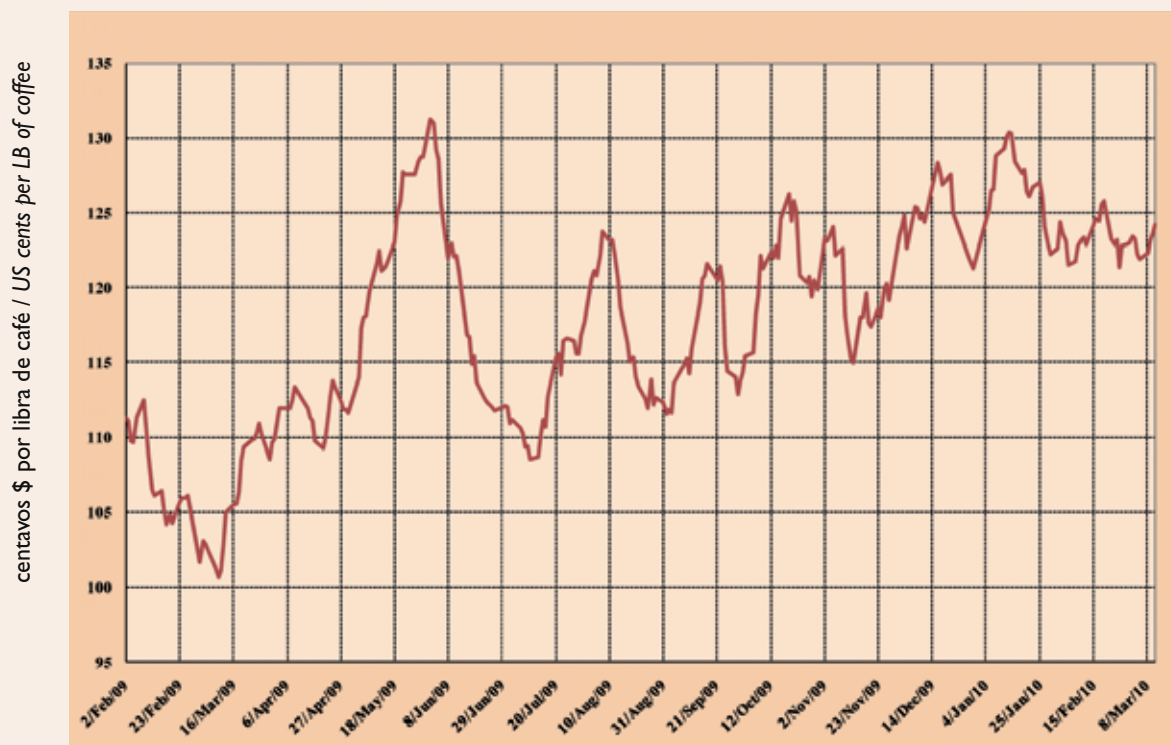
sumo interno en los países exportadores, en especial en el Brasil, y también en algunos mercados emergentes. Con respecto a 2009, hay indicaciones de que el consumo mundial alcanzará una cifra de alrededor de 132 millones de sacos. Si esa tendencia continúa, se prevé un nivel de consumo mundial de 134 millones de sacos en el año civil actual.

CONCLUSIONES

Para concluir, cabe señalar que, si bien en los cuatro grupos de café se observaron en febrero correcciones a la baja, el mercado continúa firme. Sigue aumentando la diferencia entre los Suaves Colombianos y el mercado de futuros de Nueva York debido al bajo nivel de suministro colombiano en los dos últimos años de cosecha. Los factores fundamentales del mercado siguen apoyando que los precios se mantengan firmes, dado que la demanda es activa; sólo la disminución de existencias hace posible que se mantenga el equilibrio entre la oferta y la demanda. Además, las existencias iniciales en los países exportadores para el año de cosecha 2009/10 están a un nivel bajo, mientras que el suministro de café de calidad continúa limitado.

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

Precio indicativo compuesto diario / Daily Composite Indicator Price
Medias mensuales / Monthly Average (2 Febrero 2009 - 11 Marzo 2010)



LICITACIÓN PÚBLICA DE VENDING

⇒ SALE A CONCURSO LA EXPLOTACIÓN DE LOS SERVICIOS COMERCIALES DE METRO DE SEVILLA

Metro de Sevilla, sociedad concesionaria de la Junta de Andalucía, ha sacado en licitación la explotación de la publicidad y las actividades comerciales en sus estaciones e instalaciones. En un comunicado publicado en el portal de la Junta de Andalucía, se señala que el operador adjudicatario gestionará los soportes publicitarios, cajeros automáticos, kioscos especializados y equipamiento de máquinas de venta automática.

El objetivo de esta licitación es aportar recursos económicos a la sociedad concesionaria, de manera que se contribuya así a la diversificación de la fuente de ingresos, una práctica que ya se realiza en otros metros de España.

Por otra parte, los servicios comerciales que se prestarán, como el de “vending”, servirá para dotar de mayor “calidez y dinamismo al entorno inmediato de la Línea I”, como señala la Junta de Andalucía en su comunicado.

El contrato en licitación contempla la implantación y explotación de soportes publicitarios en las estaciones, andenes y aparcamientos disuasorios, así como el equipamiento de máquinas de vending (venta automática), cajeros automáticos, kioscos especializados y, en general, la oferta de servicios complementarios para los usuarios del transporte metropolitano. Asimismo, el anuncio de licitación señala que el operador gestionará también las actividades de marketing y los actos institucionales y promocionales que se desarrollen en las instalaciones del ferrocarril metropolitano.

Las propuestas de explotación de las máquinas expendedoras y demás servicios comerciales deberán integrarse en las estaciones y no interferir el circuito y flujo de los usuarios, preservando la accesibilidad, así como el diseño arquitectónico de las estaciones y la identidad corporativa de Metro de Sevilla.



⇒ ADJUDICADAS DOS LICITACIONES DE SERVICIOS “VENDING” EN BADAJOZ Y BARCELONA

Las firmas Albie, S.A. y Grup Ibvending se han llevado sendas licitaciones de vending en las provincias de Badajoz y Barcelona, respectivamente. Mientras que Albie, S.A. se adjudicaba un concurso para la explotación de las cafeterías y máquinas de vending de los hospitales Infanta Cristina y Perpetuo Socorro del Área de Salud de Badajoz, el Grup Ibvending hacía lo propio convenciendo al Departamento de Interior, Relaciones Institucionales y Participación de Cataluña con su oferta para suministrar alimentos y bebidas mediante máquinas expendedoras a las personas detenidas en el Área de Custodia de

Detenidos de las Corts. Ambos contratos tienen una duración de dos años.

El concurso ganado por Albie fue anunciado el pasado mes de noviembre y tenía un presupuesto base de licitación de 291.100 euros (IVA incluido). La empresa, con sede en Madrid, se adjudicó la licitación por importe total de 244.600 euros, casi 45.000 euros por debajo del precio inicialmente fijado por la administración extremeña.

Por su parte, la empresa catalana Ibvending se hizo con la explotación del servicio vending del centro penitenciario de las Corts por el precio mínimo fijado por la Administración en el anuncio de licitación, 510.528 euros. El Grup Ibvending es un operador nacional con delegaciones en Valencia, Tarragona, Lleida, Vilanova y la Geltru, Madrid, Málaga, Sevilla, Vitoria, Santa Cruz de Tenerife y Gran Canaria.

⇒ MÁS DE 90 PLAZAS DE VENDING EN LICITACIÓN EN EL PAÍS VASCO

El Hospital Donostia-Donostia Ospitalea de San Sebastián ha sacado a licitación 91 plazas de vending y la explotación de una cafetería-comedor dentro de sus instalaciones. La oferta por el servicio "vending" y de cafetería deberá presentarse en un solo lote antes de las 14:00 horas del día 22 de abril. El presupuesto ha sido fijado en 2.400.000 euros y la duración del contrato será de 8 años.

Las 91 máquinas que establecen las bases técnicas del concurso se reparten en 18 expendedoras de refrescos, 11 dispensadores de agua, 4 de zumo natural, 40 máquinas de café, 15 de sólidos y 3 de sandwiches calientes.

