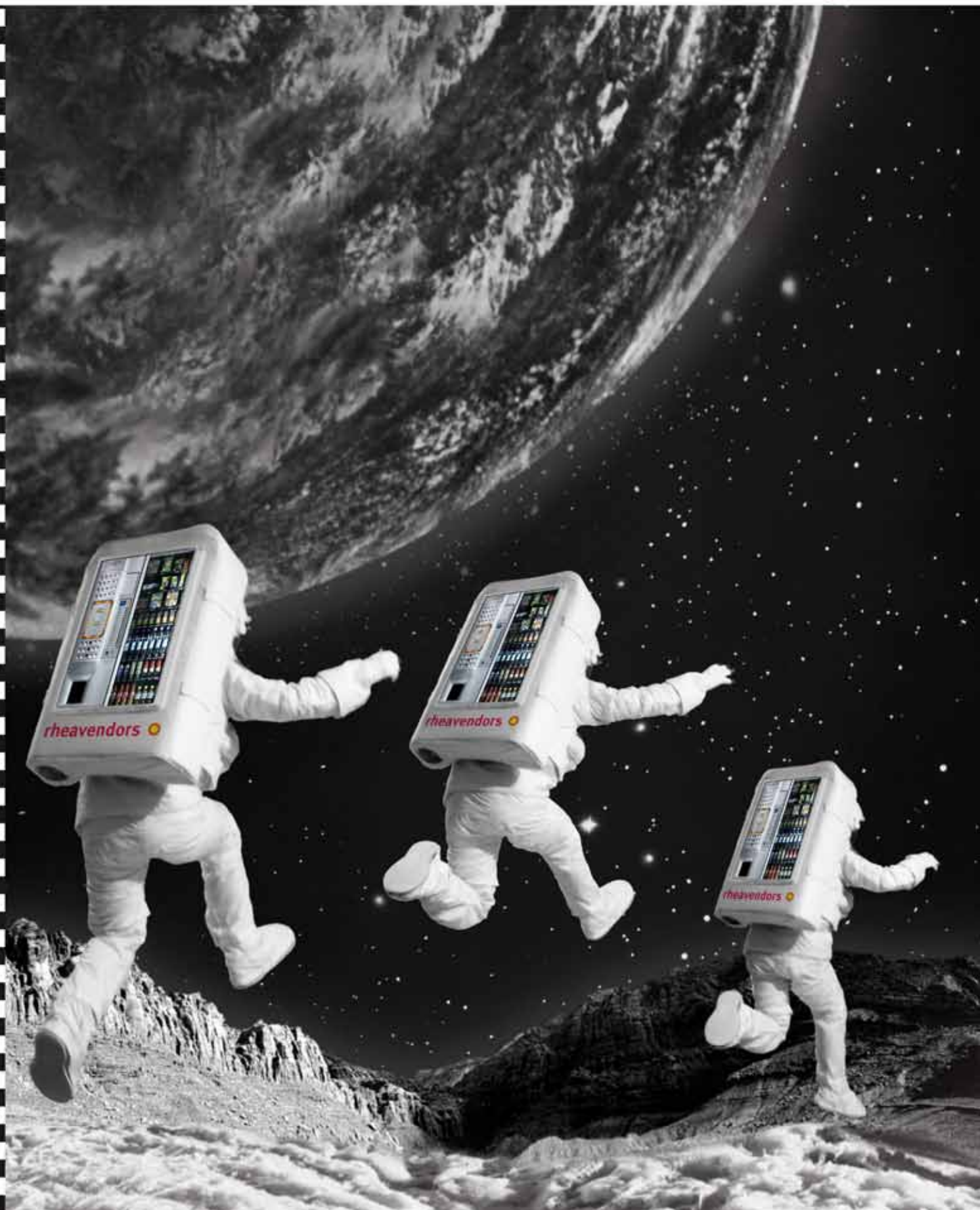


# magazine **hostel vending**

Año IX

mayo - junio 2010 | nº 53 | revista gratuita

Toda la actualidad del vending en [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com) - El primer diario digital de la distribución automática



# Mete en una caja fuerte tu negocio



Stand Comestergroup  
**VENDITALIA**  
Pab.1 - nº C19 - D20

## Instala en tus máquinas OCS el nuevo sistema de descuento por radiofrecuencia

Es fácil e intuitivo de utilizar. Puede ser instalado en pocos minutos, sin necesidad de perforar la máquina. Protege sus inversiones y asegura un negocio real y duradero.

Gracias a Apollo, es posible blindar la máquina, impidiendo el uso de cápsulas distintas a las que suministra el gestor.



Apollo es un producto **ESIS Italia**



**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 Regordoño, Torres Quevedo,  
nave 18 28936 Móstoles - Madrid Tel. 916475750 Fax: 916475195  
e-mail: info@saeco-vending.com Web: [www.saeco-atlante.com](http://www.saeco-atlante.com)

**Apollo**  [www.wiki-apollo.com](http://www.wiki-apollo.com)

  
**Comestergroup**  
Compatibilidad Through Innovation

**Comestergroup ESPAÑA**  
c/o Beato Oriol 1, Planta 3 - Local 1  
08110 - Montcada i Reixac - Barcelona - ESPAÑA  
Tel. +34.93.5650994 - Fax +34.93.5640598 -  
[www.comestergroup.es](http://www.comestergroup.es) - [info@comestero.es](mailto:info@comestero.es)

 **Saeco**

Espresso Feeling



# SUMARIO 53

• toda la información a diario en tu nueva web [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com) •



• la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu nueva web [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com) •



• toda la información a diario en tu nueva web [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com) • la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu nueva web [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com) • la actualidad del vending en un solo click • toda la información a diario en tu nueva web [www.hostelvending.com](http://www.hostelvending.com) •

## Empresa

### 6 / Una promoción de Nescafé Vending, galardonada en los Premios Best Pack de Alimentaria - Barcelona

La promoción "Gana el viaje que tú quieras con Nescafé" ha sido galardonada con un bronce de la categoría Best Promo-Direct en los Premios Best Pack, organizados por Alimentaria.

### 12 / Anek Printing ofrece soluciones de impresión para personalizar las máquinas de vending

La empresa Anek Printing, localizada en Madrid, ofrece un servicio de diseño e impresión especialmente adaptado a las necesidades del vending, con el que se personaliza el parque de máquinas.

### 14 / La tecnología biométrica aplicada al Vending que nos llega desde Japón

La feria del Vending de Japón, Retailtech 2010, cerró sus puertas el pasado 12 de marzo, donde destacó una aplicación que combina la biometría y la cartelería digital de una expendedora de Coca-Cola.

### 24 / Expendedoras que venden zumo de naranja natural y recién exprimido

La fabricante italiana especializada en dispensadores de zumo AAT (Agroindustry Advanced Technologies) presentará su nuevo modelo "OR 100", bajo la marca Oranfresh.

## Noticias

### 54 / Se retira la obligación de expender facturas en las expendedoras de alimentos

Varias enmiendas presentadas predicen que el polémico precepto 224.2 del Código de Consumo de Cataluña será modificado para que las expendedoras no estén obligadas a emitir facturas.

### 56 / Suben en febrero un 1,2% las ventas de los productos alimenticios, bebidas y tabaco

Según los índices publicados el 19 de abril por el Instituto Nacional de Estadística, las ventas de productos alimenticios, bebidas y tabaco subieron un 1,2% en febrero, con respecto al año anterior.

### 62 / Sanidad "medita" el veto a la bollería y los snacks en las expendedoras de los colegios

Trinidad Jiménez, ministra de Sanidad, afirmó estar "considerando" prohibir la venta de productos altos en azúcares y grasas en las expendedoras que se encuentran instaladas en los colegios.

### 64 / Las ventas de productos "de máquina" descendieron casi un 20% durante la crisis

Superada la recesión y atisbando los primeros indicios de recuperación se puede decir, a toro pasado, que la industria del Vending ha sido una de las más afectadas por la crisis económica.

## Especiales

### 46 / Más de 5 millones de fuentes de agua completan la oferta "vending" en Europa Occidental

Con la llegada de la época primaveral, los operadores de fuentes de agua se preparan para hidratar las masas de consumidores...y aumentar sus márgenes de beneficio hasta un 70% en su particular "temporada alta".

### 50 / La demanda mundial de café, por encima de la oferta de los países productores

Los movimientos del mercado y los precios del café siguen estando dominados por la producción reducida en varios países exportadores y la constante disminución de las existencias tanto en los países exportadores como en los importadores.

## Ferias

### 37 / Alimentaria: la imagen de la venta automática sale reforzada de la feria de barcelona

Alimentaria ha sido un ejemplo de la importancia que está ganando el Vending en el sector Alimentación. La presencia de expendedoras fue masiva, como vehículo de exposición de un gran número de productos y componente de diseño de los stands.

### 44 / El mayor evento de la industria del café del Reino Unido espera su momento en junio

La organización ha asegurado que el evento doblará su capacidad en esta edición del 2010, para poder dar cabida a la ingente demanda de expositores (más de 250 empresas) y visitantes.

## Licitaciones

### 36 / LICITACIÓN pública de vending

## Productos

### 52 / Novedades del sector



# EDITORIAL

## La hora del Vending

Mientras escribo estas líneas, mi compañero de Redacción, Raúl Candela, le da los últimos retoques a la crónica sobre la feria Alimentaria de Barcelona.

Una feria donde Hostel Vending, en su labor de promocionar el canal de la venta automática a todos los niveles, tuvo un papel protagonista, no solo por la representación audaz de nuestros enviados especiales, Álvaro de Laguno y Cristina Hijano, sino también por el reparto en mano de 2.000 revistas entre los expositores y visitantes profesionales del evento.

Como los lectores de *hostelvending.com* pudieron comprobar, a través de la amplia cobertura que el diario digital ofreció durante los días de feria, se palpa que la imagen del Vending ha crecido en prestigio tanto entre los consumidores como entre los fabricantes de productos consumibles que, cada vez con más frecuencia, se interesan por los mecanismos automáticos de venta.

Si bien las recaudaciones de los operadores y fabricantes no alcanzan los niveles de hace dos años, es verdad que la industria se encuentra más preparada que nunca para recibir el gran aluvión de marcas que, espantadas de malas experiencias en otros canales, quieren probar suerte en un sector superprofesionalizado y extremadamente conveniente.

Y si esto se ha notado ya en Alimentaria, ¿qué podemos esperar de la feria de vending más importante de entre las que se celebran en Europa (Venditalia)? ...

Para abrir boca, podemos adelantar que todo el espacio de exposición está ya vendido; que como adelantamos en la anterior edición, las marcas más importantes del planeta Tierra estarán allí presentes, con Coca-Cola haciendo su primera aparición como firma expositora; que la organización espera batir todos los records de visitas a nivel europeo en una feria de estas características; en definitiva, que no exageramos un ápice si decimos que esta feria puede marcar un antes y un después dentro de la industria.

Hace años teníamos que reivindicar el Vending como industria. Hoy "nuestra industria" lidera el camino de la recuperación económica. Tan real como se lo contamos, o como se lo contábamos hace ya una década...

Francisco de Borja González Tenreiro



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.

Lavazza te espera en Venditalia. Stand A13/C10 – Hall 2 – Fieramilanocity, Milán desde el 28 de Abril hasta el 1 de Mayo.

Para más información llame al: **902 888 101** [www.da.lavazza.com](http://www.da.lavazza.com)

## Una promoción de Nescafé Vending, galardonada en los Premios Best Pack

La promoción "Gana el viaje que tú quieras con Nescafé", realizada por Grey Barcelona, ha sido galardonada con un bronce de la categoría Best Promo-Direct en los Premios Best Pack, organizados por Alimentaria Exhibitions y la editora Ediciones y Estudios, editora de la revista IPMARK.

Los Premios Best Pack, que se conceden cada dos años, coincidiendo con la celebración de Alimentaria, eligen las mejores campañas de comunicación del sector de alimentación y bebidas en las modalidades spot, gráfica, promoción, interactiva y packaging.



### TERCERA EDICIÓN

Nestlé Professional acaba de poner en marcha la tercera edición de esta exitosa promoción de Nescafé en el Canal Vending, que estará en vigor hasta el 31 de octubre de 2010. Esta acción, que utiliza los vasos como medio de difusión, va encaminada a fidelizar e incentivar a los consumidores de este canal, y apoyar a los operadores fieles a la marca en su labor y en sus ventas.

En esta ocasión, se ha retomado uno

de los incentivos más valorados por los consumidores, los viajes, aunque reforzados en cantidad y calidad. Se sortean dos vacaciones de 9 días para dos personas a destinos de playa a elegir entre Santo Domingo, Brasil o Riviera Maya, en colaboración con Viajes Iberia.

Además, todos los participantes en la promoción pueden conseguir regalos cada mes, así como descuentos en viajes, sólo por registrarse en la website de

la promoción. Este año la promoción estará presente en más de 5 millones de vasos y apoyada con stoppers y carteles en las máquinas de vending. Según declaró Assumpta Bonnín, Channel & Brand Manager Vending de Nestlé Professional, durante la feria de Alimentaria: "el galardón obtenido constituye un estímulo para promover futuras ediciones que consigan grandes éxitos de participación, notoriedad y ventas en nuestro canal".

## Estreno del nuevo sistema de pago electrónico de Comestero en Venditalia

El Grupo Comestero prepara varias novedades de cara a la inminente celebración de Venditalia 2010. Al adelanto que ya hizo HOSTEL VENDING con el sistema de radiofrecuencia Apollo para máquinas de OCS, se une el lanzamiento del sistema de pago "cashless" Mifare.

La nueva tecnología de la empresa italiana se adapta a las necesidades de los usuarios de vending, pero más aún a las exigencias de seguridad y funcionalidad de los

operadores. Y es que el sistema Mifare es capaz de ofrecer 7 servicios para 14 sectores de aplicación diferentes. Éstos se controlan por medio de una llave encriptada (para mayor seguridad) o una tarjeta, que funcionan por radiofrecuencia a 13,56 MHz. Cada vez que el propietario de una

llave o tarjeta la utiliza con la máquina de vending, el medio de pago reconoce su crédito individual en cada uno de los 14 sectores de aplicación posibles. Además, el sistema de protección de datos de 48+48 bit garantiza la confidencialidad de cada usuario.



# 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 e 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.

## Kellogg publica su Informe Global de Responsabilidad Corporativa



Kellogg ha publicado su segundo Informe Global de Responsabilidad Corporativa, que recoge su estrategia y principales iniciativas de cara al futuro. La empresa tiene en mente proseguir con sus actuaciones en favor del medio ambiente, la comunidad de consumidores y las buenas condiciones laborales.

“Con motivo del que habría sido el 150 cumpleaños de nuestro fundador, la compañía Kellogg se siente orgullosa de informar sobre nuestros esfuerzos constantes de fomentar el legado de W.K.Kellogg por construir un negocio más fuerte mientras trabajamos correctamente respetando el medio ambiente y la sociedad”, señaló David Mackay, presidente y consejero delegado de la Compañía Kellogg, empresa que contribuye con su gama de snacks a engrosar la oferta de productos del Vending.

En el informe se muestra como, desde 2005, Kellogg ha disminuido a nivel global el uso de energía, emisiones de gases con efecto invernadero y uso del agua por cada tonelada de alimentos producidos, en 5,7 (9,7% para Kellogg Europa) 8,9 (12%) y 7,4 (16,6%) por ciento, respectivamente, y ha reducido el total de los residuos enviados al vertedero el 41,5 (40,3%) por ciento por cada tonelada de alimentos producidos.

### DATOS E INICIATIVAS

En los últimos 18 meses, Kellogg ha cambiado sus planes de inversión en las comunidades para centrarse en áreas como la nutrición y la salud física. Durante 2008 y 2009, la Fundación Kellogg Corporate Citizenship ha donado más de 1,1 millones de euros a proyectos comunitarios en Europa, incluyendo Rusia, y ha establecido programas para las comunidades más desfavorecidas en Bélgica, Alemania y Reunido Unido.

Kellogg España continúa apoyando el Programa educativo Descubridores del Desayuno en colegios, para fomentar buenos hábitos de alimentación entre niños de 7 a 11 años; además, es patrocinador de los equipos junior del Club de Baloncesto Estudiantes. Por otra parte, durante el 2009 ha donado 165 toneladas de producto al Banco de Alimentos de Tarragona, equivalente a 1.400.000 euros. Asimismo, la compañía ha sido reconocida como una de las mejores empresas para trabajar según la Lista de los 50 Best WorkPlaces España 2009, elaborada por el Instituto Great Place To Work.

Desde abril de 2009 hasta la fecha, Brunello ha trabajado como director comercial en Europa para Vianet UK Ltd., un proveedor de sistemas de telemetría para el vending.

El nuevo cargo de Coges, según ha confirmado la propia empresa, estará presente en su stand corporativo en la próxima feria Venditalia, donde tendrá la oportunidad de acercarse a los clientes y visitantes al evento.

abril se convierte en responsable del Área Comercial de la firma italiana de medios de pago, incluido el equipo de marketing y servicio al cliente.

Darío Brunello, de 50 años, ostenta una larga experiencia en el sector del vending; primero desempeñó la labor de director de área de FAS International, y desde 1995, se encargó de la gestión comercial en API Automatic Products International, posteriormente adquirida por Crane Group.

El nuevo cargo de Coges, según ha confirmado la propia empresa, estará presente en su stand corporativo en la próxima feria Venditalia, donde tendrá la oportunidad de acercarse a los clientes y visitantes al evento.

## Coges confirma a su nuevo director comercial, Darío Brunello

Coges ha anunciado públicamente la contratación de su nuevo director comercial, Darío Brunello, que desde el 12 de

Jofemar  
Sistemas  
de pago



# J2000

El primer compacto con cinco tubos de devolución cumple 500.000 unidades vendidas en más de 80 países.



El monedero compacto J2000 de Jofemar se ha convertido en un referente en la gestión del crédito en todo tipo de máquinas vending y equipos automáticos, ofrece las más altas prestaciones y los mejores sistemas de seguridad, ahora Jofemar celebra el medio millón de unidades con la satisfacción de saber que está ayudando a miles de operadores en su trabajo diario.

El monedero compacto más fiable y práctico del mercado, gestionando el cambio en miles de máquinas para su comodidad y seguridad.



Jofemar  
www.jofemar.com

## Expendedoras que venden zumo de naranja natural y recién exprimido

La fabricante italiana especializada en dispensadores de zumo AAT (Agroindustry Advanced Technologies) ha confirmado su presencia en la feria Venditalia. En el marco de esta feria crucial para el sector del vending, la empresa presentará una serie de novedades, entre las que destaca su nuevo modelo "OR 100", que se lanza 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, a vista del propio consumidor. La empresa aprovecha dos tendencias en boga en el mercado del vending: por una parte, la creciente demanda de alimentos y bebidas naturales, sin conservantes ni colorantes y bajos en azúcares y grasas; por otro lado, la dinamización de los horarios de trabajo, que está impulsando el sector de los productos de consumo fuera del hogar. La máquina de Oranfresh cubre estas necesidades, garantizando las condiciones higiénicas requeridas y cumpliendo con la normativa sobre medio ambiente.



## Leche Pascual lanza una nueva leche especialmente guiada al canal Horeca

Leche Pascual presentó la semana pasada, dentro de la feria Alimentaria de Barcelona, una nueva producto de leche: Leche Pascual Extra Creme. El lanzamiento pretende reforzar la presencia de la marca en el canal Horeca y Restauración, según fuentes de la compañía, que no se han pronunciado sobre la posible comercialización de este producto en el canal "vending".

Según Mónica Fresno, del departamento de marketing de Leche Pas-



qual, el nuevo producto "es la primera leche funcional para hostelería, por su fácil y rápida emulsión y por la calidad de su resultado final. Podemos decir que responde a un deseo: que una mala leche no te arruine un buen café".

Ésta es la nueva apuesta para hostelería de la compañía alimentaria que, tras lanzamientos como Batidos Pascual Vidrio, Bezoya Quarzo y los renovados Zumos Pascual Selección, añade hoy esta nueva leche extra cremosa. No obstante, a día de hoy, Leche Pascual no ha

informado sobre la comercialización del producto en el mercado "vending", a pesar de que por sus características podría acomodarse perfectamente a este canal.