Sobre un máximo de 60 puntos, los criterios de valoración de las diferentes propuestas puntúan de la siguiente manera: el canon más rentable para el adjudicatario



puntúa 21 puntos; los precios de la cafetería-comedor para el público, 3 puntos, mientras que para el personal del centro, 1 punto; los precios de las máquinas expendedoras, 4 puntos para el público y 1 punto cuando se refieren a personal del centro. Por último, se han reservado 30 puntos para mejoras con respecto a las bases técnicas de la licitación.

Todos los datos de contacto sobre esta licitación se encuentran en hostelvending.com.

⇒ ADJUDICADO EL ÚLTIMO LOTE PARA EL SERVICIO DE VENDING DE LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

La Universidad de Zaragoza ha anunciado en el Boletín Oficial de Aragón la adjudicación definitiva del contrato para la instalación y explotación de máquinas expendedoras de bebidas y alimentos en tres diferentes zonas de la Universidad, del que ya se hizo eco hostelvending.com en su momento.

Recordar que el contrato ofertaba tres lotes diferentes, fijándose como presupuesto mínimo anual de licitación para cada uno de ellos la cifra de 52.200 euros (IVA incluido). Serventa se adjudicó los Lotes 1 y 3. El contrato del restante y último Lote 2 ha ido a parar finalmente a manos de la empresa AB Servicios Selecta España, S.L.

Los importes (IVA incluido) por los que Selecta España se adjudicó el contrato para el Lote 2 son los siguientes: del 16-12-2009 al 31-8-2010: 68.444,84 euros; del 1-9-2010 al 31-8-2011: 96.628,00 euros; del 1-9-2011 al 31-8-2012: 96.628,00 euros. En total, 261.700,84 euros.

⇒ SE DECLARA DESIERTO UN CONCURSO DE HOSTELERÍA Y VENDING EN EL HOSPITAL DE TALARRUBIAS, BADAJOZ

La Gerencia del Área de Salud Don Benito-Villanueva de la Serena declaró desierto el procedimiento abierto de contratación que abrió el pasado mes de octubre para abastecer el servicio de hostelería y vending del Hospital Siberia-Serena de Talarrubias, en la provincia de Badajoz.

El presupuesto base de esta licitación, que apareció publicada en hostelvending.com el pasado mes de octubre, era de 168.800 euros (IVA incluido). No obstante, transcurrido el plazo dado por la Administración para la presentación de ofertas - que concluía el pasado 9 de noviembre - no se recibió ninguna propuesta ni solicitud en las oficinas de la Gerencia del Área de Salud.

Tras la declaratoria de desierto de una licitación pública, es habitual la apertura de una segunda convocatoria por parte de la Administración, con o sin revisión del canon fijado en el concurso inicial.



El Hospital de la Siberia-La Serena es un hospital adjunto al Hospital Don Benito-Villanueva, en la provincia de Badajoz, que da servicio a una población total de 35.000 habitantes repartidos en 25 localidades en el área. Unos 175 profesionales trabajan en sus instalaciones, que ocupan una parcela total de 49.000 metros cuadrados, con 26 habitaciones para hospitalizaciones.

⇒ LICITACIÓN EUROPEA DE VENDING EN LA CIUDAD DE SUNDERLAND

Según se publica en el Diario Oficial de la Unión Europea, el Ayuntamiento de la ciudad británica de Sunderland oferta, en concurso público y abierto a todas las empresas de la UE, un contrato para cubrir el servicio de Vending en diversas instalaciones y edificios dependientes del adjudicador.

El contrato incluye la instalación de un número indeterminado de máquinas expendedoras, así como la provisión y abastecimiento de productos para las máquinas, la gestión del efectivo y el mantenimiento supervisado del parque instalado. El contrato tendría una duración de 60 meses desde su firma. En cuanto a los criterios para su adjudicación se subraya la capacidad de ofrecer una oferta lo más económica posible dentro de los términos incluidos en los pliegos de la licitación. Todas las ofertas presentadas deberán estar escritas en inglés. La fecha límite es el próximo 6 de abril.

Para obtener toda la información sobre el concurso, visítel hostelvending.com.

LO HEMOS VISTO EN LA TELEVISIÓN. EL GANADOR DE UN CONCURSO NO SÓLO ES EL MÁS LISTO, SINO TAMBIÉN EL MÁS RÁPIDO Y EL QUE CONOCE LAS REGLAS QUE HAY QUE JUGAR PARA LLEVARSE EL PRIMER PREMIO. EN ESTA ANALOGÍA CON LOS CONCURSOS PÚBLICOS PARA LA EXPLOTACIÓN DE PLAZAS DE VENDING, EL QUE SE LLEVA "EL GATO AL AGUA" RESULTA SER EL OPERADOR MÁS PROFESIONAL Y OPORTUNO. HOSTEL VENDING HA CONTACTADO A ALGUNAS DE LAS EMPRESAS ESPECIALIZADAS EN LA INSTALACIÓN DE MÁQUINAS EXPENDEDORAS A TRAVÉS DE LA ADJUDICACIÓN DE CONTRATOS OFERTADOS POR ENTES PÚBLICOS. EN ESTE ÁMBITO, NOS CONCENTRAMOS EN LAS CLAVES



OBJETIVO:

GANAR EL CONCURSO

Tanto en nuestra sección de Licitaciones, como en el portal de noticias hostelvending.com, nos hacemos eco del continuo goteo de ofertas y adjudicaciones de contratos para cubrir los servicios de Vending en hospitales nacionales. Los concursos son públicos y abiertos, por lo que cualquier operador puede presentar sus propias ofertas al adjudicador. Las claves para convertirse en el adjudicatario se resumen en cuatro palabras: Calidad, Servicio, Tecnología y Precios.

PRIMER CONTACTO

El primer paso es atrapar las ofertas que la Administración pública vaya ofertando. Para ello, es vital estar al día o incluso adelantarse al anuncio del concurso. Después es el momento de que el departamento comercial haga bien su trabajo. A la hora de contactar con los responsables de la adju-

dicación del centro hospitalario, conviene siempre tener en cuenta que cada cliente tiene sus propias condiciones y necesidades, por lo que el nivel de adaptación del operador debe ser máximo. El contacto con hospitales es complejo; una de las formas de acceder a ellos es contando con colaboradores o proveedores de prestigio que ya trabajen con el centro. En la serie de encuentros que el equipo comercial consiga establecer, hay que presentar claramente qué es lo que su empresa puede ofrecer, qué valores añadidos pueden aportar con respecto a los que ya establecen o los que ofrece la competencia. Hay que intentar ir más allá de lo que los pliegos de condiciones económicas y técnicas establecen.

El operador andaluz Ariza Vending está presente en hospitales de cinco regiones autonómicas, en once centro en total.

Según su gerente, Juan Manuel Pérez, durante el 2010, Ariza Vending tiene previsto expandir su presencia en más de 50 hospitales españoles, e incluso dar el salto a países de la Unión Europea. En palabras de Juan Manuel Pérez: "A la hora de estrechar lazos con el hospital simplemente es necesario ser sinceros en los servicios que la empresa es capaz de realizar y presentarlos con la mayor claridad posible. Es muy habitual el descontento del hospital tras el montaje cuando no se cumple con lo ofrecido. En este caso la permanencia en ese hospital tiene una caducidad irrevocable. En los Hospitales las máquinas vending y sus aplicaciones vienen determinadas por varios factores a tener en cuenta: necesidad del servicio, calidad de los productos, calidad de los servicios prestados por la empresa adjudicada y, como no, precios de venta y canon a pagar. Para ello debes demostrar la

ESPECIAL LICITACIONES VENDING EN HOSPITALES - ESPECIAL LICITACIONES VENDING EN HOSPITALES

solvencia y capacidad técnica de la empresa para afrontar dicho proyecto”.

Selecta es una empresa multinacional con presencia en hospitales, centros comerciales, universidades, estaciones de transporte, etc. Desde el departamento de marketing, Diana Gómez apunta que una de las estrategias del departamento comercial es mostrar una oferta más ampliada en una segunda entrevista con los responsables del hospital. En este sentido, se ensalza la amplitud de la oferta de productos y la capacidad de ajustarla a las necesidades del cliente. Al mismo tiempo, se ensalzan las virtudes visuales del área de vending a través de un fotomontaje previo para que el cliente vea el efecto que producirá den-

sumo, servidores modernos con software de control total de actividades y averías de las máquinas, ya sean por comunicaciones GPRS o a través de las mismas redes corporativas de los centros hospitalarios (web 2.0 y tecnología .net)”, indica el gerente de Ariza Vending.

Una estrategia para ganarse la confianza del hospital es flexibilizar la oferta, haciendo una diferenciación entre los precios para el personal del hospital y los precios para el público general. “Para la ejecución de este diferenciación de precios se suelen usar sistemas de tarjeta, RDIF o incluso sistemas biométricos, como los proporcionados por Coges-Impulsa, NRI, MEI, etc.”, apunta Juan Manuel Pérez. Por su parte, Selecta ofrece

que establezcan los sistemas sanitarios o gubernamentales. Entre ellos está la idea del producto “saludable” y la implantación de sistemas de optimización del consumo energético y del reciclaje de los desechables (gestión medioambiental). A este respecto, el proyecto de la Ley de Seguridad Alimentaria, que recientemente finalizó su audiencia pública como anteproyecto, favorecerá la inclusión de los productos con bajo contenido en sal, azúcares y grasas, con especial incidencia en los snacks.

Por otra parte, existen iniciativas – aún minoritarias – por parte de entes públicos para la introducción de productos de Comercio Justo en sus expendedoras. “Al respecto sobre los productos de Comercio Justo, desde mi opinión, no son los más valorados en los hospitales”, dice José Manuel, que argumenta que “lo que se pretende es dar la mejor calidad de producto, al mejor precio y obteniendo el mayor beneficio para el centro. Y a estas premisas, precisamente, es complicado aplicar productos basados en esta política”.

Otra idea ligada al objetivo de estrechar una relación duradera con el centro, así como para incentivar la compra por parte de los clientes es la publicidad en máquinas y packaging. A este respecto, Alliance Vending, llevó recientemente a cabo una campaña solidaria junto con el Hospital de Fuenlabrada (Madrid), en el cual operan las áreas de vending. Con el afán de sensibilizar sobre las donaciones de sangre, se manda este mensaje al consumidor a través de los vasos de bebidas calientes y los muebles de las expendedoras.

En ocasiones, los contratos de licitaciones incluyen varios lotes de servicios a cubrir. Ligado al servicio de máquinas automáticas, es corriente encontrar otro contrato (independiente o no) relativo al servicio de Cafetería, Cantina o Restauración. En estos casos, el operador de Vending puede establecer una colaboración con otra firma que se especialice en esta área. “Es una opción cada vez más habitual”, reconoce José Manuel Pérez. “Estas colaboraciones se producen por la especialización cada día más necesaria en el sector del vending y es interesante para los contratistas de las cocinas centrales o de las cafeterías de los hospitales”. Eso sí, recordemos que la singularidad de las condiciones de cada contrato y de cada centro es siempre santo y seña en esta forma de comercializar el Vending.



tro del hospital. En otras palabras, se intenta dar una imagen “animada” del área de expendedoras, a través de la debida reposición de productos (incluyendo al menos una novedad cada mes) y de la actualización de la cartelera en los muebles. No obstante, para la responsable de marketing de Selecta, “el servicio es lo más importante”.

CALIDAD Y TECNOLOGÍA

Los operadores de Vending se apoyan en las marcas líderes, tanto en su gama de productos como en el fabricante de las máquinas y de los accesorios tecnológicos.

Así, “se ha de contar con nuevas tecnologías que te diferencien de la competencia: sistemas de pagos alternativos (tarjetas, billeteiros, RDIF, etc.), identificación por biométrico para el control del con-

la posibilidad de entregar un tarjeta propia al personal o usuarios habituales del centro, con la que éstos obtienen descuentos especiales.

La calidad de servicio se extiende a los productos y a la atención del personal técnico ante cualquier incidencia. La predilección por las marcas más populares o a marcas propias más accesibles en cuanto a bebidas y alimentos está condicionada por el presupuesto de la licitación. En cuanto a la eficacia del servicio técnico no debe haber condiciones; tiene que ser total.

VALORES AÑADIDOS

Tal y como nos comenta José Manuel Pérez, “hay una concienciación cada vez más extendida a cumplir por parte de los Hospitales, todos aquellos acuerdos

UN vending DIFERENTE

LAVAKAN Lavado de mascotas



Lavakan es una cabina automática para el lavado mediante hidromasaje (con agua pulverizada a presión) y secado de perros y gatos. Es una nueva alternativa para los propietarios de mascotas, ofreciendo bienestar al animal con un lavado rápido, cómodo y seguro, con inferior a métodos convencionales.

un coste

nales. El champú se mezcla automáticamente en el proceso de lavado y se puede graduar la cantidad. Al no frotar el pelo, hidrata la piel y le da elasticidad. Las temperaturas del agua y aire están controladas por ordenador, asegurando que se lavan y secan siempre en las condiciones óptimas.

ENOMATIC Smart



La filial española de esta empresa italiana llevará la gama de dispensadores de vino a la feria Alimentaria de Barcelona. Su nuevo modelo Smart combina funcionalidad con un diseño moderno y pulcro. La cámara de frío, que mantiene el vino a temperatura ideal, tiene capacidad para cuatro botellas, que son fácilmente introducidas gracias al frontal reclinable. La dosificación es totalmente ajustable, con lo que es un producto que se adapta tanto a los bares de vinos y servicios de hostelería, como al consumidor en el hogar.

PROMETEA Minitrailer



El fabricante italiano Prometea innova en el sector de la venta automática de leche con una expendedora portátil, adaptada a un remolcador para vehículos. La cámara refrigerada de la máquina tiene capacidad para 400 litros de leche y es totalmente autónoma, gracias a su generador eléctrico y baterías adicionales. Además, está equipada con un sistema interior de auto-lavado. El panel de expedición se encuentra en uno de los laterales. No dispone de envases, ya que el modelo está pensado para explotarse en campings, mercados, cerca de áreas residenciales, etc.

SEGA EUROPE Expendedora de Medallones

Esta original propuesta ha sido desarrollada por Dedem y es distribuida por Sega Europe. Se trata de una máquina de reducidas dimensiones, que graba el nombre del usuario (o el texto que desee) en una placa identificativa de acero, de estilo militar (disponible en 3 modelos), que posteriormente dispensa al comprador. Una idea pensada para parques de ocio, centros comerciales, discotecas, etc. que se puede vender como regalo, medalla para la mascota, colgante de identificación para la maleta, llavero, etc.



UN VENDING DIFERENTE - UN VENDING DIFERENTE



RETRANOR JOFEMAR

Máquina de leche

Esta nueva solución presentada por la empresa Retranor, en colaboración con el fabricante Jofemar, podría revolucionar el segmento de la venta automática de leche en nuestro país. Con la ayuda de una máquina de vending refrigerada, y de las pequeñas envasadoras con las que suelen contar los explotadores, se puede vender la leche directamente en su bolsa de plástico, evitándose cualquier otro procesamiento. Esto puede suponer un incremento del 300% en los beneficios para el productor, según han afirmado responsable de Retranor a HOSTEL VENDING.

Otra ventaja es que crece la seguridad higiénica, al ser un producto envasado individualmente, además que se evita el costoso trabajo de limpieza e higienización de las máquinas especiales de leche que llegan a nuestro país, principalmente desde Italia, que suelen ser mucho más caras.

La “telefarmacia” es posible gracias a esta empresa canadiense, que ha desarrollado un sistema fiable y accesible las 24 horas para la distribución de medicamentos. Los clientes de estas expendedoras reciben sus medicinas después de insertar las recetas en una ranura habilitada en la máquina, que cuenta con un sistema RFID de identificación. La terminal presenta además la novedad de que los usuarios se pueden comunicar directamente con el farmacéutico a través de vídeo, incluso en horas intempestivas. La información para los interlocutores se multiplica: fechas de caducidad, multi-idioma, temperatura del producto, historial del paciente, imágenes del producto, etc. Además, al contar con cámara, graba los posibles ataques vandálicos.

PHARMA TRUST

MedCentre



ROESLER

Serie FWA



La venta directa de productos frescos no es sólo ámbito de los lácteos. Los productores y agricultores de frutas y verduras españoles también pueden sacar mayor beneficio gracias al Vending. La serie de expendedoras FWA de la firma alemana Roesler está pensada especialmente para este mercado. Sus diferentes modelos con 16, 32+4 y hasta 72 compartimentos dejan los productos a la vista del comprador, que adquiere sus productos de forma sencilla mediante un sistema de pago que acepta tanto billetes como monedas. Pensadas para su instalación al aire libre, estas expendedoras están fabricadas con materiales inoxidables, por lo que soporta las inclemencias del tiempo.