"El perfil del consumidor de café con leche está cada vez sofisticándose más, incluso en el hogar, gracias a las novedades tecnológicas que hoy arrasan en el mercado", explica Mónica Fresno. "Por eso, es crucial facilitar al hostelero un producto diferente, que le permita dar un café tan bueno o mejor que el que sus clientes puedan hacer en casa". Leche Pascual comercializa Extra Creme para el canal Horeca en botellas de litro y medio, en caja de 8 unidades.



Ofrece la máxima calidad y un excelente resultado en tus máquinas vending

Los productos a base de leche de NESTLÉ para la preparación de bebidas con base café y chocolate, se benefician de nuestra tecnología exclusiva, asegurando un excelente comportamiento en máquina.

Nuestro sistema único de aglomeración ofrece dos ventajas destacables:

- una elevada resistencia a la absorción de la humedad y,
- una estructura que se mantiene durante el proceso de servicio, asegurando la regularidad en la taza y evitando que el producto se apelmace o estropee.

Contacta con nosotros:  
91 389 08 00  
www.nestleprofessional.es

Especialistas en soluciones de bebidas

Alpina

RICA EN CALCIO



Inconfundible y altamente reconocido por su sabor. Gran aporte adicional de Calcio.

Excelente comportamiento en máquina.

Lacta



Excelente comportamiento en máquina.

## Acuerdo entre Danone y Chiquita Brands para lanzar una gama de bebidas de frutas

Según anunció en comunicado de prensa del pasado 30 de marzo, el Grupo Danone ha alcanzado un acuerdo de colaboración con la empresa Chiquita Brands International, Inc. Como resultado de esta unión, se creará y comercializará una nueva gama de productos de frutas (principalmente bebidas), que se añaden a la cartera de productos saludables de Danone, una tendencia en boga en el mercado del Vending europeo.

Chiquita es una marca multinacional que distribuye productos basados principalmente en la fruta fresca; como, por ejemplo, diferentes tipos de ensaladas. Su marca de zumos suaves de fruta con leche Chiquita's Just Fruit in a Bottle, es una de las tres principales marcas en Europa, distribuida en doce países y que llegó a vender hasta 20 millones de euros en el 2009.

A raíz de este acuerdo (aún pendiente de aprobación por parte de las



autoridades aduaneras), Chiquita lanzará sus productos para Danone, que se hace con el 51% de los derechos de la fusión. Se espera que el acuerdo se cierre definitivamente en la primera mitad del presente año. Según ha declarado el

director general delegado de Danone, Bernard Hours; "El liderazgo de Danone en el mercado europeo como marca de productos sanos se beneficiará de la experiencia de Chiquita en el mercado de las bebidas de fruta".

## Anek Printing ofrece soluciones de impresión para personalizar las máquinas de vending

La imagen corporativa es un factor primordial para captar clientes y hacer que las áreas de vending tengan una vida propia a la que asociar un momento de placer, como debe ser el hecho de comprar en una expendedora. Las marcas proveedoras de productos para vending, y los mismos operadores, son conscientes del poder de atracción y fidelización de una buena imagen.

La empresa Anek Printing, localizada en Madrid, ofrece un servicio de diseño e impresión especialmente adaptado a las necesidades del vending y las embotellado-

ras, con el que se personaliza el parque de máquinas.

Eduardo Carbonell, director de la empresa, explicó a HOSTEL VENDING: "Utilizamos maquinaria de última generación. Nuestro equipo imprime en cualquier superficie plana a alta resolución y, además, es capaz de fijar la imagen con cama de blanco. Por esto, podemos imprimir directamente sobre PET o metacrilato y dar una calidad muy alta de imagen". Se trata, según Carbonell, de un servicio casi exclusivo en España, ya que existen muy pocos equipos como el suyo.

"Empezamos hace menos de 1 año a trabajar con el vending y somos ya proveedores de más de 20 operadores (entre ellos Autobar, Serventa y Gedemasa) y varios e



importantes embotelladores", comenta el empresario, que destaca que "los clientes con los que trabajamos, al ver el resultado final y el precio, se sorprendieron".

Los trabajos más comunes de Anek Printing para el vending "son los frontales y laterales para las máquinas de bebidas frías y máquinas de café, con el logo, imagen y datos del operador; pero también personalizaciones más pequeñas para zonas de máquinas de productos sólidos y pegatinas de identificación de cliente, botoneras con el logo y otros como tarjetas de visita, trípticos, catálogos, etc."

## 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.

**TUPIpresso:** 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 mucha crema.



Espresso de sabor suave 100% Arábica.



Decaffeinado por proceso natural.



## Una empresa de Palencia lleva sus productos solubles al mercado internacional

La empresa palenciana Seda Solubles lleva desde 1963 dedicándose a la elaboración de café solubles y similares, que complementa con la producción de barras de cereales y muesli. En estos últimos años, Seda Solubles se ha asentado en el mercado europeo de la MDD (marca de distribución) y del Food Service, y ha comenzado su expansión fuera del continente europeo.

El Grupo se ha especializado en la producción de productos bajo marcas de distribución estableciendo acuerdos comerciales con empresas locales. De esta forma, Seda ha conseguido establecerse en el mercado internacional: primero en Portugal y Francia, luego en el Reino Unido (Alliance Coffee Company) e Interseada en Rusia (donde estableció una planta de envasado). Su última incursión en el extranjero, en 2006, supuso la alianza con la canadiense Mother Parkers, una de las torrefactoras líderes en Norteamérica, con más de 65.000 toneladas de café ven-



didadas en el 2.008. La gama de productos alimenticios de Seda Solubles está adaptada a los canales vending y horeca, tanto en sus formatos, como en sus envases. Además, está avalada por varias certificaciones internacionales de calidad, así como por la fundación Fair Trade, Rainforest Alliance y UTZ, para la adquisición de productos de

Comercio Justo.

Seda Solubles compatibiliza su actividad comercial con una faceta puramente solidaria, ya que es una de las empresas fundadoras de Cafémundi, una fundación sin ánimo de lucro, destinada al desarrollo e implantación de proyectos de sostenibilidad social en países productores de café.

## La tecnología biométrica aplicada al Vending nos llega desde Japón

La feria del Vending de Japón, Retailtech 2010, cerró sus puertas el pasado 12 de marzo. Como cabía esperar, la cantidad de lanzamientos en productos y novedades tecnológicas ha sido ingente. Como prueba de la capacidad de innovación a la que los fabricantes del país nipón nos tienen acostumbrados, y como muestra la imagen, destacó una aplicación que combina la biometría y la cartelería digital en una máquina expendedora de Coca-Cola. La máquina, desarrollada por Hitachi y presentada en su stand dentro de la feria Retailtech, incorpo-

ra un sistema de autenticación del usuario por medio de su huella digital, llamado VeinID. A través del mismo, la máquina reconoce la configuración personal de ese usuario en concreto, permitiendo el pago sin efectivo (se carga a su cuenta, se descuenta de sus bonos de consumición o se añade a su deuda). Lo siguiente, es pulsar la selección del producto y recogerlo.

La biometría, aunque no es todavía común en las máquinas de vending, tampoco es nueva para este sector, donde ya se ha aplicado anteriormente. No obstante, la nove-

dad que aporta esta máquina es la combinación con un sistema de pantalla táctil, que sirve como menú a través del cual el usuario interactúa con la máquina, además de funcionar como pantalla para emitir anuncios en los momentos en que no esté siendo utilizada. A través de estas tecnologías, y como se puede apreciar en la imagen, el sistema informático reconoce la identidad del usuario a través de su mano y le da una serie de recomendaciones de acuerdo con anteriores compras, además de informarle acerca de descuentos y promociones a su disposición.

## Una empresa madrileña ofrece cocina tradicional a través de una máquina expendedora

La venta automática todavía no ha podido añadir la gran cocina a los productos tradicionales de expendedora, como el café, las bebidas o los snacks. Por esa razón, llama la atención la fórmula que nos presenta el empresario Eduardo Peñaranda, director general de la firma madrileña Natur Menú: "Más de 35 recetas diferentes, totalmente artesanas, sin aditivos y con productos naturales, dispensadas desde una máquina expendedora inteligente, adaptable a una

rotación de menús permanente para que el usuario no tenga por qué repetir el mismo plato durante 3 semanas".

El target de Natur Menú son operadores de vending público y cautivo, para ofrecer una oferta de vending global.

Con este fin, la firma ha desarrollado una expendedora modular, que se reprograma periódicamente adecuándose a la cocción y conservación de cada gama de menús, para contar con una amplia rotación de productos.



# 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.**



NW GLOBAL VENDING SPAIN, S.L.  
Avda. de Suiza, 11-13  
Pa. PAL - 28921 Corchales (Madrid)  
Tfno: 91 277 44 00

www.nwglobalvending.es



ES UNA MARCA DE



## Dunkin' Donuts, Coca-Cola y Tomra promocionan el "reverse vending" en EE.UU.

El estado de Rhode Island, en los Estados Unidos, está siendo el banco de pruebas de un nuevo ejemplo de responsabilidad corporativa del que participan tres empresas líderes en sus respectivos segmentos: Coca-Cola, Dunkin' Donuts y Tomra.

Y es que uno de los establecimientos que Dunkin' Donuts posee en este estado norteamericano, concretamente en la ciudad de Providence, acoge desde hace unas semanas un tipo de vending "ecológico"

que en algunos países europeos, especialmente en Noruega y Alemania, lleva ya años implantado: el "reverse vending".

La empresa noruega Tomra es líder en este sector. Dos de sus máquinas han sido correctamente instaladas en el local que Dunkin' Donuts posee en un establecimiento deportivo de Providence, y personalizadas con los colores tipo de Coca-Cola, con los correspondientes banners que muestran al usuario cómo utilizar las máquinas.

Las máquinas tienen el tamaño de una expendedora de bebidas corriente. Cada una de ellas puede recoger, seleccionar y almacenar hasta 500 contenedores de bebidas, simplificando de manera extraordinaria la logística empleada en los centros especiales de reciclaje.

Además de la colaboración de Coca-Cola en el proyecto, que también cuenta



con sus propios dispensadores de bebidas en el establecimiento, Dunkin' Donuts incentiva la utilización de las máquinas regalando entradas para los eventos deportivos que se celebran en el centro por cada 100 transacciones que realizan en la máquina.

## Juan Miguel Sucunza, nuevo presidente del Grupo Azkoyen

El Consejo de Administración de Azkoyen, en una reunión celebrada el pasado 18 de marzo, acordó por unanimidad designar presidente del consejo de administración al actual vicepresidente, Juan Miguel Sucunza Nicasio. La noticia se produjo como consecuencia de la dimisión del hasta ahora presidente de la empresa, Miguel Iraburu Elizondo.

En la citada reunión, a la dimisión de Miguel Iraburu le acompañó también la del consejero Miguel Ángel Canalejo Larrainza. Juan Miguel Sucunza Nicasio es consejero delegado del Grupo Berkelium, accionista de referencia de Azkoyen. Duran-



te su trayectoria profesional, Sucunza Nicasio ha liderado la expansión de su grupo hasta ochenta países. Por otra parte, el nuevo presidente de Azkoyen es ingeniero superior industrial por la Universidad de Navarra y PDG por el IESE.

El Grupo Azkoyen S.A. es una multinacional con sede central en Navarra, especializada en el diseño, fabricación y comercialización de soluciones tecnológicas para medios de pago, sistemas de control y seguridad, máquinas expendedoras, máquinas de tabaco, y productos y servicios para el mercado de la restauración y la hostelería.

## NRI Ibérica nombra a su nuevo director de ventas para la sección de Vending

El director general de NRI Ibérica, Carles Mars, ha anunciado que Luis Antonio Fernández Cazorla se ha unido al equipo comercial de la empresa con el título de "director de ventas - Vending", dentro de los planes de consolidación en el mercado nacional de la venta automática.

Según Carles Mars: "En su nuevo puesto, Luis contribuirá a seguir con el crecimiento continuado de las ventas de nuestras soluciones en el sector del Vending en España y Portugal, poniendo especial atención a los operadores y fabricantes". Monederos de cambio, validadores de

monedas y de billetes, sistemas de llaves/tarjetas y dispositivos de control de auditoría (por cable y vía telemétrica) son algunos de los productos de la gama de medios de pago que oferta NRI.

Anteriormente a su incorporación a la plantilla de la citada firma, Fernández Cazorla desempeñaba la función de delegado regional de AB Servicios Selecta España, una multinacional puntera en la industria de operación del Vending.

# VENDin

"SABOR AUTÉNTICO. MÁXIMA CALIDAD"



Cafés solubles

Preparados Lácteos

Leche

Aromáticos

Preparados Cacaos

Cafés

ESPAÑA  
Vendin SL

DELEGACIÓN MADRID  
c/ Coto de Doñana, 15  
Área Empresarial Andalucía  
28320 Pinto - Madrid - SPAIN

T. +34 91 691 91 04  
F. +34 91 691 91 45



(Centro de Madrid)

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

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

BRASIL  
Vendin SL

DELEGACIÓN SAO PAULO  
Rodovia Anhanguera,  
km 51,5  
Terra Nova - CEP 13.200 - 970  
Jundiaí-Sao Paulo  
(Brasil)  
Fone: 0055 11 - 4536 1000

www.vendin.es  
vendin@vendin.es



## Nueva presentación de Bianchi Vending Ibérica

El pasado día 25 de marzo tuvo lugar, en el hotel Abba Acteón de Valencia, una nueva jornada de presentación de los productos de la fabricante italiana de vending Bianchi, que contó con la presencia de su colaborador en la zona, Automáticos Vendival.

Valencia se sumó así al resto de ciudades (Barcelona, Madrid, Murcia y Vigo) que han acogido las presentaciones realizadas por Bianchi en los últimos meses. Según ha confirmado la empresa, en breve otras ciudades serán testigos de esta campaña itinerante que la marca viene realizando por el territorio espa-

ñol, y del que *hostelvending.com* se está haciendo eco.

En esta ocasión, los asistentes contaron con la presencia del Director Comercial del Grupo, Gianpaolo Bononi, y de buena parte del equipo de ventas de la filial española: Javier Saez (director comercial en España), Juan Pomares (delegado de Levante), Luis Amo (delegado de Cataluña) y Jose Manuel Barba (gerente de Automáticos Vendival). Destacable fue también la presencia de los responsables técnicos Eduardo La Vega y Diego Ruiz, que apoyaron en todo momento a sus compañeros ofreciendo

sus conocimientos del producto.

Los profesionales del sector que acudieron al encuentro pudieron, así, valorar la gama de productos que ofrece Bianchi y conocer de primera mano los proyectos de futuro de la marca.

Junto a la gama BVM, se presentaron los primeros modelos de la gama de expendedoras de bebidas calientes LEI: LEISA, LEI400 y LEI 700, todas ellas ya disponibles en el mercado. Bianchi ha incorporado mejoras tecnológicas en esta nueva gama: el NanoTech (tratamiento para la prevención del depósito de la cal); el STT (Soft Touch Technology, que detecta el tacto digital mediante una leve pulsación); el uso de sistemas de iluminación LED para un consumo de energía inferior; o los ya conocidos sistemas de control remoto de la expendedora mediante GPRS.

## Acuerdo de distribución entre Hypercom y MCS para el mercado germano del vending

La empresa norteamericana Hypercom, especializada en el desarrollo y fabricación de medios de pago para máquinas automáticas (incluidas las máquinas de vending), ha llegado a un acuerdo de distribución de su modelo de pago electrónico Artema Modular, con la empresa alemana MCS.

MCS Micronic, que se especializa precisamente en comercializar artículos tecnológicos para la industria alemana del vending y el *dispensing*, se convierte, por tanto, en distribuidor oficial de Hypercom para el mercado bávaro. Según ha confir-



mado públicamente la firma norteamericana, su plan de estrategia inicial conlleva una primera introducción de 1.000 unida-

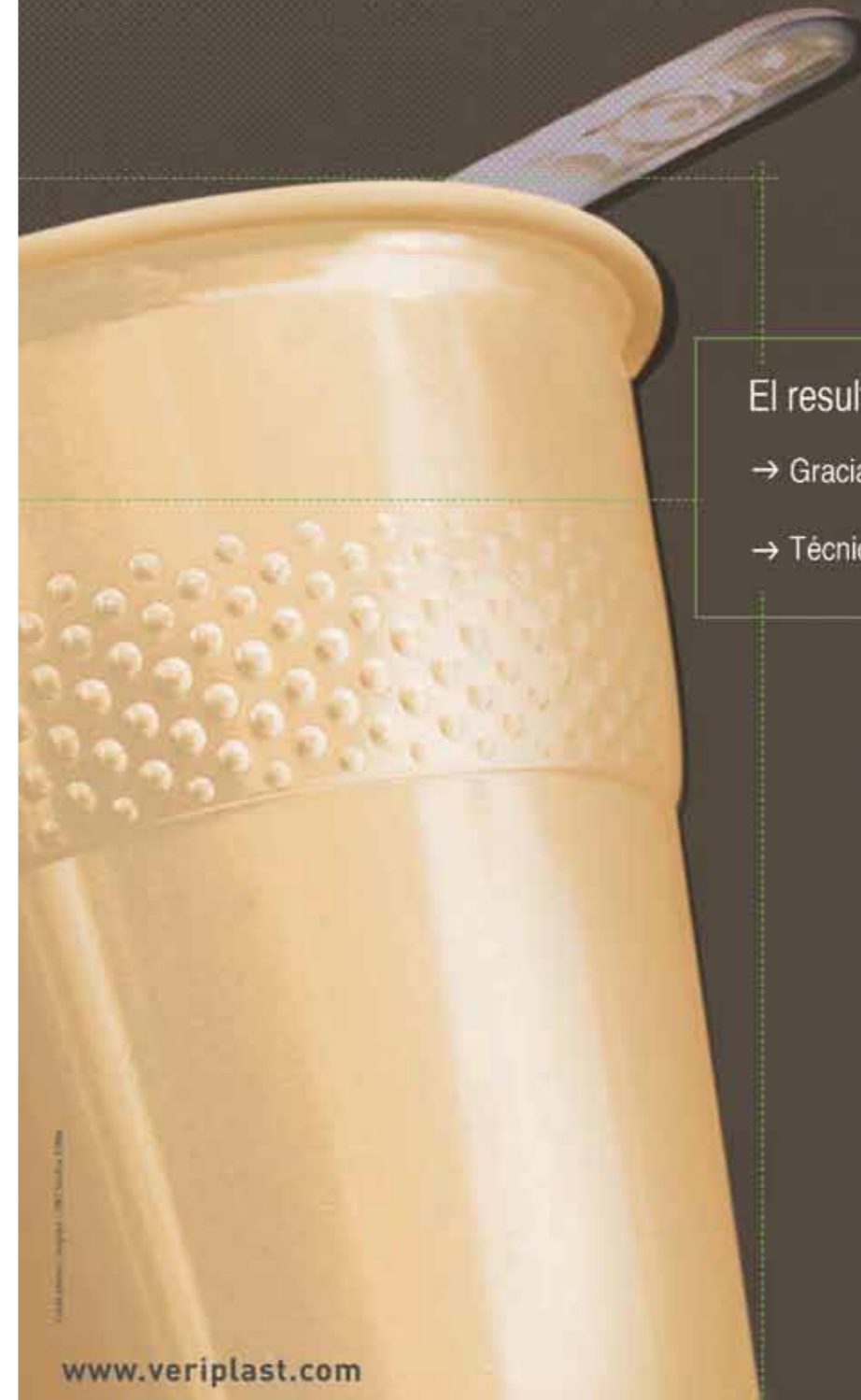
des del citado modelo.

El Artema Modular es una solución para pago con todo tipo de tarjetas para máquinas automáticas y de auto-servicio. Basado en la plataforma de soluciones de pago Artema, el fabricante ha adaptado este producto para todos los mercados internacionales. El Artema Modular permite realizar pagos con tarjeta chip, tanto online como offline, y es completamente compatible con los requerimientos de EMV Nivel 1 y 2. Además, debido a su arquitectura modular, el Artema Modular acepta pagos con tarjeta con y sin PIN. Es compatible con todo tipo de transacciones con tarjeta Visa o MasterCard además de con monedero electrónico y tarjetas de crédito o débito tanto nacionales como internacionales.