AQUATIK

Artículos de natación

La empresa francesa Aquatik se especializa en la distribución de artículos de natación a través de máquinas expendedoras en piscinas y centros deportivos. A esta gama principal, se une otra línea de artículos para patinadores (gorros de invierno, guantes, bufandas, cordones, calceti-

nes, etc.). Todos sus artículos se dispensan en embalajes especialmente adaptados al vending, particularmente para máquinas de espirales simples. Su gama actual “Piscinas” incluye más de 70 referencias: 27 modelos de bañadores, 20 gorros de natación, 9 gafas de natación...

DEMANDAN que se retire la obligación de “expende” facturas en Cataluña

Continúa la batalla de los operadores catalanes para cambiar la nueva Ley de Consumo que, en fase de anteproyecto, está debatiendo el Parlament autonómico.

Recordamos que el anteproyecto de dicha ley recogía la obligatoriedad de incorporar en todas las expendedoras un sistema que permita al usuario obtener un comprobante de compra.

La medida cogió por sorpresa a los empresarios catalanes del vending, más todavía, por el momento en que se está planteando. La incorporación de un mecanismo de emisión de tickets, además de caro, puede ser inviable o no rentable en muchos modelos de máquina.

Ante esta tesitura, voces representativas del vending en Cataluña ya se han hecho notar. Éste es el caso de la Asociación Catalana de Vending, que constituyó dos comisiones, una de operadores y otra de proveedores, para que elaborasen

un informe sectorial que refleje la inviabilidad de esta medida.

El informe se ha presentado a la Agencia Catalana de Consumo, y no se ha descartado acudir a los partidos políticos de la oposición para que presenten enmiendas a dicha ley.

Según el proyecto de ley, las máquinas expendedoras deberán contar con un mecanismo de compra, donde se hará constar el nombre o razón social del prestador del servicio, NIF y dirección cumplida del establecimiento físico, los bienes adquiridos o servicios prestados e importes de cada uno, el importe total, los impuestos o tasas aplicables y su importe, además de la fecha



de transacción.

El proyecto también establece otras obligaciones en materia de normalización lingüística que también afectan al Vending. Así las impresiones, rótulos y displays de producto de las expendedoras deberán estar en lengua catalana.

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



DESDE 1983

NUEVA IMAGEN CON TAPA PEEL-OFF



LÍNEA DE BOTES DULCES TRANSPARENTES



LATAS DE FRUTOS SECOS PARA MÁQUINAS DE PATATAS

MÁS VARIEDAD = MÁS VENTAS



Polígono Industrial Fridex, calle 4, parcela 79 - 41500 Alcalá de Guadaíra (Sevilla) España
Tlfo: 955 631 013/Fax 955 630 595 - Tlfo. Export: +34 955 630 179 - Fax Export: +34 955 630 595 - mail: info@salysoles

www.salysol.com

El “REVERSE-VENDING” llega a Euskadi de la mano de Resolur Vending

La tecnología “reverse-vending” ha llegado a Euskadi con la instalación de compactadoras ecológicas de residuos de vending en el Instituto de Construcción Bizkaia de Arrigorriaga.

Desde hace unos días, los alumnos y profesores de este centro educativo, después de consumir su bebida, introducen el envase en la máquina “reverse-vending”, donde se separa y compacta, quedando preparado para su posterior reciclaje. El Instituto de Construcción Bizkaia fue creado por el Departamento de Educación, Universidades e Investigación del Gobierno Vasco y es el portaestandarte de las nuevas tecnologías en el ámbito de la construcción. En el ideario del centro se pone de manifiesto su particular sensibilidad por la calidad de la educación y por la sostenibilidad y el medio ambiente, siendo el primer centro educativo del estado en lograr la Certificación ISO 9001, dis-



poniendo también del sello AENOR y la certificación sobre gestión medioambiental Ekoscan.

Después de ser pioneros en la educación medioambiental, ahora su sensibilidad por el reciclaje les ha llevado a incorporar máquinas compactadoras de residuos Eurocompact como solución a la gestión de los residuos de su servicio de vending.

La operadora vasca Resolur Vending se incorpora de esta forma al selecto grupo de gestores de vending que ofrecen a sus clientes esta solución de vanguardia en Europa y pone en práctica su propósito de colaborar con sus clientes en la gestión medioambiental y el reciclaje de los residuos.

Resolur Vending ha recurrido a Apporto Supplies, importadora de Eurocompact, para implementar esta innovadora solución a la gestión de los residuos.

El negocio de las máquinas expendedoras de DVDs podría explotar este año

De acuerdo con un análisis de mercado realizado por Deloitte, se prevé un boom en la explotación de máquinas expendedoras que ofrecen alquiler y venta de películas, música y video-juegos. La reputada empresa consultora predice que el inicio de este florecimiento del “video-on-demand”, o películas a la carta se producirá este mismo año 2010.

Internet es concebido por casi todo el mundo como el medio que va a acaparar el intercambio de archivos de gran tamaño. Sin embargo, existe una vía abierta

para la distribución de DVDs físicos por medio de máquinas expendedoras.

Deloitte, que opina que estas máquinas doblarán su número a lo largo del año, se basa en la facilidad de uso de los distribuidores automáticos y en el precio cada vez más asequible del producto. De hecho, el precio medio del alquiler en Estados Unidos, solamente 1 dólar por noche, debe servir de guía para que este negocio resulte más rentable que cualquier suscripción a un servicio de descarga online, el precio de compra del DVD



o una suscripción al videoclub.

Se trazan, asimismo, una serie de condicionantes que deben salvarse para que se produzca el crecimiento de este segmento; a saber: que la distribuidora de las películas retrase en varias semanas la disponibilidad de sus títulos en máquinas de vending para favorecer la venta directa. Los planes de alquiler de DVDs a “bajo coste” son otro de los retos de este negocio.



Puede que no tenga el poder de marketing de una gran multinacional del café, pero el malagueño Iván Sierra puede acabar resultando mucho más encantador para las empresas de OCS que utilizan las máquinas diferentes máquinas de café en cápsula.

La empresa de la Costa del Sol Ne-cap ha ideado un sistema que rompe con el sistema cautivo de las marcas que comercializan su producto ya envasado. Utilizando un tipo de cápsulas similar a las ya existentes en el mercado, pero vacías, es el propio usuario de la máquina el que decide qué tipo de café - y a qué precio - introducirá en las mismas.

Las cápsulas poseen un borde adhesivo que se adhiere a una

Un malagueño presenta un sistema de cápsulas que abarcará todas las marcas

tapa de aluminio, aislando el café y operando dentro de la máquina de igual forma que las originales.

El ahorro para el usuario de la máquina puede ascender hasta los 270 euros, según declaraciones del propio Sierra a HOSTEL VENDING. Teniendo en cuenta que en sus declaraciones se refiere al canal Hogar, este ahorro, de ser cierto, se podría multiplicar por 3 o por 4 en el caso del vending cautivo en oficinas y centros de trabajo. Al mismo tiempo, el operador recupera su independencia con respecto a un sistema concreto.

El precio de una caja de 100 cápsulas de Ne-cap es de 9,90 euros y sus responsables aseguran que ya venden más de 80.000 unidades al mes en todo el mundo. En este sentido, el sistema es compatible con sistemas cerrados como los de Senseo, Dolce Gusto, Tassimo o Nespresso; además se pueden utilizar para elaborar otro tipo de bebidas calientes, como leche, chocolate o infusiones.

Una ley municipal obliga a los comercios a instalar máquinas de preservativos

Buenos Aires se va a llenar de máquinas expendedoras. Como consecuencia de una nueva ley municipal, todos los bares, restaurantes y pastelerías de la capital argentina estarán obligados a instalar máquinas de venta automática de preservativos.

De acuerdo con la ley municipal nº 3320, "los locales deberán instalar en forma obligatoria máquinas expendedoras de preservativos o venderlos en cajita y poner carteles que expliquen su uso y la prevención de enfermedades de transmisión sexual".

Para los operadores de minivending, esta medida va a resultar una auténtica bendición. Para los hosteleros, sin embargo, la decisión tomada por el jefe de Gobierno de Buenos Aires, Mauricio



Macri, resulta una incomodidad, tanto por la instalación de un producto que se considera, en ciertos casos, ajeno al negocio, como por la señalización de las

instrucciones de uso. Y es que las multas por incumplimiento de la norma podrán alcanzar los 10.000 pesos.

NOTICIAS DESDE MÉXICO

En otro orden de cosas, desde las Américas llegan más noticias de interés para el operador de vending. En este caso, la compañía eléctrica federal mexicana (CFE) ha anunciado que planea instalar este año máquinas expendedoras de bombillas de ahorro de energía en sus centros de atención al cliente. La empresa, equivalente mexicano a lo que en España vendría a ser una firma como Endesa, pone de este modo en práctica su intención de incentivar la venta de bombillas de bajo consumo entre sus clientes, a través del canal vending.



LOS BANCOS SE REBELAN contra la imposición de tasas a los cajeros automáticos

Hostelvending.com publicó el año pasado el resultado de una sentencia del Tribunal Supremo que daba la razón a un ayuntamiento, en su litigio contra una entidad bancaria, en su derecho a imponer una tasa municipal a aquellos cajeros automáticos que ocupasen parte de la vía pública.

De aquella advertíamos sobre el peligro de que la sentencia del TS abriese la veda para que otros entes locales aprobasen esa tasa. No es de extrañar, puesto que se calcula que el endeudamiento de los municipios españoles se sitúa por encima de los 30.000 millones de euros.

No es que en nuestra Redacción sintamos lástima por los pobres bancos, o que

pensemos que esta tasa suponga ya ensañarse con un tipo de negocio que ha sufrido mucho durante los dos últimos años.

Ironías aparte, el peligro de esta decisión del TS es que muchos entes locales ya están estudiando imponer este tipo de tasas, no sólo a los cajeros automáticos, sino también a sujetos mucho más humildes, como son los operadores de vending que sitúan sus máquinas ocupando la vía pública.

Sin ponernos en contra de medidas que pretendan sanear las cuentas públicas del último eslabón de la gestión administrativa, no podemos comparar una entidad bancaria con una pyme de vending, por mucho

que se nos quiera imponer lo contrario.

Los responsables de las diferentes entidades financieras, por su parte, se resisten a estas tasas, y ya ha comenzado a desfilar por los juzgados españoles una hilera de recursos recurriendo las mismas. Por ejemplo, en Oviedo, donde después de distribuir una circular entre todas las oficinas bancarias del municipio solicitando un listado de sus cajeros automáticos, el gobierno municipal se ha encontrado con la oposición de los bancos afirman que sus cajeros automáticos no ocupan la vía pública, condición *sine qua non* para aplicar las tasas, según la jurisprudencia establecida por el TS con su última sentencia sobre el caso.



SISTEMA ELÉCTRICO DE ANTICONDENSACIÓN

Productos con garantía
Protégelos de la condensación

STEGO STEGOTRONIC, S.A.
c/. França, N° 20 Nave 2
Poligono Industrial Las Comas
08700 Igualada (Barcelona) España
Tel. +34 (0)93 80660 26 Fax +34 (0)93 80660 57
e-mail: stegotronic@stegotronic.es/ www.stegotronic.es

Higrostató electrónico
EFR 01246.0-01
AC250V-50Hz-50% rF

Resistencia calefactora PTC
CS 02800.0-00
AC 230V-150W



Los AUTÓNOMOS DEL VENDING pueden elegir su base de cotización a la Seguridad Social

Todos los años, miles de personas deciden emprender un negocio de vending en nuestro país. Ya sea para ganarse un complemento salarial, como actividad secundaria a otra principal, o bien dedicándose a jornada completa a este negocio, el atractivo del Vending sigue siendo una inversión moderadamente baja y unos recursos humanos no excesivamente numerosos.

Aunque desde HOSTEL VENDING siempre apoyamos la llegada de nuevos emprendedores, nunca aceptaremos las prácticas antiprofesionales que, precisamente por las ventajas que presenta el Vending, hacen dejadez de la atención necesaria en áreas como el servicio posventa, el cumplimiento de las regulaciones sanitarias o el descuido de la estética y el diseño. Es obvio porqué, puesto que todas estas conductas lo único que hacen es tirar por el suelo muchos años de duro trabajo de una industria especializada para transmitir la nueva imagen del Vending al consumidor.

Desde estas páginas, seguiremos dando pistas a todos aquellos que se quieran incorporar a este sector, pero sólo para aquellos que quieran centrarse únicamente en el Vending, recomendando a aquellos otros que quieran sacarse un "dinerillo" extra que cesen en su empeño. No ya porque vayan a desprestigiar la imagen de nuestro sector, sino porque,

además, no les va a funcionar.

Esta industria ha alcanzado ya un nivel de competitividad tan alto que ya no valen las chapuzas.

OPERADORES AUTÓNOMOS

Para este año 2010, el Ministerio de Trabajo, en desarrollo de las normas de cotización de la Seguridad Social, ha fijado para los trabajadores autónomos dedicados al comercio al por menor por medio de máquinas expendedoras la posibilidad de elegir como base mínima de cotización durante el año 2010, 841,80 euros mensuales, o una base de cotización de 738,90 euros mensuales. Por otra parte, y siempre atendiendo al cumplimiento de las regulaciones sobre salud, hay que tener mucho cuidado cuando el producto que se expende es tabaco.

Tras regularizarse, a principios de este año, la venta de tabaco a través de máquinas de vending en los más de 25.000 kioscos que existen en nuestro país se abrió una puerta al sector. A este respecto, las máquinas deben llevar siempre una etiqueta donde, además de la marca, modelo y número de serie, se incluirá un código estadístico, de origen interno del comisionado del tabaco.

Las autorizaciones para instalar máquinas expendedoras de tabaco hay que presentarlas ante el Comisionado para el Mercado de Tabacos, previo abono de las tasas.



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 65 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 preresvestimiento 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 wolfstee toekomstlaan, 30 cp b-2200
herentals - Belgium - tecnovending@tecnovending.com

EVERPURE®

WATER YOU CAN TRUST®

el secreto del mejor
ZUMMO

**100% ZUMO NATURAL
SABOR AUTÉNTICO
NO EXPRIME LA CORTEZA**

**Nueva
ZUMMO
Vending**
modelo ZV25

Única máquina del mercado que **no esconde su sistema de exprimido.**

Les presetamos la nueva máquina ZUMMO VENDING, con un diseño más actual y compacto ideal para locales que quieran ofrecer zumo de naranja **recién exprimido y refrigerado** de forma automática.

TUV
Sistema de control de calidad
NF-EN 15195:2004 (DIN EN 15195)

TUV
Máquina de control de calidad
NF-EN 15195:2004 (DIN EN 15195)

...está en su sistema de exprimido

www.zummo.es **ZUMMO**
FABRICACIÓN Y DESARROLLO
DE EXPRIMIDORES AUTOMÁTICOS DE CÍTRICOS

Cádiz, 4 - 46113 MONCADA Tlf. +34 96 130 12 46
(Valencia) Spain Fax +34 96 130 12 50

El Ayuntamiento de Vitoria se apunta a expender productos de Comercio Justo



Más de 100 expendedoras de bebidas calientes, snacks y productos alimenticios, repartidas en 21 dependencias municipales dependientes del Ayuntamiento de Vitoria van a distribuir productos con el sello "Comercio Justo", según el plan impulsado por el gabinete de Gobierno de la capital vasca, que incluye la concesión de un contrato de vending.

Así pues, el concurso, según publica el diario local El Correo, está a punto de ser adjudicado, y contratará 46 máquinas expendedoras, 22 de ellas de bebidas calientes, 18 de bebidas frías, 3 de snacks y el otras que combinan los productos. Dentro de las condiciones técnicas de los pliegos, se ha apostado por dar un valor decisivo a aquellos operadores que ofreciesen la opción de vender productos de Comercio Justo, de manera que las máquinas comenzarán a servir café o aperitivos procedentes de cooperativas de países en vías de desarrollo.

La duración del contrato mencionado será de dos años, plazo tras el cual el Ayuntamiento alavés planea adaptar la totalidad de máquinas expendedoras a este tipo de productos.

EL COMERCIO JUSTO

De acuerdo con la información publicada por la ONG Setem: "se calcula que más de 100 millones de personas en países del Sur dependen del café como su principal o única fuente de ingresos. Con la dramática bajada de los precios del café en los mercados internacionales su subsistencia está en peligro.