SWING 150 by veriplast solutions

Disponible en 4 colores (blanco, pardo, chocolate y transparente)



El resultado de una innovación continua.  
 → Gracias a su huella táctil única, protege del calor.  
 → Técnicamente perfecto, facilita el desempilado.

www.veriplast.com



veri smart, veri efficient.

# INTERMEDIT CANDY



## EL FUTURO HA LLEGADO A LA VENTA DE GOLOSINAS

INTERMEDIT es un claro ejemplo de que los tiempos de crisis son también los tiempos de las grandes oportunidades. La empresa se refundó en 2008 a partir de un negocio inmobiliario que dejó de ser rentable a la misma velocidad que los bancos dejaban de despachar hipotecas como chuches.

Tras observar un nicho de mercado en el sistema tradicional de venta de chuches a granel - precisamente - el inventor de la patente registrada por Intermedit pensó que podría ser una buena idea crear una máquina automática que dispensara este tipo de producto. El tiempo ha demostrado que fue una decisión llena de acierto.

INTERMEDIT CANDY es una auténtica revolución en la venta tradicional de las golosinas; un mercado donde los establecimientos que se encargan de vender este tipo de productos se han quedado obsoletos en el cumplimiento de las normativas higiénico-sanitarias actuales, puesto que las chuches continúan estando "al alcance de la mano" de todas las personas que acceden al local.

### MÁS HIGIÉNICO, CÓMODO Y RENTABLE

Con INTERMEDIT CANDY, hablamos de una máquina totalmente automática, que dispensa golosinas al peso, a partir de 28 canales diferentes de 1.500 g de carga, totalmente refrigerados, en los cuales se pueden cargar frutos secos o golosinas, y todo ello cumpliendo con las medidas higiénico-sanitarias actuales, ya que las golosinas no son manipuladas en ningún momento del proceso, ni de pesado ni de embolsado, hasta la adquisición del consumidor final.

Al mismo tiempo, la máquina de Intermedit soluciona diversos inconvenientes asociados a la venta tradicional, como el de las cantidades o la variedad en los surtidos. De este modo, el sistema de venta tradicional de golosinas no cumple con las expectativas del comprador, pues le obliga a comprar como mínimo una bolsa de 100 g de un solo tipo de golosinas, o bien un surtido variado a gusto del fabricante.

INTERMEDIT ha encontrado un sistema que convence a los empresarios del sector, así como a los clientes o usuarios.

La máquinas dispensadora CANDY, junto a uno de sus elementos, los tubos dispensadores, son la herramienta perfecta ya que, de una sola vez, quedan solucionados todos los problemas anteriormente mencionados.

"La base de nuestra máquina es la robótica, hemos conseguido adaptar sistemas de posicionamiento que sólo los podremos encontrar en máquinas de gran precisión industrial", comenta Antonio Yepes, Director General de INTERMEDIT.

Efectivamente, el éxito de INTERMEDIT CANDY reside en un funcionamiento sorprendente, totalmente a la vista del usuario de la máquina: un robot se dirige hacia el tubo que contiene el producto deseado y, una vez posicionado y manteniendo pulsado el botón elegido, nos dispensa la cantidad que deseamos de uno o varios tipos de golosinas, mientras el display nos va indicando el crédito que nos queda.

Una vez agotado el crédito, el mismo robot desplaza el carrillo de carga hacia un dispositivo automático que nos las servirá

envasadas en una bolsa de plástico.

Como bien apunta el responsable de INTERMEDIT, "el sistema de guías que posicionan el robot dista mucho de lo que podemos encontrar en el mercado respecto a expendedoras con ascensor, etc".

### UN JUEGO DE NIÑOS

La interactividad de la máquina con el usuario es, pues, el punto fuerte de INTERMEDIT CANDY. El usuario puede manejar el robot interno a su gusto, gestionando el "presupuesto" destinado a chuches entre

las diversas variedades.

No es de extrañar que los primeros en quedar engatusados con la dispensadora de chuches sean los más pequeños. Pero el llamativo sistema de INTERMEDIT CANDY es capaz de captar la atención de cualquiera, como reconoce el propio Antonio Yepes: "En un principio, partíamos de la idea de que serían los niños de entre 8 y 12 años nuestros principales clientes, pero la realidad es que son los chavales de 12 a 22 años los que más consumen, sin descartar a los adultos".

Las zonas de ocio, las instalaciones entorno a institutos y universidades, en áreas de servicio de las autopistas y las tiendas 24h. son las mejores ubicaciones para la máquina.

La configuración de precios en cada uno de los canales es graduable, siendo el explotador el que fija los precios de venta. "Por los datos que tenemos los precios de venta al público son equiparables a los que podemos encontrar en cualquier establecimiento especializado", nos aclara Antonio Yepes.

www.intermedit.es / Tlf: +34 968 64 18 70 / ventas@intermedit.es



## EXPANSIÓN DEL CONCEPTO CANDY

Televisión, radio, prensa y diversas revistas especializadas se han hecho eco de este salto adelante, lo que ha ayudado a

INTERMEDIT a firmar acuerdos de distribución en el 75% del territorio nacional, ¡en menos de un año!

"Estamos ultimando acuerdos de distribución en el resto de zonas, esperamos alcanzar estos objetivos antes del verano", nos revela el director de la firma, quien prosigue: "Respecto al mercado exterior se están precipitando las cosas. El objetivo marcado era de 12 a 18 meses desde el inicio de fabricación, para abrir mercados en el exterior, pero hemos recibido un gran número de solicitudes de distribución internacional prácticamente de toda Europa; también en EEUU y Brasil se han interesado por nuestro proyecto".

Tratándose de una máquina totalmente nueva en el sector, es lógico que despierte un gran interés en todo el mundo. No obstante, Antonio Yepes se muestra prudente a la hora de hablar de la expansión internacional de INTERMEDIT: "A pesar de todo, creemos estar ya en disposición de entregar algunas máquinas en Italia en el mes de julio de este mismo año".

Además, el desarrollo tecnológico de INTERMEDIT no se para: "En la actualidad estamos incorporando a nuestros equipos los más modernos sistemas de hardware y software, protocolos de comunicación MDB, GPRS, BLUETOOTH, aplicación web para presentación de datos enviados por la máquina, control de impresora de tickets, control de billeteo, etc", concluye su gerente.

Con tecnología tan dulce, el límite sólo lo puede marcar el cielo.



## N&W utilizará todas sus bazas para el vending en la feria Venditalia 2010

Una vez más, N&W estará presente en la próxima edición de la feria Venditalia 2010, el Salón Internacional del Vending que tendrá lugar desde el día 28 de abril hasta el día 1 de mayo, en el recinto ferial Fieramilanocity de Milán. La empresa dispondrá de su propio stand corporativo (B23-D22) en el Pabellón I, donde se reunirán todos los profesionales de la venta automática.

N&W aprovechará su presencia en el certamen para mostrar la nueva generación de máquinas vending Canto, Samba y Diesis, con especial atención a los modelos antivandálicos Rock y Canto P, estudiados específicamente para emplazamientos públicos.

Además, se dará a conocer al mercado Solista: un modelo totalmente nuevo que completa la oferta Necta en la gama Table Top. Solista es la primera máquina de esta gama equipada con grupo de café Z4000 y tecnología instant Freemix; destaca también por su diseño, en el que predomina la iluminación por LEDs y la elegancia de sus paneles fotográficos. En el stand de N&W – donde los visitantes a la feria contarán con la asistencia del equipo comercial y técnico de la marca – tampoco faltarán las máquinas



de café expreso monodosis (bajo la marca Sgl) y todos los modelos de máquinas desarrolladas para el canal Horeca.

## Vendin apuesta por sus productos lácteos granulados para el mercado italiano



Coincidiendo con la feria de Milán, Vendin presentará a su nuevo director de ventas internacionales, Rodolfo Gobenceau, de origen franco-italiano, quien se encargará de presentar los principales productos de la compañía apostando fuertemente por sus preparados lácteos granulados.

De esta manera, fiel a las previsiones establecidas, la empresa sigue con la implantación definitiva en los países europeos, comenzando por Italia.

Los objetivos actuales de la marca son darse a conocer en el mercado italiano y ofrecer su gama de productos. Para ello, la empresa quiere hacer hincapié en las cualidades de una gama reconocida en el mercado europeo, potenciando el servicio y la calidad.

## VS Vending School

by TPC NETGRUP



Formación especializada para empresas operadoras de vending

**CURSOS** PRESENCIALES - SEMI-PRESENCIALES - ON-LINE

**ÁREAS** OPERATIVAS - COMERCIAL - SERVICIOS - GESTIÓN

Formación bonificable a través de la FUNDACIÓN TRIPARTITA

Cursos on-line / matrícula abierta:   
 • Manipulador de alimentos adaptado al Vending (Obtención del Certificado)   
 • Gestor de rutas/reponedor

TPC NETGRUP, más de 9 años formando en el vending

info@tpcnetgrup.com - tf. 938 16 63 71 - Fax: 938 14 24 83 - [www.vendingschool.es](http://www.vendingschool.es) - [www.tpcnetgroup.com](http://www.tpcnetgroup.com)



Haz el movimiento justo



**FAS INTERNATIONAL S.L.**  
 C/ Beato Oriol, 1 · Planta 1ª Oficina 3  
 Edificio Forum Montcada  
 08110 Montcada i Reixac · Barcelona · España  
 Tel. +34 93 5647856 · Fax +34 93 5754034  
 fas@es.fas.it · [www.fas.it](http://www.fas.it)

### Elige con facilidad

Con los nuevos **DISPLAY** en los cajones del distribuidor FAST-FASTER-SKUDO, gracias a la retroiluminación controlable la visualización del código y el precio es inmediata y clara, permite también la actualización remota de los precios de venta utilizando sistema standard EVA\_DTS, y muchas más funciones que facilitan las relaciones entre el cliente y el distribuidor.



## Zumex estrena nuevas instalaciones y lanzamiento para el Vending

La empresa valenciana Zumex, fabricante especializada en zumos para Horeca y Vending, estrenó sus nuevas instalaciones en el Polígono Industrial Moncada III de esta localidad. La nueva planta de producción y oficinas cubren una superficie de 5.000 metros cuadrados y destaca especialmente por su fachada bioclimática, la primera instalada en toda la Comunidad Valenciana.

Dicha fachada está compuesta por dos plásticos con una configuración especial y unas cámaras intermedias que regulan la temperatura de la nave, aislando las instalaciones y asegurando, además, un ahorro energético total de casi 2 millones de kilovatios anuales (según estimaciones de la empresa). Esto es así gracias a que el sistema de esta fachada aprovecha al máxi-

mo, y sin utilizar elementos externos, la luz solar, recortando el gasto de luz artificial y energía eléctrica.

Por otro lado, la empresa ha presentado su nueva línea Vending, que surge del conocimiento que atesora acerca de la naranja y los procesos de exprimido, y da la posibilidad de ofrecer zumo recién exprimido desde la misma máquina expendedora.

## Eravending da un salto evolutivo con su gama de máquinas Premium

La sección de vending del grupo asturiano La Era de la Venta Automática (especializado en franquicias de tiendas automáticas 24 horas) ha lanzado una nueva gama de máquinas expendedoras, de fabricación propia. Basados en la experiencia de su parcela de vending público, la empresa ha desarrollado unas máquinas de acero inoxidable 306, presente en prácticamente todas las estructuras y piezas de la máquinas (ban-

dejas, separadores, espirales, teclado de selección, etc.).

Pensadas para expender bebidas frías y snacks, los tres modelos de diferente volumen integran un grupo de frío con refrigeración hasta 3°C y especial seguridad de frío en las bandejas inferiores, controlado por termostato electrónico.

El cliente inserta sus monedas en una entrada con sistema de protección con-

tra líquidos, para después recoger el producto. Si por alguna razón el producto no cae, el sistema de fotocélula incorporado lo detecta, y la máquina no cobra el servicio.

Por último, cabe destacar el interior iluminado por tres tiras de LEDs, que está protegido en el exterior por un doble acristalamiento de 10 mm de grosor. En esta misma línea, el teclado y el cierre se han asegurado contra actos vandálicos.

## 50 años - la historia de un éxito

recuerdos de Frieder Steigler,  
socio y consultor de marketing Rheavendors



**Distributeur d'idées !  
Dispensing Ideas!**

**Vending PARIS**

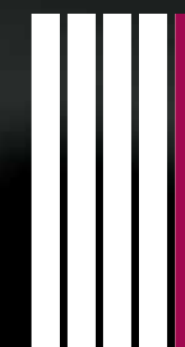
**27 Oct. - 29 Oct. 2010**  
Paris • Porte de Versailles • Pavillon 4

Le rendez-vous international de la Distribution Automatique  
The International Vending Exhibition

Commandez votre badge gratuitement sur  
Order your badge for free at  
[www.vendingparis.com](http://www.vendingparis.com)

Organized by / Organized by  
**Reed Expositions**

Partenaire Officiel / Official partner  
**NAVSA**



## Intus haec ago, in aula ingenti memoriae meae.

Confesiones de San Agustín, lib. X, cap. VIII  
Todo esto lo hago yo interiormente en el aula inmensa de mi memoria.

rheavendors es una marca que ha determinado, quizás como ninguna otra, las tendencias actuales del vending internacional. Se trata de una de las mayores empresas de vending del mundo, caracterizada por su fiabilidad, sus innovaciones mecánicas y técnicas y por su diseño de primera fila. La venta de más de 500.000 unidades de su modelo xs atestigua la decisiva importancia de esta empresa para dar forma a la cultura del café. rheavendors vuelca sus esfuerzos en crear máquinas con vida, donde la forma y la función están íntimamente ligadas. Todas las máquinas de rheavendors, sean modelos de sobremesa o de pie, están impregnadas del auténtico estilo italiano, por su diseño cautivador y su facilidad de uso. No se trata, por tanto, de meras máquinas expendedoras de café, sino de cafeterías en su máxima expresión, repartidas por más de 90 países de todo el mundo; rheavendors es, pues, uno de los embajadores más respetados de la cultura del café italiano.

### ¿Quién es el artífice de esta popular marca? ¿Cómo y cuándo empezó todo y cuál ha sido la evolución de la empresa durante los últimos 50 años?

En febrero de 1960, Aldo Majer fundó rheavendors. El curioso nombre de la marca proviene de un ave sudamericana similar al avestruz, el *Rhea americana* o ñandú. "Porque no volará, pero... ¡no te imaginas lo que corre!" Era la decisión correcta en el momento adecuado; un pequeño paso para Aldo Majer se convertiría en un gran salto para la industria del vending, alterando definitivamente su imagen e identidad. Como gran apasionado de la vida animal, Aldo Majer comprendió que la mecánica de los negocios es como la observación de las aves: hay que fijar la vista con cuidado, analizar la situación y actuar en el momento adecuado. Y es que ambas prácticas requieren habilidad, resistencia e ingenio. Utilizando estas armas, y llevado por

su irrefrenable pasión y su espíritu de superación, Aldo Majer se ha convertido en una de las figuras más representativas del vending, respetado incluso por la competencia. Hoy en día, esta pasión se hace más patente que nunca, ya que el empresario de casi 90 años sigue triunfando al frente de esta firma. Durante los 50 años de vida de rheavendors, y todavía hoy, Majer es el motor de una empresa que marca el paso en términos de calidad, diseño y fiabilidad.

La relevancia del diseño italiano es notable en di-

ferentes sectores, desde la moda al automóvil, pasando por el vending. La consigna de "il dottore Majer" es que en rheavendors confluyan forma y función en perfecta armonía. No en vano, un buen número de diseñadores de renombre han ido capturando la esencia de cada época, a la vez que establecían nuevas tendencias para la imagen del vending. Gracias a esto, rheavendors se ha estab-



rheavendors





“¿Quién es capaz de trabajar las 24 horas del día, los 365 días del año, sin tomarse un descanso y sin un reproche? Sólo una máquina expendedora”.  
Aldo Majer, Presidente.

lecido como empresa líder del sector, especialmente en lo que se refiere a los modelos de sobremesa. Además, la firma siempre ha destacado por su capacidad para establecer fuertes relaciones con grandes empresas de ámbito internacional (torrefactores y operadores multinacionales) y regional.

**En sus primeros años en el mundo del vending, rheavendors se dedicó a la fabricación de expendedoras de chicles, una rara avis en aquella época, aunque ya presentes en ciertas vías públicas.** Por entonces, resultaba extraño comprar cosas de una máquina, y se asociaba al mundillo de la ciencia ficción; de hecho, es frecuente encontrar máquinas expendedoras en las películas de Stanley Kubrick, fascinado por la automatización y la interacción hombre-máquina. Insertar una moneda, bajar una palanca y pulsar botones para después recoger el producto de un compartimento parecían formar parte del imaginario sci-fi. Aquellos que anticiparon la expansión de las máquinas que vivimos actualmente fueron

tachados de ilusorios. Aldo Majer, sin embargo, vio más allá del uso inmediato de las expendedoras en aquellos días; en su mente tenía clara cuál sería la evolución del mercado del vending. Gracias a su habilidad y perseverancia, hoy (y desde hace 50 años) rheavendors es líder de mercado. El mundo actual ha aceptado las máquinas expendedoras. Su fiabilidad está fuera de toda duda y esto es así, en buena medida, gracias a rheavendors. Las máquinas de venta automática son ya omnipresentes, y el cliente se beneficia de sus ventajas al ahorrar tiempo y dinero a través de un dispositivo que le otorga mayor comodidad a su vida diaria. rheavendors va más allá, respondiendo a los anhelos y necesidades del consumidor con cada nuevo modelo de máquina.

**A Aldo Majer le encanta pensar que sus productos ayudan a que la gente se comunique entre sí, por extraño que parezca. ¿Cómo es posible que una máquina acerque a las personas?**

Tomemos como ejemplo las máquinas de café para oficina. En este entorno, la máquina se convierte en el punto donde los compañeros de trabajo se reúnen para comunicarse. Estudios de investigación así lo demuestran, al igual que la experiencia del día a día. Al lado de una máquina expendedora es donde la gente habla sobre su vida privada, sobre sus compañeros y los temas de trabajo. Es por esto que, para rheavendors, el vending es también un medio de comunicación. Después de todo, no sólo utilizamos estas atractivas máquinas para sacar nuestro aperitivo o bebida de rigor. Diseñadores y arquitectos han sabido apreciar este hecho para crear áreas de descanso específicamente adaptadas a las máquinas de vending y al entorno de trabajo. Aunque, claro está, lo principal es que cumpla su misión con eficacia, fiabilidad y encanto. “¿Quién es capaz de trabajar las 24 horas del día, los 365 días del año, sin tomarse un descanso y sin un reproche?”, se pregunta Aldo Majer. “Sólo una máquina expendedora”. La máquina tiene que adaptarse a las necesidades de aquél que la usa;



Aldo Majer junto a Frieder Steigler, director de servomatsteigler GmbH, parte del grupo rheavendors desde 1985.



Aldo Majer, presidente y fundador de rheavendors, con la ya fallecida Sra. Bianca Corbari, irremplazable colaboradora durante medio siglo y, finalmente, directora financiera del grupo rheavendors.



cuanto mejor cumpla esta tarea, su servicio será más eficaz. Todavía hoy, los más cercanos a Aldo Majer, y hasta sus competidores, reconocen su capacidad para identificar estas necesidades.

En su vista se advierte pasión, la misma que mantiene en cada uno de sus paseos al campo para admirar la vida animal.

Como todo negocio familiar que se precie, los hijos de Aldo siguen aprendiendo de su padre y son la

clave del futuro de rheavendors. Con unas bases tan sólidas en su fundación, todo apunta a que el éxito se perpetrará para rheavendors; pero este amante de la naturaleza también es consciente de que no hay que relajarse y que siempre hay que apuntar a nuevas metas. Aldo Majer seguirá observando con paciencia para actuar con habilidad y tomar las decisiones correctas en el momento adecuado. Como ha hecho toda su vida.