Los beneficios que genera el café, desde su cultivo hasta la taza que nos tomamos, son enormes. Estos beneficios, cifrados actualmente en billones de dólares, no llegan en muchos casos al trabajador de una gran plantación o al pequeño campesino propietario de un trozo de tierra".

Los últimos datos sobre los productos de comercio justo en España conciernen al año 2008, cuando se incrementaron sus ventas un 40%, según cifras oficiales del Sello Fairtrade-Comercio Justo en España.

De este modo, los ingresos estuvieron cerca de alcanzar los 5 millones y medio de euros, siendo el café el producto que acaparó un mayor porcentaje (2,9 millones).

La ley de seguridad alimentaria llenará las expendedoras de productos “saludables”

La ley de seguridad alimentaria finalizó su fase de audiencia pública como anteproyecto, durante la cual se han recibido propuestas de 81 entidades, según informó ayer, 9 de marzo, el presidente de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESN), Roberto Sabrido.

Entre estas entidades figuran las comunidades autónomas, el Consejo de Consumidores y el Consejo Económico y Social. Durante las próximas semanas se estudiarán las propuestas para incorporarlas o no al proyecto de ley antes de su remisión definitiva al Parlamento.

Roberto Sabrido indicó que se está buscando un consenso con las comunidades autónomas para fijar unas pautas alimentarias saludables en los menús escolares, en las que “no se prohibirá ningún alimento, porque no hay alimentos buenos o malos, sino dietas saludables o no saludables”, como el mismo presidente de la AESN señaló.

Sabrido informó también de que se está trabajando para que las máquinas de vending de los centros escolares puedan ofrecer alimentos saludables, “con menos contenido en sal, azúcares o grasas”, como está fijado en el proyecto de ley que se hizo público.

En su comparecencia ante la prensa, Sabrido manifestó, asimismo, que está previsto que se concluya este mismo año un estudio sobre la obesidad para conocer la



situación real del problema. Este estudio se completará con otro que ya está en marcha sobre la composición de alimentos, lo

que facilitará que se presenten iniciativas por parte de las empresas para reducir el contenido en grasas o sal en los alimentos.

La OIC invitó a la industria del café a asistir a la Conferencia Mundial 2010

El Director Ejecutivo de la Organización Internacional del Café (OIC), Néstor Osorio, fue el anfitrión de la Conferencia Mundial del Café 2010, organizada por la Asociación Nacional del Café de Guatemala (Anacafé), que tuvo lugar en el Hotel Westin Camino Real de Ciudad de Guatemala (Guatemala) entre el 26 y 28 de febrero de

2010. De acuerdo con el programa, la Conferencia fue inaugurada por el Presidente de Guatemala, Jefes de Estado y Ministros de los países Miembros de la Organización Internacional del Café y representantes de alto nivel de organizaciones donantes multilaterales en una ceremonia inaugural el viernes, 26 de febrero.

El tema principal de la Conferencia, y sobre el cual se centraron los numerosos debates programados fue: “Café para el futuro: Hacia un sector cafetero sostenible”, y en las sesiones se trató de temas tales como cambios y tendencias en la producción y el consumo mundial, costos y limitaciones de la producción, desarrollo de mercados para el café diferenciado, perspectivas en cuanto a la oferta y la demanda, las mujeres y el café y los Objetivos de Desarrollo del Milenio y el apoyo a los productores.

El Parlamento español dedica el tiempo a la **lucha electoral** y se olvida de la crisis

El pasado 8 de febrero concluía el plazo para la presentación de ofertas para operar los servicios de vending y cafetería en los edificios del Congreso de los Diputados. Al día siguiente, el mismo Congreso abría sus puertas después de 48 días cerrado, debido al parón vacacional de los diputados.

Cuesta decir que, después de 48 días de vacaciones, sus señorías han vuelto al trabajo, puesto que las cosas continúan igual que antes, o incluso peor.

La imagen dada por nuestros políticos durante toda la semana pasada, con salvas excepciones (como la del único “hombre de Estado” que parece quedar en el Congreso, Durán i Lleida) ha sido lamentable, como si el periodo electoral fuese permanente y lo único importante fuese mantenerse en la poltrona, por parte del partido que ocupa el Gobierno, o hacer todo lo posible por desbanicar a su ocupante, por parte del partido mayoritario de la oposición.

El caso es que un periodo tan duradero de descanso no resultaría escandaloso si, por lo menos, sus señorías hubiesen vuelto con un compromiso constructivo, dejando a un lado las triquiñuelas políticas - que exceden en número para ganar créditos electorales - y mostrando a todos los ciudadanos una postura más o menos cohesionada que se plasmase en un plan serio y exhaustivo de medidas anticrisis.

Todos esperamos más ayudas del ICO, que se vendió como un sustituto social de los bancos y que se está comportando como un autónomo o una PYME más, a expensas de la voluntad de los que gobiernan el capital.



Asimismo, pensábamos que algunas de las buenas medidas que se han aplicado en otros países acabarían por llegar al nuestro. Pongamos el caso de Alemania, y las ayudas que aporta el Estado para completar unos salarios rebajados, pero que evitan incrementar las colas del paro.

Más sangrante es el caso de las PYMEs - sin duda, el mejor motor para luchar contra el paro - y el apoyo que reciben en otros países. El País publicaba hace unos días los resultados de una encuesta del Banco Central Europeo donde, entre otras cosas, se destacaba la diferencia entre la banca francesa y la española a la hora de otorgar créditos a las PYMEs. De este modo, sólo el 7% de las peticiones de crédito por parte de PYMEs eran desatendidas, por el 25% en España, donde, además, sólo el 44% logra conseguir todo el dinero que pide, por el 80% de las pequeñas y medianas empresas francesas.

No obstante, el dato más significativo es que España es el único país, dentro de este sondeo, que considera la financiación como el problema más grave, mientras que para la mayoría de los demás países es la falta de consumidores el mayor problema.

Eso sí; al parecer, hace poco más de un año, contábamos con una de las bancas más saneadas del mundo. Es dudoso que este dato le sirva de consuelo a las cerca de 2.500 pequeñas y medianas empresas que se dedican al vending en nuestro país. Al menos sabemos que el operador que se haya hecho con la licitación de vending y cafetería del Congreso de los Diputados, una vez terminados los 48 días de cierre, podrá sacarle rendimiento a su explotación durante los próximos meses.

Esperemos que este año corran la misma suerte el resto de operadores en “otros centros de trabajo”, con o sin la ayuda de los que nos gobiernan.

Nuevo sello identificativo de la EVA para el pago electrónico

Tras la presentación realizada el pasado mes de octubre de su informe sobre los beneficios de los medios cashless, la Asociación Europea de Vending (EVA) acaba de presentar en los últimos días el logo que utilizará para identificar aquellas compañías que utilicen las especificaciones fijadas por la asociación, sita en Bruselas, en el pago

electrónico de productos “vending”.

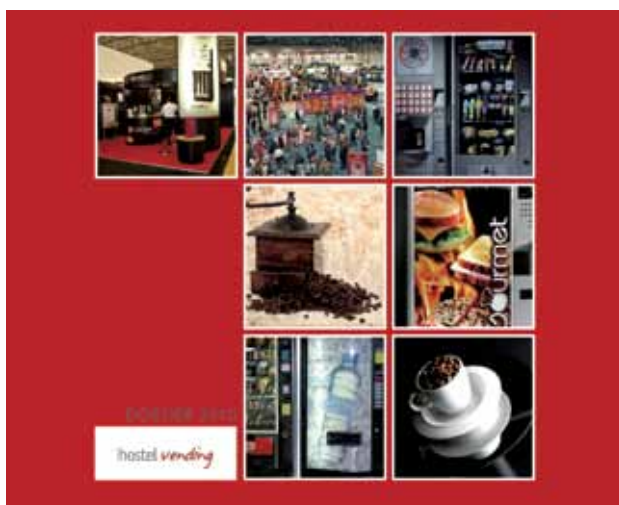
La “Especificación para el Pago Electrónico en el Vending” (CVS, por sus siglas en inglés) de la EVA establece una serie de requisitos que deben cumplir las máquinas de vending y los sistemas de pago electrónico para asegurar su compatibilidad.

El propósito de estas especificaciones es

servir de guía para los fabricantes y operadores en el diseño e implantación de mecanismos de pago electrónico o “cashless” para la industria del vending.

Las empresas pueden obtener una certificación CVS enviando su solicitud a la EVA y demostrando que cumple las especificaciones.

La publicidad directa y la digital se postulan como alternativas a la televisión



Bernard Meunier, director general de Nestlé España, criticó duramente la subida de las tarifas de la publicidad en televisión y abogó por dar un giro en la estrategia publicitaria, apostando por los medios directos y los de comunicación digital. Según publica el diario Expansión, el máximo responsable del gigante alimenticio en España hizo estas declaraciones en el marco del Foro Primark, que han venido provocadas por un incremento del 20% en los precios de los anuncios en televisión, después de que TVE comenzase a emitir sin publicidad.

Medios alternativos como la publicidad directa en medios especializados, como la revista HOSTEL VENDING, o en portales digitales, como hostelvending.com, se están mostrando, en muchas ocasiones, más efectivos y, desde luego, más económicos que la promoción televisiva. Más, si cabe, si se tiene en cuenta que el producto anunciado es, en muchas ocasiones, de interés sólo para un ínfimo porcentaje de los espectadores que presencian el anuncio en el momento de emisión.

LA PUBLICIDAD DIRECTA COMO ALTERNATIVA

En este sentido, el ejemplo de HOSTEL VENDING y hostelvending.com es claro. La primera es una revista impresa, que se distribuye gratuitamente por correo a empresas, PYMES y autónomos del vending y de sectores afines y que están directamente interesados por los productos que se promocionan en sus páginas. En consonancia con la crisis, HOSTEL VENDING lleva dos años sin subir sus tarifas publicitarias, a pesar del incremento de suscriptores y su incremento de costes por su apuesta digital. De hecho, hostelvending.com quiere aprovechar su consolidación para lanzar en los próximos meses su oferta de banners.

OR 100 Orange Juice Vending Machine

OR 100 PLUS
orange juice
vending machine

La nueva OR 100 ofrece un jugo de naranja 100% natural sin aditivos, gracias al exclusivo sistema de exprimir patentado de Oranfresh®, con el proceso totalmente visible por el mostrador frente la maquina.

Gracias a la alta autonomía de alrededor de 90 vasos del jugo y gracias a mucha opciones totalmente programables por el software de última generación (también en remoto), OR 100 es fuerte y baja en el mantenimiento, asegurando una alta rentabilidad.



+39 095 29 12 33
www.ojvending.com
www.oranfresh.com

visitenos a nuestro stand

Alimentaria 2010

Salón Internacional de la Alimentación y Bebidas

Barcelona, 22-26 Marzo
Hall 4, Stand G145




EMPRESA: SIMAT

DAIRYSTIX

El Grupo Simat lanza al mercado español una forma más práctica para el mini-vending y canal horeca de tomar leche. Los Dairystix son monodosis de 10 ml de leche pasteurizada 100%. Simat los comercializa en versión leche entera y semi-desnatada enriquecida con omega-3 en caja de 200 monodosis.

Las Dairystix son las primeras bolsitas plásticas asépticas de leche del mundo, según anuncia Simat. Para esterilizar el envase (de fácil uso y aplicación), se utili-

za peróxido de hidrógeno. El periodo de conservación se alarga hasta los 8 meses, sin que necesite mantenerse en refrigeración, ya que aguanta en condiciones óptimas a temperatura ambiente.

Gracias a esta innovación, Simat calcula que el ahorro en los costes de envases es de hasta el 70%, y se genera la mitad de residuos. Por lo tanto, es un producto respetuoso con el medio ambiente, a la vez que ofrece ventajas para el empresario, que también se beneficia de las pequeñas



dimensiones del producto

to; según Simat, se ahorra un 40% términos de almacenamiento y transporte.

EMPRESA: SCHWEPPE

PORTAFOLIO PARA VENDING 2010

Schweppes presenta su completa gama de productos para el canal Vending, que incluye refrescos y zumos de características muy diversas, comenzando por su clásico, la tónica. Los refrescos Schweppes de Naranja y Limón muestran una imagen renovada, con un aire más moderno e innovador. Según la empresa, es la segunda marca con mayor presencia en Hostelería a nivel nacional, y son las fórmulas de naranja y limón mejor valoradas por los consumidores de cítricos con gas.

Pink Fish es una interesante alternativa en bebidas energéticas, que estimula cuerpo y mente. Se trata de una marca moderna y original, con diseño innovador y sofisticado. En refrescos sin gas, la renovada marca Trina se ha afianzado como la líder en su sector. El refresco Trina está envasado sin conservantes, aumentando su naturalidad y manteniendo todas sus cualida-

des de sabor a fruta dulce, suave, natural.

TrinaT!, segunda marca de té sin azúcar del mercado, presenta un formato innovador: mayor volumen (PET 500), tapón de rosca, boca ancha y forma moderna y manejable.

En cuanto a zumos, la gama Vital de Trina es un producto muy saludable que aporta toda la naturalidad de la fruta (hasta un 30% de zumo) y la vitalidad de la leche. Especialmente comercializada para el canal Hostelería, Vida se ha encaramado hasta la primera posición de las marcas de zumos para este sector, según informa Schweppes.



EMPRESA: ILLY

ILLYCREMA

Con motivo de la feria Alimentaria, illycaffè ofrece para el verano del 2010, illycrema, la nueva bebida de café 100% Arábica con micro partículas de hielo, ideal para postres o aperitivos, que permiten seguir disfrutando del placer de un café incluso en los meses más calurosos del año.

illycrema es un mix de café, leche y azúcar, mezclados con un granizador

diseñado especialmente para cumplir con los requisitos de calidad que illy quiere imprimir a sus productos.

Además de la receta básica, se han creado dos versiones: duetto, que mezcla el café illy con el sabor del chocolate en dos capas, y trio, que presenta tres capas deliciosas de illycrema, leche, y café.

illycaffè, con sede en Tries-



te, produce y comercializa su propio blend de café espresso y es una marca líder en el segmento del café de alta calidad.

Cada día se sirven más de seis millones de tazas de café illy. La marca se vende en más de 140 países de todo el mundo y está disponible en más de los 50.000 mejores bares y restaurantes.

EMPRESA: CELSIUS

BEBIDA ENERGÉTICA

¿Qué les parecería si, al tomar un refresco comprado de una máquina expendedora, no sólo saciáramos la sed del momento, sino que lo hiciéramos... quemando calorías sin movernos?

La marca norteamericana Celsius Holdings tiene la respuesta en forma de su bebida Celsius, un refresco en lata que se vende en una variedad de sabores y que, gracias a su fórmula MetaPlus, no sólo aporta un plus de energía al estilo de las bebidas isotónicas, sino que ayuda a que el cuerpo queme calorías.

De acuerdo con cinco estudios diferentes realizados entre el 2005 y el 2009

por entidades de investigación científica y departamentos de salud de universidades norteamericanas como la de Oklahoma, se ha concluido que la dosis contenida en una lata de esta innovadora bebida quema hasta 100 calorías, supone un apoyo energético y refuerza el metabolismo durante más de 3 horas.

Uno ya se puede imaginar lo que puede suponer instalar una máquina expendedora con este tipo de bebida en gim-



nasios y centros deportivos. De hecho, la respetada empresa de análisis de mercado, Datamonitor, consideró a Celsius la tendencia más innovadora en Bebidas y Comida en el 2007.

Desde que nació Celsius como marca comercial hace tres años, este refresco ha ido expandiendo su red de distribución por todos los Estados Unidos, a través de cadenas de supermercados (principalmente) y también otros canales, entre los que se incluye el Vending, y actualmente busca distribuidores para su producto en los mercados internacionales.

EMPRESA: OPERANDIPACK

MARCA DE PRESERVATIVOS ON

Una nueva marca de preservativos, ON, fabricados por la empresa japonesa Okamoto, se ha lanzado recientemente en Portugal; ya está disponible en expendedoras instaladas en centros comerciales, así como en establecimientos y estaciones de servicio de las principales carreteras del país vecino. La marca se distribuye, gracias al operador OperanidPack, a través del canal Vending, con un modelo propio de máquina expendedora de dos

canales y monedero electrónico con display. El diseño exterior de la máquina sigue de forma coherente el diseño moderno y minimalista que caracteriza la imagen de esta marca de profilácticos.

El diseño, por tanto, se mantiene en el packaging de los cuatro modelos de artículos de vending erótico que ofrece la gama ON: estimulantes, sensitivos, fun (colores y sabores) y el anillo estimulante "Euphoria".