#### **Años 60**

Durante la década de los 60, se hizo popular una canción italiana llamada "Fatti mandare dalla mamma a prendere il latte" (Dile a tu mamá que te mande

"Cuando era joven, pasaba días caminando por los Dolomitas y solía acertar a algún que otro rebeco. Al volver, mi padre Carlo sólo me preguntaba cuántos disparos había fallado".  
Aldo Majer, Presidente.

a comprar leche). A los niños le encantaba cumplir esta tarea, porque recibían una moneda de 10 liras como premio, que gastaban en una bola de chicle color rojo Ferrari, que sacaban de una máquina: el primer producto que vendió rheavendors. Mecánicamente perfecta y simple a la vez, constaba de un gran receptáculo de cristal de impecable redondez que dejaba ver la sinfonía de colores de los chicles. En 1962, rheavendors fabricó (por primera vez en Italia) una gama completa de máquinas expendedoras que vendían snacks y dispensaban bebidas frías y bebidas solubles calientes.

#### **Años 70**

En los años 70 se presentó en el Museo de Arte Moderno de Nueva York la primera máquina de café expreso. Se trataba de un producto nacional, con un diseño minimalista del arquitecto Bruno Morassutti. Al contrario de lo que su sencilla apariencia exterior sugería, la tecnología que incorporaba era realmente innovadora, ya que el modelo de rhe-

avendors incorporaba por primera vez un sistema para moler el grano de café. En esta misma década, se lanzó el *E100*, la primera máquina expendedora con mueble 100% de plástico, obra de Angelo Mangiarotti, uno de los más destacados arquitectos y diseñadores industriales de Italia. El cliente podía ver los granos de café en esta máquina, que preparaba un delicioso expreso gracias a su sistema centrífugo de erogación.

#### **Años 80**

El inicio de esta década se celebró con el modelo *80*, la primera cafetera de pie de rheavendors que se adaptaba al bolsillo del cliente. Las prestaciones de la *80* eran tremendamente innovadoras y funcionales para el operador, y ofrecía al cliente un café de la mejor calidad por el mejor precio. Esta máquina abrió nuevos mercados en el norte de Europa, al ser la primera máquina italiana recibida con buena aceptación en el difícil y exclusivo mercado alemán. En 1985 hacía su aparición la primera (y duran-

“Tras 67 años de trabajo, 50 de los cuales he dedicado a rheavendors, aún me motiva ver cómo desarrollamos nuestra tecnología y ayudar en ello”.  
Aldo Majer, Presidente.

te mucho tiempo la única) cafetera automática de sobremesa, el modelo *viva*. Capaz de albergar 200 vasos, destacaba por ofrecer la nueva mezcla de café MoccaCino; la suave crema del capuchino se endulzaba por primera vez con chocolate. Esta máquina elevó a rheavendors a la categoría de fabricante de máquinas de vending para toda Europa y para todos los segmentos de este sector. Para una

empresa que parecía estar limitada a los mercados del sur de Europa, fue decisivo expandirse hacia las zonas norte y este. En 1985, Aldo Majer y yo, Frieder Steigler, nos conocimos; a partir de este momento, nació una sociedad de oro, que adhería los mercados de Alemania, Austria y el Reino Unido. En 1986, la familia Majer y la familia Sánchez (JSP) comienzan una larga y amistosa colaboración en España, un país que siempre ha estado cerca del corazón de Aldo Majer. Fueron las primeras fases de lo que ahora es Rheavendors España.

**Años 90**

Con los noventa llegó la *moda*, una máquina de pie que presentaba un atractivo panel de selección con el que se destacaba la carta de bebidas. En tan sólo diez años, este concepto se ha convertido en regla común para la industria del vending. Otra de sus grandes aportaciones fue la flexibilidad de su siste-



Carlo Majer y Aldo Majer alzan sus copas por un futuro fantástico para rheavendors.



La simplicidad del exterior de la máquina no hacía intuir la enorme sofisticación de la tecnología que utilizó la gama de expendedoras de rheavendors durante los años 60 y 70. im Automateninnern in den 60er und 70er Jahren.



ma modular, que permitía instalar de forma rápida y sencilla los medios de pago. Con el lanzamiento del *PCM* (Personal Coffee Machine), rheavendors dio un paso más en el vending de sobremesa y facturó

un diseño arquetípico, obra de un diseñador estadounidense de automóviles. Hoy en día, el *PCM* es aún considerado un objeto de gran belleza, además de una máquina genial.





“Buena parte del éxito de rheavendors se debe al trabajo de una señorita que comenzó como mi asistente y secretaria personal, Bianca Corbari, y que acabó como nuestra directora financiera y alma máter de la empresa. Ella hizo posible que me concentrara en la ingeniería, la investigación y el desarrollo”.

Aldo Majer, Presidente.

**El nuevo milenio**

La gama de rheavendors se rediseñó con la llegada del nuevo milenio.

No obstante, también se depuraron las consignas básicas del vending: ofrecer el mejor servicio y sabor a través de una máquina fácil de instalar y de mantener. El diseño inteligente de la xs, con sus reducidas dimensiones y su sencillo sistema de personalización, la convertía en un modelo muy

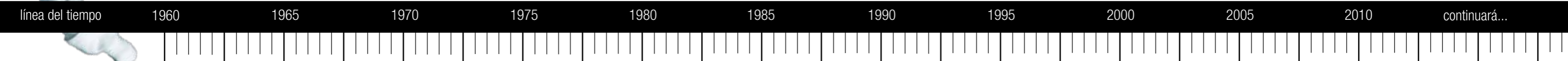
asequible que ofrecía una gran variedad de bebidas. Con ella cambió la imagen que el público tenía de las máquinas automáticas de café.

**¿Y el presente?**

rheavendors ha marcado la pauta desde que sus máquinas se expusieron en el Museo de Arte Moderno de Nueva York. En la lista de grandes piezas

del arte moderno y contemporáneo, el diseño industrial de rheavendors se codea con otras cumbres como las conseguidas por Apple o Porsche. La naturaleza internacional del departamento de diseño de rheavendors es un punto vital en esta nueva “era global”, en la que sólo se puede marcar tendencia teniendo a los mejores diseñadores. rheavendors no conoce los límites fronterizos; de hecho, gracias al intercambio cultural, la empresa se nutre de información que le permite estar al día de todo aquello que el mercado necesita. Las máquinas deben hablar un lenguaje global, ser fáciles de usar y fiables, porque sólo así se ganarán la confianza del consumidor.

Además del centro de I+D, rheavendors tiene cuatro plantas de producción para máquinas de snacks y máquinas de café (de tamaño pequeño, medio y grande), que ocupan una superficie total de 27.000 metros cuadrados. En ellas trabajan más de 200 empleados, a los que se les unen los más de 130 trabajadores de las nueve delegaciones internacionales. Con la justicia por bandera, Aldo Majer ha impregnado su filosofía en toda la estructura de la empresa, desde los empleados y proveedores hasta su trato con los clientes y socios. Como visionario, Aldo Majer estableció sus propios paradigmas en todo el mundo; como embajador de la cultura italiana del café, ha definido el vending como nadie.



● la nueva generación

ALIMENTARIA - Barcelona



LA IMAGEN de la venta automática sale reforzada de la FERIA DE BARCELONA

Hace años que el caballo de batalla del Vending era la imagen. Si para los que estamos dentro de este negocio resultaba obvio que el nivel de profesionalidad estaba a la altura de cualquier otro sector similar, como la hostelería, o incluso, en ocasiones, por encima, es también cierto que esa idea todavía no había calado, en su totalidad, en la conciencia del consumidor.

Al igual que otros grupos empresariales y asociaciones, HOSTEL VENDING emprendió hace años una lucha por reivindicar la imagen de este sector, y en los últimos meses creemos ser testigos de más avances que en los últimos 5 años.

Alimentaria ha sido un ejemplo de la importancia que está ganando este canal en el sector Alimentación. La presencia de expendedoras fue masiva, como vehículo de exposición de un gran número de productos, e instaladas de modo tal que conformaban un elemento más dentro del atractivo diseño de los stands.

CIFRAS RÉCORD

La feria cerró sus puertas el pasado 26 de marzo con muy buen sabor de boca. Según comunicado oficial, el salón ha logrado congrega a 140.542 profesionales (un 8% más que las previsiones iniciales) y cerca de 4.000 empresas expositoras. Estas cifras cobran especial importancia en el presente entorno económico y ferial. Tras una semana de frenética actividad en el recinto Gran Vía de Fira de Barcelona, Alimentaria revalida su condición de certamen

español de referencia para el sector agroalimentario y su posición entre las tres ferias alimentarias más importantes del mundo.

CRECIENTE INTERÉS POR EL VENDING

Los enviados especiales de HOSTEL VENDING acreditaron también el creciente interés que la venta automática está despertando dentro de las marcas productoras. A este respecto, Alimentaria está introduciendo un gran número de conceptos novedosos con enorme potencial dentro del vending, como bebidas funcionales, snacks dietéticos e incluso conos de pizza.

Asimismo, el vending es también implícitamente protagonista de iniciativas curiosas y llamativas. Ayer mismo publicábamos como cocineros de la talla de Xabi Gutiérrez, Ramón Freixas, Susi Díaz o Mario Sandoval cocinaban sus recetas dentro de la exposición con un ingrediente básico del Vending; los snacks.

Simultáneamente, y en otro punto de la feria, Ferrán Adriá probaba con la revista HOSTEL VENDING y la Lavazza Blue (expendedora de café que unifica los conceptos máquina y monodosis) para uno de nuestros reporteros.

BUENA REPRESENTACIÓN DE LOS FABRICANTES

Varios fueron los fabricantes de máquinas Vending que representaron al sector de la venta automática en la feria barcelonesa de Alimentaria. Con su presencia, se confirmó la importancia



- rheavendors ● france
- rheavendors ● polska
- rheavendors ● sur
- rheavendors ● benelux
- servomat steigler
- rheavendors ● servomat UK
- rheavendors ● españa
- rheavendors ● servomat A

que tiene promocionarse ante las marcas productoras, de modo que éstas fijen sus estrategias comerciales cada vez más hacia el canal Vending.

Éste ha sido el caso de N&W, que situó su stand en la zona más céntrica del Salón Restaurama, justo al lado precisamente del stand de Nestlé.

En esta misma línea, Saeco también hizo acto de presencia en Alimentaria con un stand dedicado al OCS y la hostelería, con sus máquinas automáticas de café, de reducidas dimensiones.

Los asistentes a la feria nos informaron del establecimiento de sinergias positivas entre representantes del vending y de la industria de la Alimentación. Igualmente, la cita supuso una gran revelación de ideas originales susceptibles de ser adaptadas al canal de la venta automática; tanto en términos de packaging, como de formato, nuevas fórmulas de venta, productos especiales, etc.

#### MUCHOS PRODUCTOS "VENDIBLES"

Si uno es operador de vending y encuentra que su gama puede parecer rutinaria, el lugar indicado para nutrirse de nuevas ideas y establecer relaciones directamente con el proveedor es en una feria como ésta.

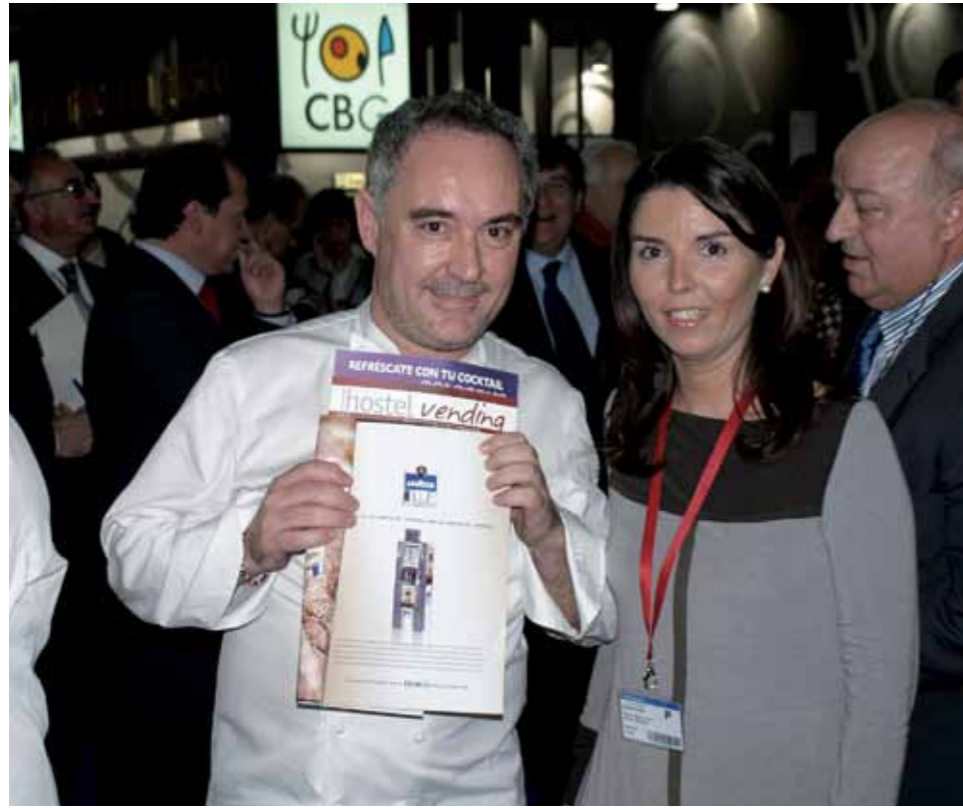
Desde nuevas bebidas energéticas, isotónicas, refrescos o bebidas más tradicionales (como los envases de pequeño tamaño de horchata), pasando por soluciones ingeniosas para dispensar sopa y caldos naturales (como las máquinas-termo vistas en el stand de la marca Aneto), la variedad en productos líquidos fue contrastada por los enviados especiales de HOSTEL VENDING al evento.

Especialmente destacable fue la presencia de numerosas empresas que presentaron nuevos productos más saludables, como bolsitas portátiles de puré de frutas, de uso individual; o los formatos para consumo fuera del hogar de frutas y verduras en un packaging especialmente pensado para las máquinas de Vending. O soluciones out-of-home igualmente saludables, como los tarritos de comida preparada y ensaladas, al estilo de la gama Naturfresh de Isabel.

Alimentaria 2010 superó las expectativas tanto por la cantidad como por la calidad de los profesionales asistentes al evento, lo que en palabras de los organizadores supone una "inyección de optimismo" para el agroalimentario.

Durante los cuatro días de feria, la revista HOSTEL VENDING fue distribuida, gratuitamente, a visitantes y expositores.





## Vending de Moscú en su edición del 2010

La feria moscovita del vending, VendExpo, hizo un balance positivo de su última edición, celebrada entre los pasados 24 y 26 de marzo. Según ha informado Olga Sitnikova, directora de la organización del evento, a *hostelvending.com*, en el centro de exposiciones Expocentr se dieron cita 67 empresas de 10 países europeos, que representaron a 70 marcas diferentes.



apreciar no sólo en las gamas de productos y novedades expuestas en los stands de las empresas que allí acudieron. La celebración del programa de conferencias y las múltiples mesas redondas también demostró la seriedad y valor profesional de VendExpo. En este apartado, se formaron muchos grupos de debate entre ejecutivos del vending, que conversaron

sobre temas diversos: los métodos más idóneos de dirección empresarial, las diferentes tributaciones financieras del vending, o la formación de la plantilla de trabajo. También fue destacable la sección dedicada a las fuentes de agua, *Water and Cooler*, en la que se celebraron conferencias sobre la comercialización dentro de este segmento en los ámbitos del hogar y la empresa. Por último, las grandes firmas presentes llevaron a cabo actividades y presentaciones especiales, como la de Rheavendors con su gama de máquinas automáticas de café, o MEI y CashCode, que aportaron sus gamas de medios de pago.

El marcado carácter profesional de la feria se pudo

sobre temas diversos: los métodos más idóneos de dirección empresarial, las diferentes tributaciones financieras del vending, o la formación de la plantilla de trabajo.

También fue destacable la sección dedicada a las fuentes de agua, *Water and Cooler*, en la que se celebraron conferencias sobre la comercialización dentro de este segmento en los ámbitos del hogar y la empresa. Por último, las grandes firmas presentes llevaron a cabo actividades y presentaciones especiales, como la de Rheavendors con su gama de máquinas automáticas de café, o MEI y CashCode, que aportaron sus gamas de medios de pago.

**ERAVENDING®**  
Fabricación

GRUPO LA ERA DE LA VENTA AUTOMÁTICA  
... DESDE 1990



Toda nuestra experiencia de más de 15 años en vending público, donde las máquinas son sometidas a todo tipo de excesos. A partir de esta experiencia hemos diseñado y fabricado ERAVENDING PREMIUM.

VEA EL VIDEO EN:  
[www.eraventa.com/videoseravending/videos.htm](http://www.eraventa.com/videoseravending/videos.htm)

**Y ADEMÁS:**

- Refrigeración hasta 3° C.
- Seguridad de frío en las bandejas inferiores
- Sensor caída de producto
- 2 años de garantía de piezas
- Posibilidad de pintura, a elegir en diferentes RAL de colores, para pedidos a partir de 13 unidades



Todas las bandejas y espirales en acero inoxidable 304 | 7 cajones almacén de productos | Iluminación interior duración de 50.000 horas | Entrada de monedas anti-líquidos

PÍDANOS PRESUPUESTO, SE SORPRENDERÁ  
TLF./VENTAS: 902 431 668 - TLF./SERVICIO TÉCNICO: 902 810 082

[www.eraventa.com](http://www.eraventa.com)

www.velarte.com

Visítenos en  
Alimentaria 2010 Barcelona Recinto Gran Via - Pabellón 8 Nivel1, stand D140  
Venditalia 2010: Pabellón 2, stand nº A24

## El mayor evento de la industria del café espera su momento en junio

La organización de la mayor feria de café del Reino Unido, Caffè Culture, ha asegurado que el evento doblará su capacidad en esta edición del 2010, para poder dar cabida a la ingente demanda de expositores (más de 250 empresas) y visitantes. De este modo, el evento se convertirá, entre el 23 y el 25 de junio dentro del centro de exposiciones Olympia de Londres, en la máxima representación de la industria del café en toda Europa.

Además, se añade un tercer día a la feria para incluir el Campeonato Mundial de Baristas y eventos diversos de la SCAE (*Speciality Coffee Association of Europe*). Ésta será la primera ocasión en que tanto el torneo de estos artistas del café como el *Wonderful World of Coffee*, de la SCAE, se producirán simultáneamente en suelo británico.

Cabe recordar que la citada asociación desplegará un amplio programa de conferencias y actividades, que tocarán temas diversos y neurálgicos de la industria mundial del café.

En resumen, las previsiones son más que positivas. Se espera que acudan a la cita de 2010 más de 10.000 visitantes, según ha subrayado la organización, con un perfil netamente profesional. No en vano, según los datos de la pasada edición (aportados por Allegra Strategies), el 68% de los



visitantes fueron altos directivos o gerentes con poder de decisión comercial.

**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

## Hostelco contará con las empresas más representativas del mundo de la hostelería



En ocasión de su 15ª convocatoria, Hostelco contará una vez más con la presencia de las empresas líderes de los sectores que representa. El evento se celebrará en el recinto de Montjuïc de Fira de Barcelona del 5 al 9 de noviembre de 2010, y ya cuenta con 350 expositores confirmados y 30.000 metros cuadrados de ocupación.

A falta de 8 meses de la celebración del salón, estas cifras son muy alentadoras como señala la directora, Isabel Piñol: "gracias al soporte de la Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines, FELAC, de la Federación

Española de Hostelería, FEHR, y de muchas de las entidades representativas de los sectores del salón, la campaña de contratación registra en estos momentos datos muy positivos".

Además de la exposición comercial, Hostelco acogerá un completo programa de actividades y jornadas técnicas centradas en el tema de la innovación y sobre las últimas tendencias, organizadas con la colaboración de la Federación Española de Hostelería y de otras asociaciones.

La oferta del salón estará conformada por los siguiente sectores: Equipos y maquinaria para la hostelería; Menaje y servicio de mesa; Gestión,

control, informática y seguridad; Textiles y uniformes; Mobiliario y decoración, y cuatro ámbitos con identidad propia: Área café; Expolimp, dedicado a la limpieza profesional; Food Service, el sector de la alimentación para el canal Horeca (Hostelería, Restauración y Catering), e Intervending, dedicado a la distribución automática.