EMPRESA: ETN VENDING

DIFRESH METABOLYZER

El Difresh Metabolizer es un spray bucal con sabor a menta fresca que contiene unos componentes que ayudan al organismo en el proceso del metabolismo del Alcohol y favorece su eliminación. Para explicar el funcionamiento del Metabolizer hay que dejar en primer lugar bien claro que no existe ningún producto que tomado de repente baje el nivel de alcohol: el alcohol no se rebaja, solo

se metaboliza.

El Difresh Metabolizer actúa de forma de que nuestro hígado siga procesando todas las horas 15 ml de alcohol y de esta forma nos permite llegar al final de la noche con una tasa de alcohol "inferior", si se compara a otras personas que hayan ingerido la misma cantidad de



alcohol y no dispongan de este producto. El Difresh Metabolizer tiene otras funcionalidades, puesto que ayuda también el organismo en el proceso de metabolismo de la glucosa y de la grasa.

El producto cuenta con todos los documentos sanitarios y registros correspondientes para su comercialización en España.

EMPRESA: WRIGLEY

CHICLES FIVE

Five ha sido elegido Producto del Año por los consumidores, quienes han reconocido la originalidad de sus sabores y han concedido a la marca de chicles el Gran Premio a la Innovación en la edición de este año.

No obstante, operadores de vending ha mostrado su descontento por el precio de la marca por este canal, ya que el formato del packaging de "5" no está adaptado a las expendedoras.

"5" ha iniciado su andadura en el sector de la confitería de la mejor de las maneras. Según sus creadores, sus nue-

vas sensaciones, olores, texturas y colores, han creado una nueva forma de disfrutar del chicle. Los chicles "5" están disponibles en cuatro sabores, que pretenden mantener vivos todos los sentidos: Cobalt (menta refrescante), Electro (hierbabuena vibrante), Pulse (chispa tropical) y Turbulence (sandía jugosa) lo último de Five.

Con este premio recientemente galardonado, el chicle de Wrigley parece haberse ganado la confianza del consumidor en Gran Consumo, pero a la marca aún le res-



ta volcarse de forma decidida y comprometida con el canal Vending, ya que desde el lanzamiento de este producto, con un packaging que no fue adaptado ni considerado para su venta a través de máquinas expendedoras, los operadores se han visto obligados a tener que buscar otras alternativas pese al gran atractivo de los chicles "5".

EMPRESA: AROMAT

SISTEMAS DE CAFÉ AC

Los sistemas de café Aromat continúan potenciando su nueva serie AC con su concentrado de café líquido ultracongelado. La empresa alemana ha apostado por este sistema en los segmentos de hoteles, restaurantes, catering, hospitales, cantinas, conferencias, oficinas, etc.

El equipo pequeño de la serie AC puede preparar más de 400 tazas por hora

y solo oprimiendo un botón. En este sentido, combina la simplicidad del sistema básico de café y el sistema de distribución (leche y chocolate en polvo) para ofrecer una amplia gama de bebidas calientes.

Poseen también un batidor opcional para café crema y espreso. La proporción precio rendimiento de la serie AC las hacen especialmente interesantes para situaciones, no sólo donde existen grandes exigencias de de sabor y prestación,



sino también cuando el precio de la máquina es una premisa básica.

EMPRESA: ORANFRESH

OR 100

La fabricante italiana especializada en dispensadores de zumo AAT (Agroindustry Advanced Technologies) lanza su nuevo modelo "OR 100", bajo la marca Oranfresh. Se trata de una auténtica máquina expendedora capaz de producir un zumo de naranja fresco y natural en pocos segundos, gracias a que la máquina incorpora un sistema de almacenamiento, refrigeración y prensado de los cítricos.

Así, gracias a esta innovación, se puede disfrutar de un zumo recién exprimido en oficinas, escuelas, gimnasios,

hospitales, centros comerciales, supermercados, etc. De hecho, el cliente puede observar cómo se realiza todo el proceso de prensado, ya que el amplio frontal de la máquina está acristalado y deja entrever tanto el mecanismo como la cesta donde se conserva el producto. Por otra parte, el cristal está reforzado para mayor seguridad, con un grosor de 27 milímetros, ante ataques vandálicos.

Totalmente programable por parte del



operador, el "OR 100" proporciona una autonomía de alrededor de 90 vasos de zumo a partir de una carga completa de naranjas, con una capacidad máxima de 50 kilogramos.

Además, en la variante "PLUS", gracias a la vitrina refrigeradora slave combinada, el modelo se convierte en una expendedora completa; con ello, la oferta de zumos se puede completar con la venta directa de bocadillos, snacks, etc.

EMPRESA: SALYSOL

BOTES MINIBAR

Nueva gama de latas de tamaño reducido (65 mm x 55 mm), diseñada exclusivamente para las máquinas expendedoras de Salysol y con un sistema abre-fácil. La variedad de sabores incluye chicles grageados, pistachos, cocktail, pipas peladas, aceitunas, almendras, gominolas y cacahuetes.

Las latas minibar de Salysol son ideales para acompañar una bebida en un bar, durante un viaje, en la habitación de un hotel o simplemente, para calmar el apetito en casa con un alimento sano y nutritivo.



EMPRESA: NUTRITION ET SANTÉ

BARRITAS PULSE



A partir de ahora se pueden encontrar las barras de cereales Pulse de Isostar en las máquinas de vending. Sus cereales crujientes, su contenido en hidratos de carbono y sus vitaminas aportan la energía necesaria para disfrutar haciendo deporte con los amigos. Disponibles en varios sabores a elegir: chocolate-guaraná, avellanas-guaraná y coco-guaraná.

También aportan proteínas para resguardar tu capital muscular y contienen menos grasas que otras barras de cereales. Se recomienda su consumo, antes, durante y después de la práctica deportiva, en función de la intensidad del ejercicio físico.

Su formato es ideal tanto para los que acuden al gimnasio de forma regular, los que practican deporte al aire libre como el ski, el surf, mountain bike, etc. o bien los deportistas a nivel profesional.

EMPRESA: KELLOGG

BARRITAS SPECIAL K

Las barras Special K Chocolate con Leche, son un snack diferente pero dedicado igualmente a los amantes del chocolate. Kellogg's vuelve a innovar en su gama de snacks sanos Special K para aunar todo lo bueno del chocolate con lo mejor de los cereales de la firma multinacional.

Una exquisita mezcla de cereales con trocitos de chocolate con leche sobre una ligera capa de chocolate con leche que proporciona una intensa y satisfactoria experiencia. Con solo 79 calorías, es un pequeño placer del que disfrutar. Una exquisita



mezcla de cereales con trocitos de chocolate con leche sobre una ligera capa de chocolate con leche que proporciona una intensa y satisfactoria experiencia. Con solo 79 calorías, es un pequeño placer del que disfrutar.

EMPRESA: TOSFRIT

TRANCAS

Tosfrit vuelve a presentar nuevos productos de snacks especialmente dirigidos a bares, kioscos y, por supuesto, máquinas expendedoras.

En esta ocasión, la novedad cuenta con una imagen de gancho, como son las famosas hormigas Trancas y Barrancas, protagonis-



tas del popular programa de TV "El Hormiguero".

Al igual que el show de televisión, los nuevos snacks de maíz horneado con sabor a mantequilla van dirigidos a todo tipo de público, desde los más pequeños hasta cualquier edad.

Al contar con la licencia oficial del pro-

grama, la marca ha querido explotar su filón comercial, lanzando una promoción especial, ya que en sus miles de bolsas premiadas se regalan muñecos de estas simpáticas hormiguitas. Además, cada bolsa incluye en su interior una pegatina con divertidas frases y anécdotas de los personajes del programa. Tosfrit ofrece este curioso aperitivo en una caja expositora con 24 bolsitas de 28 gramos cada una.

• 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





Saeco *Atlante*

Elegante y funcional

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 Regordño, Torres Quevedo,
nave 18 28936 Móstoles - Madrid Tel. 916475750 Fax: 916475195
e-mail: info@saeco-vending.com Web: www.saeco-atlante.com

 **Saeco**

Espresso Feeling

REFRÉSCATE CON TU COCKTAIL de GOLOSINAS

interMedit



CALIDAD E HIGIENE:

porque el producto está 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

LA NUEVA EXPENDEDORA
DE GOLOSINAS A GRANEL.

24
HORAS

De diversión.

CANDY