Hostelco es un salón líder en España y todo un referente europeo. Desde sus comienzos ha contado con el respaldo del sector, liderado por FELAC. Constituida actualmente por más de 160 empresas de fabricantes, FELAC colabora en la organización de Hostelco y la práctica totalidad de las empresas que la integran aprovecha el salón como herramienta de promoción, plataforma de negocios, ventas y escaparate de presentación de sus novedades. Por otro lado, Hostelco cuenta con el apoyo y la colaboración de otras entidades como la Federación Española de Hostelería, FEHR, integrada por 75 asociaciones de ámbito provincial, autonómico y nacional.

## A falta de siete meses, TriestEspresso ya ha cubierto el 70% de su aforo

Entre el 28 y el 30 de octubre de 2010, la ciudad italiana de Trieste se convertirá en centro neurálgico de la industria mundial del café. La celebración de la feria internacional TriestEspresso Expo acogerá bajo un mismo techo a profesionales y empresas de todos los sectores y procesos del café, llegados desde Europa Central y del Este, de los Balcanes, o de los mercados asiáticos en desarrollo.

La organización de la feria corre a cargo de Fiera Trieste Spa, en colaboración con la Associazione Caffè Trieste y el apoyo de la Cámara de Comercio local y la Fondazione CrTrieste.

"El sector del café espresso", comenta el presidente de Fiera Trieste Spa, Fulvio Bronzi, "crece en todas las áreas geográficas y la industria italiana es, sin duda alguna, una industria de vanguardia. Además, en esta edición consolidaremos la colaboración con las realidades científicas del

territorio, que ofrecerán a todos los participantes de la exposición una descripción de las nuevas tendencias tecnológicas y de las novedades en el estudio de la genética de la planta". Los números de TriestEspresso Expo han crecido exponencialmente. En la pasada edición, en 2008, hubo un aumento de las áreas expositivas del 37,5%, los visitantes llegaron de 79 países (los operadores extranjeros presentes supusieron el 41% de las visitas), mientras que los medios que siguieron el evento venían de 17 países.

"Para la edición de 2010 los números siguen creciendo – continúa Bronzi – y con ellos la calidad y la eficacia de este evento que permite hacer negocios por millones de euros; el 70% del área de exposición ya ha sido reservado para un evento muy especializado en el procesamiento del espresso, que puede contar con una tasa de fidelización de los expositores que supera el 87%".

FUENTES DE AGUA

CON LA LLEGADA DE LA ÉPOCA PRIMAVERAL Y LA SUBIDA DE LAS TEMPERATURAS, LOS OPERADORES DE FUENTES DE AGUA SE PREPARAN PARA HIDRATAR LAS MASAS DE CONSUMIDORES...Y AUMENTAR SUS MÁRGENES DE BENEFICIO HASTA UN 70% EN SU PARTICULAR "TEMPORADA ALTA".

La industria europea de las fuentes de agua está conformada por una estructura compleja en la que se encuentran fabricantes, productores y distribuidores, que en muchas ocasiones entrecruzan sus funciones y servicios. Amén de esto, es común que estas empresas ofrezcan una oferta diversificada y no exclusivamente centrada en las dispensadoras de agua; en este sentido, el Vending y el tratamiento de agua son sectores en los que se suele canalizar su oferta. Debido a esto, resulta difícil analizar con precisión este mercado.

No obstante, la Asociación Europea de Fuentes de Agua (EBWA), en colaboración con la agencia consultora Zenith International, ha aportado a HOSTEL VENDING una serie de datos indicativos sobre un sector de la industria del agua que sigue a flote. No en vano, según las cifras que maneja la EBWA, el volumen de ventas de las fuentes de agua en Europa Occidental ha crecido un 7,9% desde el 2004, hasta llegar a los 915 millones de euros contabilizados en 2008, la campaña más cercana con cifras confirmadas. En el pasado año 2009, se estima que las fuentes de botella llegaron a los 4,06 millones de unidades que, sumados a los 1,05 millones de fuentes de red, dan un total de 5.110.000 fuentes repartidas por la Europa del oeste.

**AUGE DE LAS FUENTES EN RED**

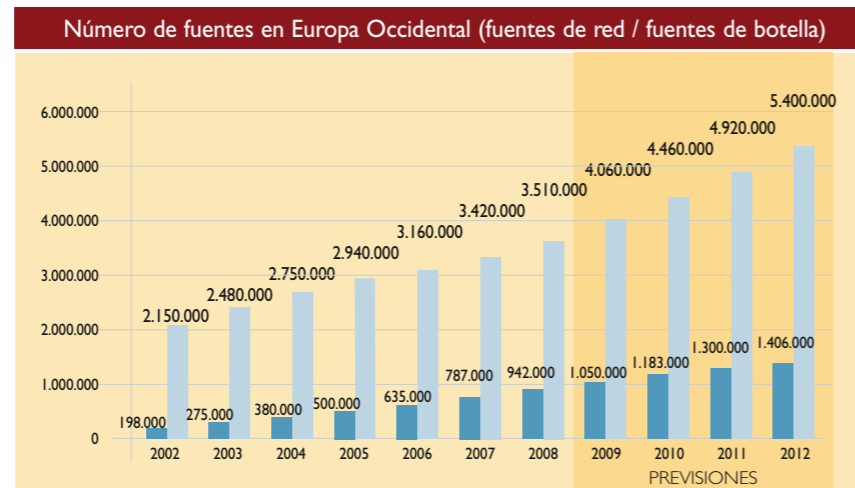
Como se puede apreciar en el gráfico I, se espera que la sana rivalidad entre las fuentes de botella y las fuentes de red se mantenga a niveles parecidos en los próximos años. El ritmo de crecimiento de ambos sectores se prevé firme, llegando a un volumen de unidades de 5,4 millones



## Más de 5 millones de fuentes de agua completan la oferta "vending" en Europa Occidental

para las fuentes de botella y de 1,4 millones para las fuentes de red, de cara al 2012.

En declaraciones del vicepresidente de la Asociación Europea de Fuentes de Agua en Red (EBDWA), Hans Krohn, a HOSTEL VENDING, el directivo considera que en aquellos países con una red de agua potable de calidad, la cuota de mercado de las fuentes de red está incrementando en detrimento de la opción de garrafa. "Las razones son obvias: no hay necesidad de transporte, embotellar, realizar pedidos o almacenar los envases. Obviamente, en aquellos lugares donde no exista una red de agua de calidad, el agua en botella es la opción a elegir", apunta Krohn, quien ejemplifica este cambio de tendencia en el experimentado mercado británico, el mayor de toda Europa. "Actualmente, en el Reino Unido, el 90% de los clientes que instalan una nueva fuente de agua, eligen fuentes de red. Aunque el parque de fuentes de botella sigue siendo enorme, las estimaciones hablan de un descenso del 20% en sus ventas, aunque habría que tener en cuenta el panorama económico".



ENTREVISTA A GUSTAV FELIX, DIRECTOR GENERAL DE LA EBWA

## “Por cada 1.000 habitantes en Europa Occidental, hay 4,6 fuentes de garrafa”

**¿Cuáles son los objetivos que se marca su asociación?**

La Asociación Europea de Fuentes de Agua (EBWA) es una organización internacional no gubernamental y sin ánimo de lucro, con tres fines principales: primero, servir como fuente autorizada de información (especialmente científica) para la industria de las fuentes de agua. En segundo lugar, definir, promocionar y mantener los máximos estándares de calidad e higiene en la industria, a través de medios de autorregulación como nuestro "Código para una práctica higiénica". Por último, pretendemos proteger al consumidor a través de la práctica profesional, legal y ética de las empresas de esta industria.



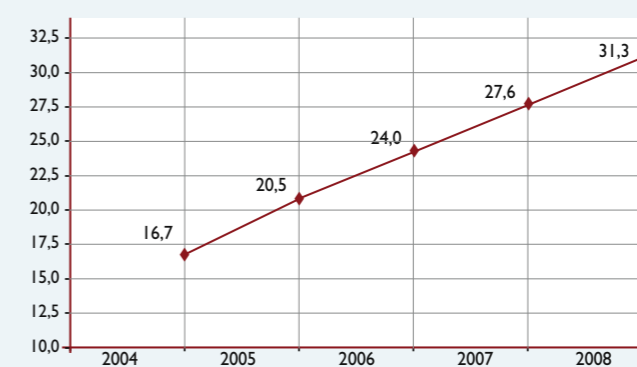
Estos países han demostrado ser un marco ideal para las fuentes de red.

**¿Qué cuota de mercado acaparan las fuentes de red en comparación a las de botella?**

Hay una diferencia considerable en el volumen de ambos modelos para el ámbito doméstico y de oficina, y para el ámbito del Horeca, que es de mayor capacidad. Las fuentes de red han entrado en competición directa con los packs de agua embotellada en negocios de hostelerías. Después de mucho tiempo siendo el sustituto de las fuentes de garrafa, las fuentes de red se han asentado como una oferta independiente.

Tradicionalmente, la oficina era para las fuentes de botella, y la fábrica para las fuentes de red. Hoy en día, ambas soluciones están abiertas a todo tipo de localización.

**Evolución de la cuota de mercado de las fuentes de red**



**¿Qué tendencias destacaría del mercado actual de fuentes de agua?**

El mercado en Europa Occidental se encuentra en un periodo relativamente estable, aunque el volumen de consumo, evidentemente, difiera de un país a otro.

En los dos últimos años, se han reunido varios factores negativos; la inseguridad económica, las malas condiciones meteorológicas y las cuestiones ecológicas provocaron un crecimiento menos acentuado.

El mal tiempo hizo que los consumidores del norte de Europa no necesitaran hidratarse tanto. Por otro lado, la influencia de algunos países donde existió un debate mediático sobre el impacto medioambiental del agua embotellada hizo que el mercado de fuentes de botella (más maduro) decreciera.

Por cada 1.000 habitantes en Europa Occidental, hay 4,6 fuentes de garrafa activas; muchas de ellas instaladas en zonas comerciales, oficinas y fábricas. En los países donde existe una cierta saturación de las fuentes de botella, los fabricantes están apuntando hacia el ámbito doméstico.

De hecho, la cuota de mercado de las fuentes de red se incrementó en un 14,6% solo en el periodo de 2004 a 2008.

En cualquier caso, en la EBWA pensamos que es virtualmente imposible hablar de dos industrias diferentes. Se trata de una industria única con dos opciones; luego el consumidor decide con cuál se queda.

**¿Cuál es su análisis del mercado según la localización?**

El sector profesional (oficinas) sigue siendo el mayor mercado con diferencia, al acaparar un 47% del volumen de unidades. El sector de los hospitales y las instalaciones públicas es el de mayor crecimiento; los centros escolares son un emplazamiento clave para países como Alemania, donde la EBWA y la asociación nacional de fuentes de agua (GBWA) han conseguido que el Gobierno financie iniciativas para introducir fuentes de red en escuelas y guarderías. Este éxito podría repetirse en otros países.

**¿Qué rumbo tomará el mercado en los próximos años? ¿Qué medidas adoptará la EBWA para mejorar esta industria?**

La experiencia nos dice que en aquellos países donde las fuentes de botella y de red entran en competición, el mercado sufre. El cliente, cuando bebe agua de una fuente, no distingue si es de un tipo o de otro. Lo que sí recordará como algo negativo es que las industrias se hagan mala publicidad entre sí.

Con los datos que manejamos, el futuro pinta bien. Por nuestra parte, celebraremos en Viena, entre el 27 y 28 de abril, nuestra Asamblea General Anual. Más adelante, del 25 al 27 de octubre en Praga, volveremos con la 16ª edición de la única feria europea dedicada en exclusiva a la industria de las fuentes de agua.

ENTREVISTA A ADRIANA DU CROO DE JONGH, PRESIDENTA DE ADEAC

“Los meses de junio y julio son los de mayor consumo en nuestro sector”

**ADEAC (Asociación de Distribuidores y Envasadores de Agua en Cooler) es una entidad que representa los intereses empresariales de sus asociados ante la Administración Pública y otros organismos. ¿Cuáles han sido sus logros en este sentido?**

Una de nuestras últimas acciones con la Administración Pública ha sido la colaboración en dos decretos ley relativos a nuestro sector. ADEAC tuvo conocimiento de que la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición estaba preparando dos borradores de decretos leyes que afectan a 'Aguas Minerales Naturales y de Manantial' y 'Aguas Distintas de las Aguas Minerales Naturales y de Manantial'.

**¿En qué frentes está ahora trabajando ADEAC para mejorar la industria de las fuentes de agua?**

Algunos de los aspectos que en la actualidad ocupan a ADEAC son, siguiendo lo que establecen los Estatutos de la Asociación, que todas las empresas cumplan con la obligatoriedad de realizar una auditoría anual, así como hacer hincapié entre nuestros asociados en los aspectos de calidad que repercuten en el consumidor final y en el sector en su conjunto.



**¿Cómo describiría la situación actual del sector?**

Como cualquier otro sector el nuestro no es ajeno a la crisis económica en la que nos encontramos, si bien, podemos decir que su impacto ha sido menor que en otros sectores, por ser nuestro producto una necesidad básica. Por otra parte, aunque en España ya se han producido las primeras operaciones de concentración de operadores, el sector sigue estando muy atomizado. ADEAC representa a los principales operadores. En Europa, las grandes consolidaciones de empresas ya se han producido dado que la madurez del sector es mayor que en España.

**¿Cómo se presenta la campaña, ahora que va a entrar en la época estival?**

Todos nuestros asociados están bien preparados para la campaña de verano, que en nuestro sector es algo diferente al del resto de bebidas ya que, en primer lugar, la estacionalidad es menor por actuar principalmente en el sector de oficinas y áreas de trabajo. El mes de agosto, que para el sector de bebidas es un mes muy fuerte, para el nuestro, debido a las pausas vacacionales, no lo es tanto.

El periodo de mayo a septiembre representa cerca del 50% de las ventas del sector, siendo los meses de junio y julio los de mayor consumo.

Las fuentes de agua tienen varios entornos de uso: en la oficina, en el hogar, en instalaciones, en bares y restaurantes, etc.

**¿Dónde cree que hay más negocio por explotar?**

El sector tiene una asignatura pendiente con el hogar. Aunque estamos presentes, el potencial de penetración es enorme. El mercado, especialmente en España, verá en el futuro concentración de operadores y, muy posiblemente, no sea tan raro ver nuestras máquinas en domicilios.

Al igual que ocurre con la industria del Vending en general, en España el sector de las fuentes de agua peca por ser muy atomizado, a diferencia de Europa (en el gráfico 3 se aprecia que cinco grupos empresariales acaparan casi la mitad del mercado). Como no hay mal que por bien no venga, la crisis económica, cuando menos, está sirviendo para retirar del mercado a los pequeños operadores con una oferta reducida de máquinas y con un nivel de profesionalidad que, comparado al de las empresas más especializadas, puede resultar escaso.

En palabras de Lucas Ferrandis, director de la empresa valenciana Uditex: “Esta campaña se presenta bastante interesante. Los clientes que han aguantado la dura época de crisis ya nos han pasado previsiones para esta campaña, y aunque las perspectivas no son como en otros años, sí se nota un aumento de demanda, debido a que hay menos operadores en el mercado y algunos

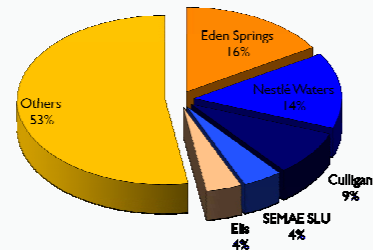


Gráfico 3. Cuota de mercado de las fuentes de agua en Europa Occidental (2008)

sino también debido a que hemos incorporado nuevos productos tanto en la línea más económica como para el sector más exigente”. De cara al futuro del sector en España, Morera también concuerda en que se tenderá a la concentración de empresas, a la búsqueda de productos más económicos, y a la búsqueda de nichos diferentes.

**LUMESTIC**

El modelo Aries de Lumestic es una nueva máquina de filtración doméstica con producción directa de agua. Se trata de una fuente de conexión a red, de plástico inyectado, totalmente desmontable, de fácil sustitución. El modelo incorpora además avisadores digitales del porcentaje de vida útil de cada filtro y del cambio de cada uno de los mismos cuando éstos están saturados, así como un avisador acústico de pérdida de agua; en la base del grifo, además, unos LEDs indican el funcionamiento correcto (luz azul) o cualquier incidencia (luz roja).



**VENDING SYSTEM**

Green Filter es un nuevo sistema de filtración de agua potable fácil de instalar, desarrollado por Vending System. Su principal virtud es el respeto por el medio ambiente (los sistemas de filtración tradicional desechan más de 6 millones de filtros de plástico cada año, lo cual supone un exceso de un millón de kilos de plástico no biodegradable que van a los vertederos); gracias a su carcasa reutilizable, sólo se sustituye el medio filtrante, que es 100% biodegradable.



**COSMETAL**

H2OMY es la última novedad de la fabricante italiana Cosmetal para el mercado de las fuentes de agua en el hogar. El concepto de este modelo se basa en la simplificación del uso y consumo del agua en el ambiente doméstico, al eliminar la necesidad de comprar, transportar o almacenar garrafas de agua. Este nuevo modelo, de reducidas dimensiones y diseño discreto, está especialmente pensado para instalarse debajo del grifo de la cocina, con lo que deja todo el espacio libre para cocinar. El equipo de frío instalado permite usar un compresor más pequeño, manteniendo un alto rendimiento.

**UDITEC**

La empresa valenciana Uditex ha lanzado un enfriador de agua dirigida al sector de la hostelería y colectividades. El dispositivo, fabricado en acero inoxidable, cuenta con un sistema incorporado de purificación del agua a través de filtración u osmosis inversa. El líquido se dispensa frío a través de dos surtidores de gran caudal y llega a refrigerar en continuo hasta 300 litros. Para una instalación más fácil, se le han añadido unas ruedas en la parte posterior.



**CANALETAS**

El último modelo de Canaletas es una fuente electrónica que ofrece agua con gas, además de fría, caliente y a temperatura ambiente, e incorpora numerosos elementos de seguridad para el usuario, además de medidas específicas para una mayor higiene. Destaca por su diseño avanzado y múltiples prestaciones.



**AQUEDUCT**

La propuesta de la empresa irlandesa Aqueduct es una alternativa a las fuentes de botella, ya que sustituye las garrafas de plástico por cajas de agua (Bag in Box) que ahorran espacio de almacenamiento y recortan tiempo de sustitución, así como costes de material y transporte, con sus ventajas para el medioambiente. Su gama de fuentes está adaptada a este formato de packaging.



**3M**

3M adelanta una novedad que expondrá por primera vez en la feria Venditalia. Se trata de la nueva serie DWS-CN de filtros de agua, especialmente adaptada al mercado italiano del vending. Se trata de una tecnología que, en un único cartucho, demuestra una gran capacidad contra parásitos, bacterias, cloro, sabores y olores, gracias a su membrana de nylon.



## INFORME DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ



# La demanda mundial de café, por encima de la oferta de los **PAÍSES PRODUCTORES**

“LA DISMINUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN MUCHOS PAÍSES HA LLEVADO A UNA UTILIZACIÓN DE LAS EXISTENCIAS QUE LAS HA DEJADO EN NIVELES MUY BAJOS, EN ESPECIAL EN LOS PAÍSES EXPORTADORES, Y LAS EXISTENCIAS CERTIFICADAS DE LOS MERCADOS DE FUTUROS DE NUEVA YORK Y DE LONDRES HAN ESTADO DESCENDIENDO CONTINUAMENTE DESDE SEPTIEMBRE DE 2009”.

Los movimientos del mercado y los precios del café siguen estando dominados por la producción reducida en varios países exportadores y la constante disminución de las existencias tanto en los países exportadores como en los importadores. En marzo, el promedio mensual del precio indicativo compuesto de la Organización Internacional del Café (OIC) subió un 1,6%, ya que pasó de 123,37 centavos de dólar estadounidense por libra en febrero a 125,30 centavos. Los precios del Robusta descendieron, sin embargo, y aumentó la diferencia con los precios de los Otros Suaves, que subieron de 89,98 centavos de dólar por libra en febrero a 97,25 centavos en marzo. El total de exportaciones efectuadas por todos los países exportadores en febrero de 2010 fue de 7,1 millones de sacos, frente a 8,7 millones en febrero de 2009. El total acumulado en los cinco primeros meses del año cafetero 2009/10 (octubre 2009 – febrero 2010) fue de 35,6 millones de sacos frente a 40 millones en el mismo período de 2008/09, lo que representa un descenso de casi el 11%.

### EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS

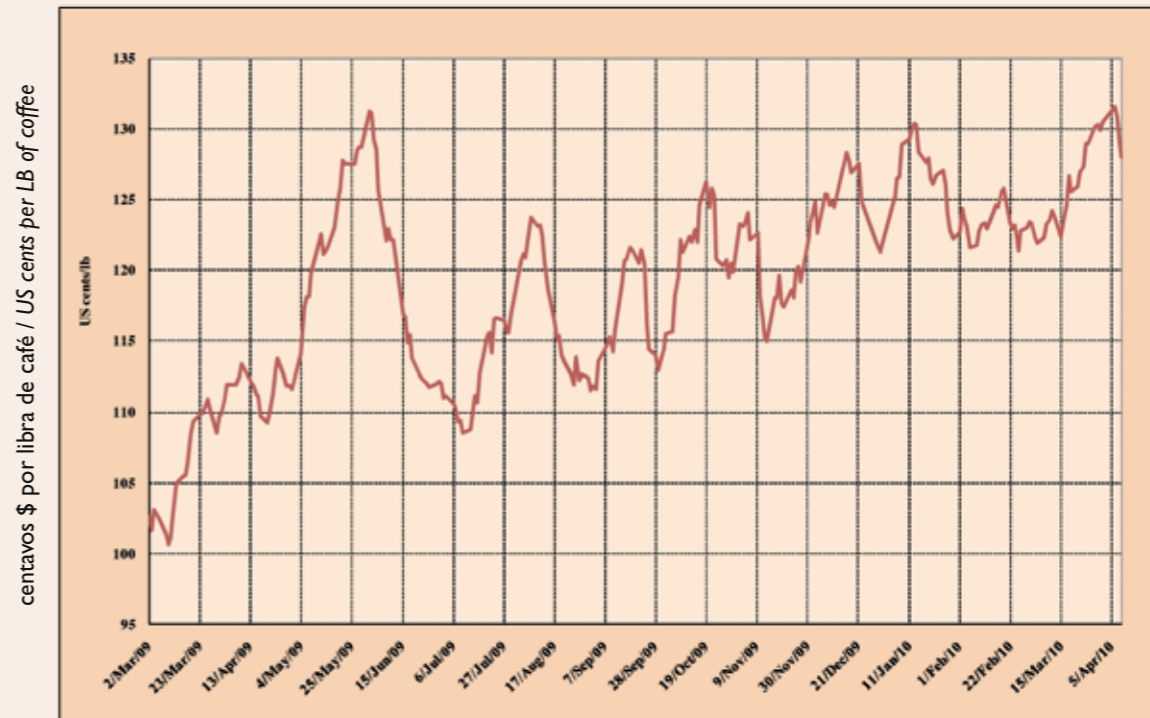
El promedio mensual del precio indicativo compuesto de la OIC aumentó un 1,6%, ya que pasó de 123,37 centavos de dólar por libra estadounidense en febrero a 125,30 centavos en marzo. Los precios de los Arábica ascendieron, mientras que los de los Robustas siguieron descendiendo; como consecuencia, aumentó más la diferencia entre cada uno de los tres grupos de Arábica y los Robusta.

Cabe señalar que el aumento en los precios de los Otros Suaves fue más pronunciado (4,2%) que en los otros dos grupos, con lo que se redujo en un 12% la diferencia con los Suaves Colombianos, que pasó de 46,85 centavos de dólar estadounidense por libra en febrero a 41,21 centavos en marzo. La diferencia entre los Suaves Colombianos y los Naturales Brasileños disminuyó ligeramente.

### FACTORES FUNDAMENTALES DEL MERCADO

Se ha revisado el cálculo de la producción total en el año de cosecha 2009/10,

Precio indicativo compuesto diario  
Medias mensuales (2 Marzo 2009 - 9 Abril 2010)



que ahora se sitúa entre 120 y 122 millones de sacos, lo que representa un descenso del 4,8% en comparación con el año de cosecha 2008/09.

La producción de Colombia en los cinco primeros meses del año de cosecha 2009/10 estuvo muy por debajo del nivel registrado en el mismo período del año de cosecha 2008/09, lo que indica que es probable que haya un segundo año consecutivo de producción reducida. Esto es atribuible principalmente a una reanudación de brotes de broca del café tras las fuertes lluvias del año anterior de cosecha, y también a la puesta en práctica del programa de regeneración de los cafetos.

Las exportaciones efectuadas en febrero fueron de 7,1 millones de sacos, lo que sitúa el volumen total exportado en los cinco primeros meses del año cafetero 2009/10 en 35,6 millones de sacos, frente a 40 millones de sacos en el mismo período de 2008/09, lo que representa un descenso de casi el 11%. Las exportaciones de los cuatro grupos de café descendieron en los cinco primeros meses del año cafetero 2009/10 en comparación con el mismo período en 2008/09.

Más concretamente, las exportaciones de los Suaves Colombianos descendieron un 30% y los de los Otros Suaves un 2,5%.



Las de los Naturales Brasileños y las de los Robustas descendieron un 9,7% y un 9,8% respectivamente.

Se calcula que las existencias en los países importadores eran de 22,6 millones de sacos al final de diciembre de 2009, frente

a 25,6 millones al final de septiembre de 2009. Según los datos de que se dispone, las existencias certificadas de los mercados de futuros de Londres y Nueva York siguen descendiendo.

Se calcula que el consumo mundial en el año civil 2009 fue de 132 millones de sacos frente a 130 millones de sacos en 2008. Con base en esos datos, los mayores países consumidores del mundo son los Estados Unidos de América (16,2% del consumo total mundial), Brasil (13,9%), Alemania (6,7%) y Japón (5,6%).

### CONCLUSIONES

Para concluir, indicar que el dinámico desempeño del consumo mundial y la más baja producción de algunos importantes países productores han contribuido a un mercado firme, en especial por lo que respecta a los Arábicas. Las existencias están a niveles bajos tanto en los países exportadores como en los importadores, puesto que se están utilizando para compensar la reducción en la oferta. Teniendo en cuenta las perspectivas en cuanto a la producción, es probable que en los meses venideros la demanda siga sobrepasando a la oferta.

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

# LICITACIÓN PÚBLICA DE VENDING

## ⇒ SACAN A CONCURSO EL SERVICIO "VENDING" EN EDIFICIO PÚBLICO SUECO

La región sueca de Escania ha sacado a concurso la contratación de los servicios de explotación de máquinas de vending y fuentes de agua en el edificio administrativo que el gobierno regional inaugurará en Malmö el próximo 10 de septiembre.

La prestación de servicios deberá enmarcarse dentro de un contrato general que incluye servicios tan distintos como los de limpieza, catering, reparto de fruta, provisión de café y té y recogida y reciclaje de residuos.

En lo que se refiere al servicio vending, la oferta de fuentes de agua debe constar de 11 unidades. En este sentido, el adjudicatario será responsable de su compra y mantenimiento. Las máquinas deberán estar conectadas a la traída municipal de agua y su tamaño será especialmente reducido; en concreto, un máximo de 25 cm de ancho y 35 cm de profundidad, con una capacidad de entre 15 y 17 galones de agua por hora. Los vasos deberán ser reciclables.

Asimismo, la oferta "vending" deberá aportar dos máquinas expendedoras de comida refrigerada y congelada, con preparados para comidas calientes, a través de microondas. El ancho de estas máquinas estará entre los 80 y los 100 centímetros.

Las despachadoras dispondrán de medios de pago preparados para tarjetas VISA y MasterCard.

En cuanto al servicio técnico, éste deberá acudir antes de 8 horas desde el momento en que se le comunica la contingencia.

Además de las unidades de cooler y máquinas de vending, el adjudicatario proporcionará 6 dispensadores de café.

La fecha estimada para la toma de decisión del órgano responsable para la contratación es el 18 de junio. Los pasos siguientes, la firma de contratos y el comienzo de la prestación de servicios, se producirían el 29 de junio y el 1 de sep-



tiembre, respectivamente.

Cualquier pregunta referente a esta licitación deberá ser enviada por email a [therese.mogard@skane.se](mailto:therese.mogard@skane.se) antes del 3 de mayo.

Las ofertas deberán estar escritas en sueco y firmadas por un representante autorizado del licitador, realizadas en un documento original y dos copias. El informe anual de la empresa y la información adicional que aporte puede ir adjunta únicamente a la documentación original.

Las ofertas que se envíen por correo deberán mandarse a la siguiente dirección: Region Skåne, Corporate Purchasing, PO Box 1, 221 00 Lund (Suecia). Para el envío a través de mensajería o en paquete la dirección es Region Skåne, Corporate Pruchasing, Reception, Just The Way I, Lund (Suecia).

La fecha límite para el envío de ofertas es el 18 de mayo de 2010.

Para la obtención de la documentación técnica y administrativa, así como los impresos necesarios para la presentación de ofertas, las empresas interesadas pueden ponerse en contacto con [hostel-vending.com](http://hostel-vending.com).

## ⇒ ÁREAS SE ADJUDICA LA EXPLOTACIÓN DE PUNTOS DE RESTAURACIÓN Y VENDING EN ESTACIONES DE CATALUNYA

El grupo Áreas se ha adjudicado la explotación de siete puntos de restauración y vending situados en estaciones de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, ubicadas en la ciudad de Barcelona y

su área metropolitana. Los ingresos previstos para los siete locales en los cinco años de actividad contratados son de unos 7,8 millones de euros.

De este modo, hasta 2015, Áreas explotará bajo la marca Café Café, puntos de restauración en las estaciones de Plaça Catalunya y Plaça Espanya –Barcelona-, Sant Cugat del Vallès, Terrassa, Rubí, Sant Boi de Llobregat y Valldoreix.

Áreas apoyará la actividad de sus locales con la instalación de máquinas vending de alimentación y bebidas; buena parte de estas instalaciones han estado ya gestionadas por Áreas durante los últimos diez años, período de duración de la última adjudicación.

Con estas nuevas adjudicaciones, Áreas, con sede central en Barcelona, mantiene y refuerza su mapa de servicio al viajero en ruta en Cataluña, para el que actualmente cuenta con 183 puntos de servicio y 1.502 trabajadores, repartidos en áreas de servicio en carretera, esta-



ciones de ferrocarril, núcleos urbanos y aeropuertos situados en Cataluña como el Aeropuerto de El Prat, Reus y Girona.

## ⇒ PLAZAS DE VENDING A CONCURSO EN LA UNIVERSIDAD DE LEÓN

El Boletín Oficial de Castilla y León publicó el anuncio realizado por la Universidad de León por el que se convoca procedimiento abierto para licitación de contrato de servicios de "Instalación y

explotación de máquinas de venta autoexpendedoras de productos varios", dentro de las instalaciones universitarias.

El canon mínimo por periodo de adjudicación (establecido en 2 años, contados a partir del 1 de junio, y con dos posibles prórrogas de 1 año cada una) es de 49.560 euros, IVA incluido. En el anuncio no se especifica el número de plazas de vending a concurso.

Se establece en la oferta, igualmente, que los gastos de publicidad correrán a cargo del adjudicatario, "según factura del Boletín Oficial correspondiente, más el 0,20% del canon de adjudicación".

El poder adjudicador exige una garantía provisional del 3% del canon anteriormente citado, IVA excluido; es decir, 1.260 euros. Asimismo, se establece una garantía definitiva del 5% del canon ofertado, IVA excluido. Por otra parte, se requiere solvencia económica y financiera, así como solvencia técnica y profesional por parte del adjudicatario, según se detalla en los pliegos administrativos.

Para obtener información acerca del contrato en cuestión, así como para obtener los pliegos y documentación pertinente, hay que dirigirse a la Gerencia de la Universidad de León, Servicio de Gestión Económica y Patrimonio, situada en la Avenida de la Facultad, 25 en León.

Los contactos telefónicos son los siguientes: 987 291 663 / 987 291 658 / 987 291 661. Asimismo, se puede enviar un correo electrónico a la dirección [juan.campal@unileon.es](mailto:juan.campal@unileon.es).

La fecha límite, tanto para obtener información como para presentar las ofertas, es el próximo martes 27 de abril a las 14:00 horas.

## ⇒ EXPLOTACIÓN DE MÁQUINAS EXPENDEDORAS EN EL BANCO CENTRAL DE ARGENTINA

El Banco Central de la República Argentina ha sacado a licitación el servicio "vending" dentro de sus instalaciones.

Las empresas interesadas en ofrecer la provisión e instalación de máquinas automáticas expendedoras de bebidas frías y calientes y snacks podrán consultar y comprar los pliegos en la Gerencia de Contrataciones de la principal institución monetaria del país sudamericano.

El plazo para adquirir los pliegos - con un precio de 673 dólares - termina el 5



de mayo, mientras que la presentación de las ofertas se deberá realizar antes de las 12 horas del día 12 de mayo.

Para la realización de consultas, los operadores de vending locales pueden acudir a la Gerencia de Servicios Generales, concretamente, en la Subgerencia de Gestión de Documentación y Suministros, sita en Reconquista 266, C.A.B.A., Anexo San Martín 235, en la oficina número 4802 del octavo piso.

En este sentido, el horario de apertura de estas oficinas es de 10 de la mañana a 3 de la tarde.



## Se retira la obligación de **EXPENDER FACTURAS** en las expendedoras de alimentos

La inclusión de un precepto en el borrador del nuevo Código de Consumo de Cataluña que obliga a integrar un sistema de expendición de facturas en las máquinas de vending ha hecho saltar las alarmas entre los operadores de expendedoras de la Comunitat.

El artículo a debate es el 224.2, que dice lo siguiente: "La máquina tiene que disponer de un sistema que permita obtener un comprobante de la adquisición efectuada, de acuerdo con lo que dispone el artículo 212.2 3), la identificación del responsable, el precio, la descripción del bien y la fecha".

La incorporación de un mecanismo de emisión de facturas incrementaría los costes de los operadores en un momento donde se intenten contener el gasto, además de resultar técnicamente imposible en muchos modelos de máquina.

El borrador se encuentra actualmente



en fase de debate en el Parlamento autonómico y varias enmiendas presentadas predicen que el precepto 224.2 será modificado de tal manera que, por lo menos, las máquinas de vending que dispensen productos de alimentación no tendrán que disponer de este sistema de emisión de facturas.

La enmienda que cuenta con un mayor respaldo político es la presentada por el tripartito.

Mantiene la obligación de incluir el mecanismo de expendición de facturas en

las máquinas automáticas, pero dispensa de tal obligación a las máquinas expendedoras de bienes de alimentación, además de las recreativas.

Más rotunda es la enmienda presentada por el Partido Popular, que aboga por la supresión total del apartado 2 del artículo 224.

La tercera enmienda presentada en relación a este precepto es la del grupo Convergencia i Unió, que restringe esta obligación a las máquinas automáticas instaladas en emplazamientos accesibles al público en general.

Las enmiendas presentadas responden a las presiones ejercidas por los operadores de catalanes, representados por su asociación, la Asociación Catalana de Vending (ACV). A este respecto, la ACV presentó en febrero un informe sectorial reflejando la inviabilidad de la medida.

## HELPING YOU TO IMPROVE YOUR PROJECT

Diseño y desarrollo de accesorios y pulsadores para la industria del vending



Design and development of push buttons and accessories for the vending industry



Industrias Lorenzo S.A.

Avda. Prat de la Riba, 84 - 08849 Sant Climent de Llobregat (Barcelona) Spain - Tel: +34 93 647 34 50 / Fax: +34 93 658 89 44 / e-mail: sales@industrias-lorenzo.com

www.industrias-lorenzo.com



## BANDEJA MINIBOX UN PASO POR DELANTE



## ¡¡NUEVO FORMATO!!

una amplia gama de snacks



## ¡¡OPTIMIZA TU MÁQUINA DE TABACO!!

Las nuevas bandejas de snacks suponen una revolución en el mundo del vending. Con las mismas medidas de una cajetilla de tabaco, las bandejas de SALYSOL permiten optimizar las máquinas de tabaco sin ningún tipo de transformación. Basta con cambiar de producto para rentabilizar la tradicional expendedora de tabaco.

The new snacks packages by SALYSOL are the ultimate innovation in the vending industry. With the same size of a packet of cigarettes, there is no need to adapt your tobacco vending machine. Just by replacing the product range, you can optimize your classic tobacco machine.



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

www.salysol.com

## Suben en febrero un 1,2% las ventas de los productos alimenticios, bebidas y tabaco

Continúan los síntomas de recuperación en el mercado del Vending, tanto para los operadores como para los fabricantes de máquinas automáticas.

Según los indicadores de actividad del sector Servicios para el mes de febrero, publicados el 19 de abril por el Instituto Nacional de Estadística (INE), las ventas de productos alimenticios, bebidas y tabaco se incrementaron un 1,2% en febrero, con respecto al año anterior.

El dato es extremadamente positivo para los operadores de máquinas expendedoras, puesto que supone un incremento de casi 8 puntos en relación al mes de enero.

En este sentido, la cifra de negocios para el segmento de productos alimenticios, bebidas y tabaco en ese mes había sufrido un descenso del 6,7%, con respecto al año anterior.



### MÁQUINAS Y EQUIPOS

Por lo que se refiere a los fabricantes, el comercio al por mayor de otra maquinaria, equipos y suministros, categoría en la que

se incluye la venta de máquinas expendedoras, sistemas de pago y mecanismos afines, descendió un 9,1% en febrero de 2010 con respecto al año anterior.

El dato es también positivo para las empresas que fabrican y comercializan estos mecanismos, puesto que este descenso es 2,7 puntos inferior al que se produjo en el mes de enero, donde la tasa interanual publicada por el Instituto Nacional de Estadística fue de -11,8%.

En general, la recuperación del sector Servicios ha quedado patente con los últimos datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística, con una disminución del 0,9% en febrero de 2010, con respecto al año anterior, más de tres puntos por encima de la registrada en el mes de enero. Los últimos resultados apuntan, pues, a un cambio de tendencia en el volumen de estos negocios.

## EEUU aprueba la reforma que introducirá más productos saludables en el Vending



El pasado 24 de marzo, el Congreso de los Estados Unidos aprobaba la reforma de la ley sobre alimentación, que incluye una serie de medidas para impulsar las comidas saludables. El presupuesto que maneja el Gobierno de Obama para ello sería de 4.500 millones de dólares, a utilizar durante los próximos diez años en diferentes programas. Entre las nuevas normas aprobadas, destacan los requisitos sobre información nutricional de los productos alimenticios.

La nueva ley federal especifica que todas aquellas cadenas de restaurantes (incluidas las explotaciones de vending) con veinte o más puntos de venta, deberán aportar información *in situ* al cliente sobre la cantidad de calorías y los valores nutricionales de los productos alimenticios, así como sobre las cantidades diarias recomendadas por las autoridades sanitarias.

En concreto, el artículo 4205 de la ley indica que en las máquinas expendedoras se deberá "incluir la información cerca del producto o del botón de selección del mismo".

## El cambio de moneda de 1 y 2 dólares en Canadá no afectará a las máquinas de vending

La Real Casa de la Moneda Canadiense se comprometió a que las nuevas monedas de 1 y 2 dólares que el gobierno federal tiene intención de introducir en sustitución de las actuales funcionarán sin ningún problema en las máquinas de vending. En declaraciones a *hostelvending.com*, la presidenta de la Asoc-

ciación de Comercio Automático de Canadá (CAMA), Kim Lockie, expresó su conformidad con la decisión: "El cambio en la industria es inevitable y es por ello que aplaudimos la medida". No obstante, se lamentó que no se haya consultado a la industria del vending canadiense antes de tomar esta decisión.

Descubra todo lo que puede ofrecer una taza de chocolate

Visítenos en Venditalia y descubra qué Van Houten se convertirá en el favorito de sus clientes.

**Venditalia** Del 28 de abril al 1 de mayo del 2010  
Milán • Stand E17 • Pabellón 2

Siempre querrá un Van Houten más

www.vanhoutendinks.com  
Para más información, contacte con:  
Barry Callebaud Sweden AB • Tel. +46 418 450 350

vasos  
monodosis  
leche  
chocolate  
café  
paletinas  
azúcar  
te

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



## ¿Máquinas expendedoras instaladas en aerolíneas?

La aerolínea de bajo coste irlandesa Ryanair anunciaba el pasado 1 de abril, en su página web, que instalaría máquinas expendedoras en toda su flota, que aglutina un total de 225 aviones. La noticia no fue más que un bulo lanzado por la propia empresa, en consonancia con el "marketing gamberro" al que nos tiene acostumbrado su presidente, Stephen McNamara. Aunque retirada posteriormente del portal de Ryanair, muchos medios de prensa ya se habían encargado de promocionar la noticia... y el

nombre de la aerolínea.

De acuerdo con la información que hizo pública la empresa, la instalación de las máquinas de vending se haría efectiva a partir del próximo mes de junio, y la oferta de productos expandidos incluiría: bebidas frías y calientes, bocadillos, snacks, heladería, preservativos y cigarrillos sin humo.

El comunicado de Ryanair justificaba la instalación de las máquinas expendedoras como una forma de recortar gastos y bajar tarifas, mediante la reducción de los asis-

tentes de vuelo de cuatro a dos personas; no obstante, las normas estipuladas por las autoridades no permiten esta medida.

Aunque todo haya sido una broma, más o menos pesada, cabe recordar que ésta no sería la primera vez que se trata, sin éxito, de instalar máquinas expendedoras dentro de un avión.

Problemas con la seguridad, que todavía no han podido ser solventados, estarían dificultando el desarrollo del Vending en nuestro "espacio aéreo".



**Express Flores**

### Soluciones innovadoras A MEDIDA PARA PRODUCTOS TRADICIONALES

**La Express Flores** es una innovadora máquina en el sector del vending de flores naturales. De acuerdo con sus creadores, se trata de la única máquina automática del mercado que ofrece una estructura especialmente pensada para un producto tan delicado y perecedero como las flores.



Refranor, en colaboración con el fabricante Jofemar, ha revolucionado este segmento 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 del producto que pueda incrementar los costes, el productor de leche puede optimizar su negocio de modo tal que su beneficio se incremente un 300%.

Teléfono: +34 948 75 17 04 - info@retranor.com

**RETRANOR**



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

**OR 100 Orange Juice Vending Machine**



**OR 100 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.

**Oranfresh**  
MADE IN ITALY

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

visitenos a nuestro stand

**Venditalia**  
Sperimentazione Internazionale Distribuzione Aperta  
International vending Exhibition

fieramilanocity, 28 Abril - 1 Mayo  
Hall 1, Stand A14




## Loterías y Apuestas del Estado avisa sobre las dispensadoras ilegales



El Director Comercial de Loterías y Apuestas del Estado, Jacinto Pérez Herrero, alertó, a través de un comunicado, sobre la instalación de máquinas dispensadoras de décimos de lotería y otros juegos adscritos al organismo público.

LAE hace público que la instalación de estas máquinas (de fabricación ajena y que no ha trascendido en el comunicado) no es legal, puesto que sólo los organismos aprobados con una concesión pública tendrían el derecho a ello.

De acuerdo con la información que maneja LAE, la forma de comercialización de estas máquinas consiste, comúnmente, en la instalación gratuita de la máquina en una Administración oficial de Lotería, a cambio de una comisión variable según el juego y el horario. La institución ha hecho un llamamiento a los vendedores para que no participen de este proceso ilegal.

## El incremento del precio del cacao repercute en los precios de los derivados para vending

La caída del consumo de manteca de cacao, debido a la notable disminución de la venta de chocolate a causa de la crisis económica y a la sustitución de la manteca de cacao por grasas de origen vegetal, junto con la especulación internacional en el mercado de materias primas son responsables de un aumento exagerado del precio del polvo de cacao que ha llegado a triplicarse.

La consecuencia es una latente falta de producto en el mercado. De hecho, algunas empresas han parado la producción y otras no entregan su producto hasta septiembre u octubre, en espera de una alza de los precios.

Frente a esta situación, las empresas distribuidoras de productos para vending se han visto obligadas a repercutir la subida del precio del cacao en sus artículos, y las que no todavía no lo han hecho, tienen muy difícil mantener los precios actuales.

Éste es el caso de Vendiser. Según ha podido saber hostelvending.com, la subida de precios en esta empresa será gradual y repartida en el tiempo, para evitar decisiones drásticas. No obstante, la firma intentará asumir, hasta donde sus posibilidades los permitan, estas modificaciones de precios para retrasar su aplicación.



www.nisisrl.com

la paletina  
automática  
con  
2 almas

el gusto  
perfecto

la nueva paletina  
impresa por ambos lados  
y suave tacto

paletina BIO sobre pedido

## Sanidad “medita” el veto a la bollería y los snacks en las EXPENDEDORAS de los colegios

En una entrevista concedida el pasado 7 de abril a RNE, Trinidad Jiménez, ministra de Sanidad y Política Social, afirmó que su departamento está considerando prohibir la venta de productos altos en azúcares y grasas trans en las máquinas de vending que se encuentran instaladas en los colegios.

De manera menos categórica que en anteriores intervenciones, Trinidad Jiménez utilizó términos como “autorregulación” y comentó que su ministerio planea pactar con la industria alimentaria todas las medidas que se adopten en el nuevo Proyecto de Ley de Seguridad Alimentaria.

No obstante, la responsable estatal de Sanidad recordó que esta materia no depende exclusivamente del Ministerio, en clara alusión a la responsabilidad de las comunidades a la hora de dictar normas de desarrollo y complementarias.

De hecho, la iniciativa del Ministerio de Sanidad no es algo nuevo en nuestro país. Andalucía comenzó a trabajar el año pasado en una iniciativa similar, con el proyecto de ley de Salud Pública, que pretende dar un mayor protagonismo a la fruta y al agua en sustitución de la bollería industrial, los snacks y los refrescos azucarados.

A este respecto, cabe destacar las dificultades técnicas que



la Administración andaluza se ha ido encontrado a la hora de implantar estas medidas, como por ejemplo, la perecibilidad de la fruta, con una durabilidad mucho menor que los snacks o la bollería y que hace necesaria su reposición casi diaria.

Snacks bajos en materia grasa y bollería light podrían presentarse como alternativas mucho más realistas que las de convertir al operario de expendedoras en un “frutero”.

## Los cigarrillos sin humo desembarcan en Europa desde Estados Unidos

La empresa estadounidense Smokefree Innotec es la creadora, según patente, del primer cigarrillo electrónico de alta tecnología que no emite ningún tipo de humo al consumirse. Esta innovadora propuesta ha desembarcado ya, según informa la empresa en comunicado oficial, en los países del Benelux, tras el acuerdo alcanzado previamente con las autoridades gubernamentales.

Así, alrededor de 15.000 máquinas de

“vending” de Bélgica, Holanda y Luxemburgo, así como 6.000 tiendas autorizadas y gasolineras, son susceptibles de vender este producto, que ya está siendo distribuido por la empresa en estos primeros meses del 2010. Según el valor nominal de los contratos firmados entre Smokefree Innotec y los clientes de estos países, la empresa se embolsará 6,92 millones de euros. Su presidente, Thomas Schroepfer, se mostró gratamente sorprendido por los resultados que está obteniendo la delegación comercial de Smokefree, que ya apunta a todos los rincones del mundo: “La introducción de nuestro producto en los mercados de Argentina, Sudáfrica, Australia y Nueva Zelanda es inminente. Espero que las cifras sean como mínimo iguales a las conseguidas por ahora en Europa”.

### PARADO EN EE.UU.

La paradoja es que, siendo una empresa norteamericana, los cigarrillos que no emiten humo siguen sin poder venderse en los Estados Unidos. El motivo es que la ley nacional que regula el tabaco, la venta de cigarrillos por Internet y productos relacionados (la llamada Food Drug and Cosmetic Act) aún no ha regulado este tipo de productos, con lo que se ha parado el flete de algunos cargamentos hasta que los cigarrillos no se enmarquen en las regulaciones del país.

No obstante, la empresa informó recientemente que representantes del departamento gubernamental sobre este campo, la Food & Drug Administration, se han mostrado proclives a dar luz verde a la comercialización del producto.

## El VATICANO EN PIE DE GUERRA por la instalación de expendedoras de preservativos en escuelas

La instalación de máquinas expendedoras de preservativos en una escuela romana está desatando una nueva polémica entre las autoridades seculares y el Vaticano, de entre las muchas a las que ya nos ha acostumbrado el país italiano.

En total, seis máquinas de vending que, según el órgano de poder de la Iglesia Católica, servirán de incentivo para que los jóvenes mantengan relaciones sexuales. Las críticas fueron mucho más allá, hasta utilizar expresiones que denigraban el acto sexual a un simple “ejercicio físico”.

La idea original, sin embargo, es la de prevenir enfermedades venéreas o embar-

zos no deseados entre los alumnos. El profiláctico es el método de protección más eficaz que se conoce para prevenir este tipo de enfermedades durante el acto sexual. Las máquinas expendedoras colaboran en esta labor haciéndolo más accesible, gracias a su fácil instalación en cualquier ubicación.

No es la primera vez que se desata una polémica de este tipo en Italia. Otros países, entre ellos España, tampoco son ajenos a este tipo de reacciones caducas ante cualquier medida que suponga promover el uso del preservativo.

No hace mucho, *hostelvending.com* se hacía eco de un episodio parecido en un



municipio gallego, O Carballiño. En esta ocasión, un grupo de padres protestaban por la venta de preservativos y otros productos de uso erótico en una tienda 24h situada enfrente de un colegio.




# Mucho más que un nuevo envase...

- Lo que cambia**  
Nuevo envase protector  
La fecha de caducidad se amplía de 12 a 18 meses  
Una apertura más cómoda y fácil
- Lo que no cambia**  
La fórmula de nuestros productos  
La calidad constante del gránulo Régilait  
La adaptación a sus máquinas
- Régilait, un conocimiento inigualable**  
Excelente fluidez  
Deliciosa y onctosa espuma  
Calidad controlada desde la vaca hasta el envase

**Régilait, el especialista lácteo para Vending**



Régilait - RN6 - Les Jonchets - 71118 SAINT MARTIN BELLE ROCHE - FRANCE - Tel : +33(0)3 85 32 74 30 - E-mail : vending.dept@regilait.fr - www.regilait.com



## Las ventas de productos “de máquina” descendieron casi un 20% durante la crisis

España es uno de los países líderes en Europa por número de máquinas de vending; alrededor de 630.000, sin contar con las máquinas de tabaco. Alrededor del 54% pertenecen al sector de bebidas calientes, mientras que el 46% restante agruparía a las máquinas de bebidas frías y de snacks/comida.

Superada la recesión y atisbando los primeros indicios de recuperación se puede decir, a toro pasado, que la industria del Vending ha sido una de las más afectadas por la crisis económica.

Varias son las causas que se barajan; el descenso del consumo a través de máquinas expendedoras viene motivado por el cierre de pymes, el aumento del desempleo (incidencia directa en el Vending público y en el OCS - Office Coffee Service -), y con ello, el empobrecimiento de la población y, especialmente, la restricción de créditos que ha impedido que la pequeña y mediana empresa española haya podido abordar el momento económico con mayor soltura y poder invertir en soluciones para capear el temporal.

### LA CRISIS PARA LOS OPERADORES

Si hablamos de los operadores de máquinas automáticas, las ventas han descendido entre un 15 y un 20%, si atendemos a las consultas realizadas por *hostelvending.com* entre directivos del sector. El segmento que ha acusado más este descenso es el de las bebidas calientes. Hasta cierto punto, lógico, puesto que es el producto

más numeroso y de más tradición dentro del Vending, piedra angular del OCS, que se encuentra en conexión directa con la situación económica del país.

El clima económico de los últimos dos años ha afectado por igual tanto a grandes como a pequeños operadores. Los pequeños, porque tienen menores márgenes para reaccionar, mientras que los grandes, debido precisamente al tamaño de sus parques de máquinas, se ven en mayores apuros a la hora de recolocar sus máquinas en espacios más rentables, problema que no acucia tanto cuando el parque es más modesto.

### LA CRISIS PARA LOS FABRICANTES

En cuanto a los fabricantes, las ventas de máquinas han descendido alrededor de un 45%. Por sectores específicos, la venta de máquinas de bebidas frías ha descendido un 48%, mientras que en el segmento de las bebidas calientes el descenso ha sido todavía más pronunciado, con una caída del 52%.

Las ventas de máquinas de tabaco han tenido un ligero repunte, gracias a la nueva normativa que permite la instalación de máquinas de tabaco en los kioscos de prensa.

### DISTINTA SUERTE PARA LOS PRODUCTORES

Los grandes productores se han mantenido y algunos han, incluso, incrementado sus beneficios.

Se puede entender, también, que aunque la venta de máquinas descendió porcentualmente casi a la mitad en 2009 con respecto al año anterior, el parque de expendedoras continúa incrementándose, aunque sea ligeramente, por lo que el productor sigue ampliando el número de puntos de venta automática desde los cuales comercializar sus productos.

Los precios de los productos han subido levemente, con excepción de la leche, que ha sufrido un incremento importante, cercana al 40%, por el incremento del precio de la lactosa.

### LA INNOVACIÓN, RESPUESTA MÁS EFECTIVA A LA CRISIS

La respuesta general de la mayoría de las empresas consultadas por *hostelvending.com* a la pregunta sobre cuál es el mejor arma para luchar contra la crisis ha sido contundente: innovación.

Si atendemos a la historia, las épocas de recesión han sido siempre periodos de creación tecnológica y de incubación de grandes ideas.

Tanto los fabricantes, que buscan nuevos diseños que puedan volver a animar el mercado, como los operadores, que tienen que estar más lúcidos que nunca a la hora de presentar una oferta de servicio “vending” a sus clientes, son conscientes de que la única manera de salir adelante en un ambiente “hostil” es a través de la diferenciación de su oferta con respecto a la competencia.

## Las empresas españolas invierten 425 euros en la formación de cada trabajador, equivalente a 25 horas

Unos 425 euros es lo que, de media, se gasta cada empresa española en un plan de formación y desarrollo para cada trabajador, según el Estudio sobre las tendencias de Formación que publica la agencia consultora Deloitte.

Los 425 euros equivalen a unas 25 horas, que es el tiempo que se destina de media para la formación de cada trabajador.

El mismo estudio desvela que muchas empresas cuentan ya con auténticas escuelas corporativas, además de formadores propios y aulas donde realizar las clases teóricas y prácticas.

Asimismo, destaca la creciente importancia de las nuevas tecnologías de la información, la denominada formación *e-learning*. Aquí se pre-

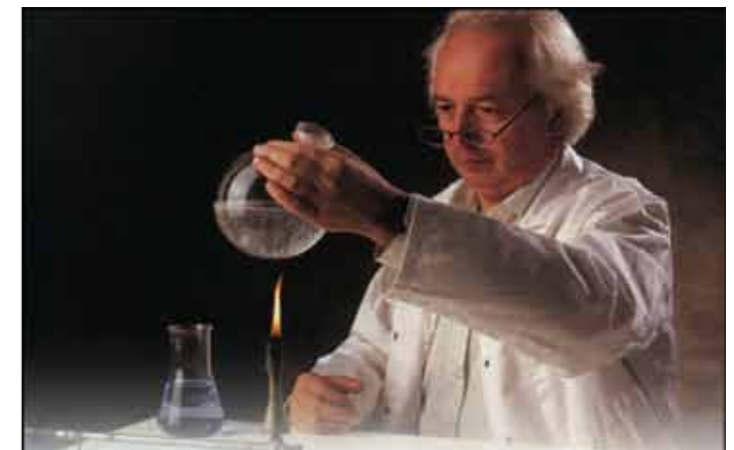
mian los conocimientos técnicos de tecnología y ofimática.

### UN VENDING MÁS PROFESIONAL

La industria de la venta automática ha ido creciendo exponencialmente en profesionalidad, sobre todo en los últimos 10 años.

Una de las claves ha sido la mayor apuesta en formación por parte de las empresas del sector. De este modo, los grupos de vending dedican cada vez más tiempo al desarrollo profesional de sus empleados.

También, a nivel de asociaciones, se han ido presentando iniciativas, como la de la asociación vasca de vending, para la creación de un curso de formación de vending.



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 prerestricción 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 en 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](mailto:tecnovending@tecnovending.com)  
Web: [www.tecnovending.com](http://www.tecnovending.com)

**EVERPURE (Europe)**  
Industriepark wolfstee toekomstlaan, 30 cp b-2200  
herentals - Belgium - [tecnovending@tecnovending.com](mailto:tecnovending@tecnovending.com)



**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.

**...está en su sistema de exprimido**

**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

## Los trabajadores por cuenta propia superan el 17% del total de la población activa

Más del 17% de toda la población activa española son autónomos, según se desprende de los datos publicados por la Confederación de Autónomos y Profesionales de España (CAYPE).

A pesar de que el número de autónomos disminuyó en los últimos tres meses, la capitalización del paro ha aumentado un 30%, por lo que ya son más de 9.000 autónomos los que cotizan por accidente de trabajo, de un total de tres millones que existen actualmente en nuestro país. En este sentido, cada vez más autónomos confían en la viabilidad de la protección por cese de actividad, puesto que los que cotizan por accidente de trabajo

ten más de 15.000 empresas operadoras con un parque de máquinas inferior a cinco unidades, según el último informe de la consultora DBK. Al mismo tiempo, existen alrededor de 2.000 firmas que superan ese número de expendedoras.

El presidente de CAYPE, Eliseo Calviño, manifestó que la situación de los autónomos mejoraría considerablemente si todas estas medidas que se están tomando para mejorar su situación se aplicaran por procedimiento de urgencia. Por esta razón, propuso reformar la Ley de Morosidad cuanto antes para este colectivo, en lugar de esperar hasta el 2013, fecha en la que tiene previsto hacerse efectiva.



tendrán entrada directa para disfrutar de esta prestación, una vez que se apruebe en el Congreso.

El 80% de los autónomos carecen de empleados, mientras que el 95,5% se dedica exclusivamente a trabajar por cuenta propia.

El Vending es una industria extremadamente atomizada en nuestro país, donde exis-

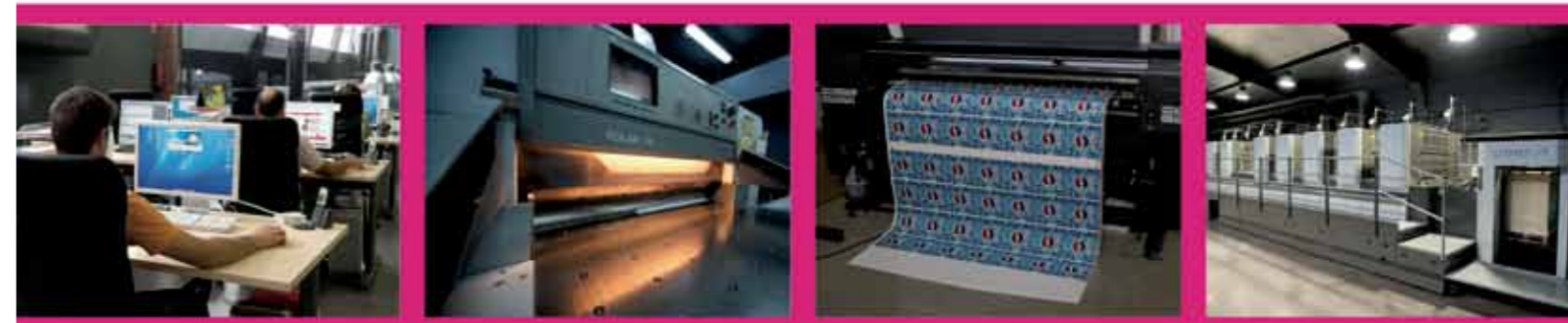
Asimismo, otra de las demandas de la asociación es la de establecer un límite en la cotización para la prestación por cese involuntario de actividad, debiendo ser el propio autónomo el que voluntariamente decida qué porcentaje quiere aportar, sabiendo que su futura prestación será también proporcional a esta cuantía.

**Anek printing**

**IMPRESIÓN INTEGRAL**

A partir de un sólo equipo, precios de Fábrica  
Personalizamos todas las marcas

- *Publicita tus equipos* con tu logo o imagen corporativa. Disponemos de imágenes y creativos para lograr el resultado mas óptimo.
- *Fideliza tus clientes* personalizando tus equipos con su imagen.



Calle Mahonia, 2 6ª planta. 28043 Madrid. Tf. 902 76 06 04  
info@anekprinting.com www.anekprinting.com

## El Vending amenaza el monopolio de las farmacias

La llegada del "vending de farmacia" a nuestro país se atisba cada vez más cercana después de que varios establecimientos farmacéuticos hayan optado por instalar una expendedora automática para completar su servicio 24h.

Aunque muy tímidamente, la introducción de este tipo de máquinas es cada vez más habitual, aunque su uso está todavía restringido a productos de parafarmacia que no necesitan prescripción médica ni atención del facultativo. Las reticencias de los farmacéuticos a la generalización de los sistemas de venta automática en su ramo son fácilmente entendibles: suponen una amenaza para su exclusividad. La instalación de una máquina de vending es susceptible de producirse en cualquier establecimiento, lo que rompería el monopolio de las farmacias. De momento, la legislación está de su parte, puesto que no es posible utilizar máquinas expendedoras para vender productos farmacéuticos, con excepción de aquellos que no requieran una información adicional para su uso. O por lo menos, esa es la interpretación que hacen las fuentes legales que asesoran a las asociaciones farmacéuticas y que, de momento, se ha impuesto en los tribunales. No obstante, la situación podría dar un giro con la aparición de aparatos similares al de la



empresa canadiense PharmaTrust, principal impulsora de una nueva regulación aprobada en el país norteamericano que permite expender productos farmacéuticos, con o sin receta médica. Para ello, estas máquinas de vending cuentan con un sistema de vídeo y voz que permite al usuario contactar con el farmacéutico y recibir informa-

ción y consejo las 24 horas del día. Mientras esperamos la llegada de estos mecanismos a nuestro país, se debe recordar al operador de vending que la venta de productos sanitarios debe limitarse a aquellos que no requieran el asesoramiento de un farmacéutico, susceptibles también de venderse en parafarmacias.

## Empresas de vending se benefician de las ayudas de la agencia vasca de desarrollo

La Agencia de desarrollo del País Vasco presentó el año pasado el programa Hobeki Digitala, de apoyo a la pequeña y mediana empresa en la implantación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

A través de este programa, operadores de

vending vascos han podido modernizar sus parques de máquinas con la instalación de sistemas de telemetría, gracias a los cuales, se puede llevar una perfecta contabilidad de las expendedoras.

Estos sistemas, además, permiten que el

operador pueda recibir información sobre el stock disponible en cada una de sus máquinas, las averías e, incluso, los hábitos y horarios de consumo de cada producto.

Además del vending, a fecha de hoy, más de 1.000 empresas pertenecientes a diferentes sectores se han beneficiado de este programa, que busca facilitar la gestión de los negocios con la ayuda de las nuevas tecnologías de movilidad que permiten monitorizar los procesos productivos y de venta.



Bienvenidos a

# CARRETILLA Vending

¿POR QUÉ CARRETILLA?

- Amplia gama de Ensaladas y Platos Listos.
- Conservación en ambiente
- 1 año de vida útil



...descubre más razones en [www.carretilla.info/vending](http://www.carretilla.info/vending)



## Alternativas saludables, prácticas y de calidad para Vending

## Después del Vending de leche, llega el de aceite de oliva

Los horticultores de fruta y verdura y, principalmente, los ganaderos de leche han sido los primeros en aprovechar las grandes ventajas que el canal Vending ofrece a los pequeños y medianos productores del sector primario. Era cuestión de tiempo que a alguien se le "encendiese la bombilla" y sacara partido de las máquinas expendedoras con un producto tan típicamente nacional como es el aceite de oliva.

La empresa Conde de Argillo ha instalado su primera máquina de vending en el centro comercial Príncipe Pío de Madrid. La máquina expende botellas de aceite de



oliva virgen extra de la denominación de origen "Sierra Mágina".

Se trata, por tanto, de un nuevo caso en el que el empresario de la tierra quiere vender de forma inmediata y flexible en puntos de venta donde la demanda pueda ser interesante; pero, sobre todo, eliminando el encarecimiento del producto y la pérdida de ganancias por culpa de los intermediarios.

La citada empresa probará la rentabili-

dad de la máquina antes de apostar definitivamente por la distribución mediante este canal; no obstante, las miles de cooperativas y pequeñas firmas productoras de este producto ya tienen una referencia en la que fijarse para expandir su negocio. Y no sólo por España; de hecho, el Diario Jaén publicaba el pasado 29 de diciembre que 35.700 toneladas de aceite español iban a ser distribuidas por toda la Unión Europea durante este año 2010.

## En febrero se vendieron 175 millones de cigarrillos menos que en el mes anterior

Las ventas de cigarrillos en España cayeron alrededor de un 15%, según los últimos datos publicados por el Comisionado del Mercado de Tabacos.

En concreto, el número total de cigarrillos vendidos el pasado mes fue de 736.840.882, por los 911 millones que se vendieron en enero. Por comunidades autónomas, destacan los descensos en Andalucía y Madrid, donde se vendieron 33 y 23 millones de cigarrillos menos que en el mes anterior, respectivamente. El aumento de precios impulsado por las marcas líderes del mercado a mediados de enero podría estar detrás de este descenso en las ventas. Las ventas ya habían descendido casi un 8% en el mes de enero, por lo que la caída supera ya el 11% durante este año.

El único segmento que ha continuado creciendo durante 2010 es el tabaco de liar, aunque su crecimiento - un 4% - ha sido muy inferior al del año pasado. Si atendemos a las marcas líderes del sector, Marlboro continúa encabezando las ventas, con casi un 15% de cuota del mercado, seguido de Winston y Fortuna.



## La IBWA ensalza las virtudes del agua embotellada en el Día Mundial del Agua

Recientemente se clausuró el "World Water Day 2010", un evento global promovido por las Naciones Unidas cada año, cuyo objetivo es resaltar la importancia de que el consumidor cuente con todas las garantías de beber agua limpia.

La Asociación Internacional de Agua Embotellada (IBWA) y esta industria en general mostraron su apoyo al evento. El agua embotellada es un producto saludable, de primera necesidad, limpio y seguro. En palabras del presidente de la IBWA, Joe Doss: "La calidad del agua es un objetivo al que deben siempre aspirar tanto las empresas, como los gobiernos y los propios consumidores".

Las empresas del sector invierten en I+D para mejorar la calidad de su producto y de los envases.

Mientras que en el mundo occidental la población confía, en términos generales, en la calidad del agua del grifo, esto no es así en muchas otras partes del mundo.

La IBWA ha querido resaltar, con ocasión del World Water Day 2010, que el agua embotellada - junto con otras soluciones como los filtros de agua - es una forma idónea de distribuir agua de calidad en aquellas zonas donde es difícil construir un sistema de abastecimiento con todas las garantías sanitarias.

**E.T.N. Vending**

**Máquina expendedora de latas de frutos secos, patatas pringles y otros productos**

**Expendedora de productos**

**Pringles y frutos secos**

C/ Velázquez, 53 2º Izd. | Tlf: 902361865 | 655920090 28001 Madrid | etn@etnvending.com | www.etnvending.com

# 4 reglas para 1 buen café:

- 1 introducir la moneda**
- 2 colocar el vaso**
- 3 pulsar el boton**
- 4 mover, lamer y si apetece mordisquear**

<<< las paletinas de **GI PLASTIC**

GI PLASTIC GROUP VENDING S.P.A. EMPRESA CERTIFICADA UNI EN ISO 9001/2000

GIPlastic realiza paletinas confeccionadas individualmente y personalizadas en blister para distribuidores automáticas. Todas nuestras paletinas son realizadas en material atóxico para alimentos, conforme al D.M.21-3-73, soldadas eléctricamente en faja de papel sin cola.

C/da Fontaco Valcorrente su - 85032 Belpasso (CT)  
Tel. +0839 95 7316140 - Fax +0839 95 7311358  
www.giplastic.it - info@giplastic.it

EMPRESA: REGILAIT

LECHE EN POLVO GRANULADA

Régilait es una empresa francesa líder en Europa, especializada en la producción de leche en polvo granulada desde 1947. Entre sus canales de distribución y venta, la empresa ha apostado desde hace años por el Vending y el Horeca, ofreciendo una gama adaptada a las exigencias de los operadores de máquinas expendedoras automáticas.

El último de sus lanzamientos es su gama de leche (desnatada, semi-desnatada y desnatada azucarada) y topping.

La empresa destaca las cualidades organolépticas de estos productos, así como la capacidad de adaptación a los procesos de venta del vending. En este sentido, la gama de leche y topping de Régilait se caracteriza por la fluidez y la solubilidad del preparado, que evita de esta forma la concentración de atascos en la máquina y permite la dosificación en la cantidad adecuada. Los solubles de Régilait, además, están preparados para diluirse con la misma eficacia, tanto con bebidas



calientes como frías, y su sabor suave casa con los diferentes tipos de café de máquina, como capuchinos, mocachinos, etc.

Filial de dos de las más importantes cooperativas de leche de Francia, Régilait supervisa todo el proceso de tratamiento de la leche, desde la producción en la misma ganadería hasta el producto final. De esta forma, la empresa puede garantizar la trazabilidad y calidad de su gama.

EMPRESA: CONEINN

CONOS DE PIZZA

En páginas anteriores ya adelantamos la gran satisfacción que la recientemente clausurada feria de Alimentaria había dejado entre los asistentes y los medios que cubrieron el evento, entre los que se encontraba HOSTEL VENDING. Entre otros motivos, la cita barcelonesa fue un éxito por la gran cantidad de productos e ideas innovadoras que allí se expusieron.

Una de estas ideas es la creada por la empresa catalana Coneinn, que ha elaborado unos conos de pizza de tamaño adaptado al consumo individual.

Además de una imagen curiosa y que rompe con la imagen de disco de las pizzas tradicionales, el gran valor de esta idea es la portabilidad del producto; gracias a ello, la pizza por fin se convierte en un producto realmente cómodo para su consumo no



sólo fuera del hogar, sino también "on-the-go", es decir, en marcha.

Por otra parte, los empresarios de Horeca (a los que va dirigido, principalmente, este producto) sabrán apreciar la enorme variedad de recetas e ingredientes que la pizza puede abarcar. Además,

al ser un producto precocinado, se calienta rápidamente tanto en horno como en microondas.

La idea de los conos de pizza, tras su paso por Alimentaria Barcelona, ya atesora un corto pero intenso historial en eventos feriales, ya que anteriormente ha sido galardonada en ferias como Anuga (Colonia, Alemania) o SIAL (París, Francia).

EMPRESA: ETN VENDING

MÁQUINA SNACKS

ETN Vending ha presentado una nueva máquina de snacks de bajo coste, diseñada para expender los botes de patatas de Pringles y recipientes similares de otras marcas, de diferentes productos, como cacahuetes salados, cocktails de frutos secos, pistachos, etc, a través de sus 6 canales de almacenamiento.

La máquina está especialmente indicada para el vending cautivo en oficinas

de entre 15 y 20 personas. Debido a su reducido tamaño, suele resultar demasiado costoso para estas empresas invertir en máquinas de vending de snacks, por lo que una expendedora mecánica como la de ETN resulta ideal para estos espacios.



La máquina combina perfectamente con otro tipo de mecanismos automáticos de vending cautivo, como las máquinas de café o las fuentes de agua, ayudando al operador a proporcionar un servicio integral de venta automática.

EMPRESA: LACTALIS

CHUFI ORIGINAL

En la pasada feria Alimentaria de Barcelona, el grupo Lactalis presentó un nuevo formato individual, para los canales gran consumo y vending, de un producto típicamente artesano como es la horchata.

El nuevo envase, una botella de 200 ml, se lanza con el fin de ampliar la franja de horarios de consumo de este producto, así como para acercarlo a otros perfiles de consumidores más jóvenes.

Es, por tanto, un formato adaptado para el consumo "on-the-go", es decir,

fuera del hogar y sobre la marcha. Para ello, la empresa (que lanza el producto bajo la marca Chufi Original) ha pensado en la distribución por medio de máquinas expendedoras, por la disponibilidad y proximidad únicas que ofrece este canal de venta, y por su capacidad para potenciar la conveniencia.

El packaging, además, se ajusta a los diferentes diseños y modelos de maquinaria automatizada que caracteriza al sector



del vending.

A su vez, la horchata, como bebida natural y sana que es, se une a la creciente gama de productos saludables que están a disposición de los consumidores en las máquinas expendedoras. De cara a la campaña de verano, este producto elaborado a partir de la chufa se convierte en una opción más para hacer del tiempo estival una época más refrescante.

EMPRESA: PRINCESS Y CAFÉ SILVESTRE

ESPRESSO EXPERIENCE

La fabricante holandesa de cafeteras Princess y la empresa de productos de café establecida en Fortaleny (Valencia), Café Silvestre, han puesto en marcha una colaboración de la que ha surgido su nuevo concepto de café Espresso Experience para el vending de OCS y Horeca.

Este nuevo proyecto se lanza con el ánimo de disfrutar del café en monodosis y su simplicidad de uso, pero a un precio

asequible. Así, se combina un manejo sencillo y un diseño agradable, características de la cafetera Princess Espresso Experience, con las diferentes mezclas de café en cápsulas desarrolladas por Café Silvestre: Suprem, suave y aromático; Fortis, fuerte e intenso; Lungo, café largo, y el descafeinado Decaff.

Según informa la empresa, todas las



especialidades contienen café certificado por la asociación internacional e independiente Rainforest Alliance, un gesto de compromiso con la conservación de la naturaleza y con los derechos de los trabajadores. En esta línea, las cápsulas han sido fabricadas también con materiales biodegradables.

EMPRESA: PASCUAL

BIFRUTAS

Alimentaria 2010 fue el marco elegido para la presentación de Bifrutas como la nueva marca de zumos de fruta que sustituye a Pascual Funciona, conservando los rasgos identificativos del producto: una bebida sana y nutritiva, elaborada con leche y zumo de frutas que aporta vitaminas y nada de materia grasa.

Grupo Leche Pascual fue pionero hace más de una década en crear y lan-



zar en España la combinación de leche y zumo, un producto muy común dentro de las máquinas expendedoras de cualquier localización.

Ahora, con la nueva marca Bifrutas, la empresa aspira a reactivar la categoría, ampliar el marco competitivo de la marca y reforzar su posición de liderazgo, ya que cuenta con una cuota en valor del

50% del mercado, según la consultora IRI. Para Elena Terol, responsable de Marketing de este producto, "Grupo Leche Pascual quiere seguir siendo el motor del crecimiento de la categoría y, con Bifrutas, estamos seguros de volver a impulsar el mercado".

La nueva gama de zumos ya está siendo comercializada en los canales vending y hostelería, en las distintas variedades (Tropical, Mediterráneo y Pacífico) y formatos (200ml, 330ml, litro y envase de vidrio) existentes.

EMPRESA: NESTLÉ PROFESSIONAL

MÁQUINAS NESCAFÉ

Nestlé Professional, en su campaña de innovación tanto de imagen como en tecnología, ha lanzado una nueva gama de sistemas de bebidas calientes para Office Coffee Service y Dispensing bajo la marca Nescafé. Se destaca el diseño exterior de estilo propio, profesional, elegante y muy cafetero, así como el excelente resultado final en la taza.

La nueva gama Nescafé se compone de tres modelos de máquinas de los fabricantes Rhea y Coffeteck, con una misma línea de diseño basadas en un color burdeos que ahora caracteriza a la marca Nescafé

para OOH (consumo fuera del hogar), combinado con un atractivo acabado metálico plateado.

Sin embargo, lo más destacable de los tres modelos es, por encima de todo, la excelente calidad y regularidad en taza entre las diversas combinaciones de bebidas que se pueden seleccionar dentro de su menú personalizado. Esta novedad consiste en un auténtico paso adelante en la evolución cualitativa del segmen-



to de las bebidas solubles, donde Nestlé lidera el camino.

Por otra parte, cabe destacar el éxito de la nueva solución durante la feria Alimentaria, en la cual aquellos visitantes que se pasaron por el stand de Nestlé Professional tuvieron ocasión de probar los nuevos sistemas.



EMPRESA: VERIPLAST

SWING 150

El Swing 150 es la culminación de los trabajos de investigación y desarrollo llevados a cabo por Veriplast en el segmento de los vasos de plástico para Vending.

La característica principal de este nue-

vo concepto es su huella táctil, con un diseño original que incrementa la protección contra el calor y, por consiguiente, la comodidad del consumidor.

El operador se beneficia también del nuevo diseño de Veriplast. Y es que el Swing 150 es técnicamente perfecto en el desempilado de vasos.

Veriplast dispone del Swing 150 en

cuatro colores: blanco, pardo, chocolate y transparente. Este vaso estuvo en exposición en el último salón agro-alimentario de Rennes, los días 9, 10 y 11 de marzo.

Veriplast es una empresa multinacional que factura alrededor de 350 millones de euros al año y que está especializada en la fabricación de embalajes de un solo uso.

El Vending es uno de los cinco sectores sobre los que se articula su actividad, que conduce el departamento Veriplast Food Service Solutions.

EMPRESA: DT VENDING

MODELO STE

Como ya adelantó *hostelvending.com*, la empresa catalana DT Vending lanza su nuevo modelo STE, una máquina que expende sándwiches calientes. El diseño exterior de la máquina destaca por su acabado en gris, concebido especialmente para interiores por sus dimensiones reducidas (1850 x 640 x 870 cm.) y es capaz de ofrecer hasta 60 sándwiches, hamburguesas o pizzas calzone.

En cada unidad se integra un sistema de tostado desarrollado por la misma empresa. Mediante este sistema, el cliente dispone de dos selecciones de producto (a través de unos pulsadores anti-vandálicos), cada una con su tiempo de tosta-

do independiente, que en cualquier caso demora entre 60 y 90 segundos.

En el frontal de la máquina (iluminado y con la posibilidad de personalizar su diseño) se ha instalado también un monitor de 7 pulgadas, que el operador puede aprovechar como medio publicitario o para lanzar mensajes al cliente. Por otra parte, en el display informativo con pantalla LCD, se puede comprobar en todo momento la temperatura del equipo de frío, así como el tiempo de espera en el momento del servicio. Por último, destacar el bajo consumo de la máquina, de 0.8 kilowatios.



EMPRESA: WRIGLEY

TWIX

Twix, la ya tradicional marca de barras de chocolate, renueva el diseño de su packaging en todos sus formatos: singles, multipacks, minis y miniaturas. Con este cambio, Twix busca sorprender al consumidor y seducir a los amantes del chocolate, tanto a través de su sabor como por su nueva imagen. Con la variedad de formatos, adaptados al canal Vending, Twix permite llevar a todas partes este snack de chocolate, galleta y caramelo.

La marca ha incorporado un nuevo envoltorio, en el que se incluye el icono visual de "pausa", como guiño a los momentos de desconexión, aprovechando las posibilidades de este snack en la venta por impulso.

Este símbolo también estuvo presente en la campaña soli-



daria "Un click contra el hambre", que la marca llevó a cabo en colaboración con Acción Contra el Hambre y M-80 durante el pasado año. El objetivo del proyecto fue frenar la desnutrición en Mali a través de Internet. Twix realizó una donación de 20 céntimos de euro por cada vez que los internautas accedieron a una web creada expresamente por la firma y pulsaban el símbolo de "pausa". La recaudación fue destinada a la construcción de dos centros de rehabilitación nutricional aguda y 47 unidades nutricionales móviles.

EMPRESA: SALYSOL

Bandeja MiniBox

Las nuevas bandejas de snacks de SalySol suponen un paso adelante en la venta automática de frutos secos y gominolas. Gracias a este nuevo concepto de packaging, las bandejas MiniBox permiten optimizar las máquinas de tabaco sin ningún tipo de transformación (reestructuración de los canales de venta), ya que comparten las

mismas medidas que una cajetilla de tabaco. De este modo, al operador que quiere sacar un mayor partido a la tradicional expendedora de tabaco (o que quiera diversificar su oferta), le bastará con reemplazar un producto por otro. En este nuevo formato de venta se dan cita las varieda-



des de frutos secos y gominolas típicas de la gama de la marca: pistachos, cacahuetes salados, almendras fritas, bolitas de chicle de menta, anacardos, cacahuetes cubiertos de chocolate, cocktail, etc.

• 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



un salto gigante para el vending



rheavendors   
españa

a branch of rheavendors group



# El lado tecnológico de la armonía.

