

magazine hostel vending

Año IX

julio - agosto 2010 | nº 54 | revista gratuita

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



BANDEJA MINIBOX UN PASO POR DELANTE

¡¡NUEVO FORMATO!!



¡¡OPTIMIZA TUS MÁQUINAS!!

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 y las de espiral, sin ningún tipo de transformación. Basta con cambiar de producto para rentabilizar sus máquinas.



...Y EN NUESTRA LÍNEA TRADICIONAL,
LA AMPLIA GAMA DE LATAS PARA MINIBAR



Polígono Industrial Fridex, calle 4, parcela 79 - 41500 Alcalá de Guadaíra (Sevilla) España

Tlfno: 955 631 013/Fax: 955 630 595 - Tlfno. Export: +34 955 630 179 - Fax Export: +34 955 630 595 - mail: info@salysol.es

www.salysol.com

El lado
tecnológico
de la armonía.



La leche con el mejor
rendimiento en máquina

¡garantizado!



1

2

3

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 o infusiones, especialmente indicados para conseguir el mejor rendimiento

en máquinas automáticas de Vending y Horeca. 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.



N&W GLOBAL VENDING SPAIN, S.L.
Avda. de Suiza, 11-13 • 28821 Coslada (Madrid)
Tfno: 91 277 44 00 • Fax: 91 277 44 11
www.nwglobalvending.es

N&W



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



SUMARIO 54

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



FOTO: SXC.HU, GUNDOLF



El verano, un impulso para el vending

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



FOTO: FLICR, RGT.R. 30D



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

Entrevista

6 / "Cada día son más las máquinas que salen en alquiler"

Joan Miró, Director Comercial y de Marketing de la empresa Vendomat: "Nuestro propósito es ofrecer un producto de calidad."

Empresa

8 / Lavazza compra Coffice, firma argentina que opera en los segmentos OCS y Vending

Lavazza ha comprado el 100% del capital de Coffice, sociedad argentina que opera en el mercado OCS (Office Coffee Service) y Vending.

9 / La empresa de solubles Vendin abre una nueva delegación en Francia

La empresa de productos solubles especialmente diseñados para máquinas expendedoras, Vendin S.L. (con sede en Pinto, Madrid) mantiene su progresión internacional con la extensión de su negocio a las nuevas instalaciones en Francia.

10 / Coca-Cola potencia su distribución "vending"

Bajo el nombre de FLO, Coca-Cola ha dado un paso más en su colaboración con el Vending al presentarnos una sección especial exclusivamente dedicada para el operador de expendedoras, dentro de su nueva página web para profesionales.

11 / illycaffè cierra 2009 con un balance positivo y se centrará en América del Sur en 2010

La Asamblea General de illycaffè ha anunciado los resultados del ejercicio anual del 2009. En la difícil situación económica, la compañía ha cerrado el año con un balance positivo y ha registrado un volumen de ventas consolidadas de 283,40 millones de euros.

Noticias

37 / Los espacios de vending incrementan los beneficios de las empresas

Los resultados de un estudio recientemente publicado demuestran que el consumo de café en el trabajo disminuye el número de errores de los empleados. Una conclusión asociada con la cafeína y sus propiedades a la hora de combatir el sueño de los trabajadores.

38 / La licitación pública de servicios de vending descendió un 75% en el último trimestre

El número de concursos públicos sobre servicios de explotación de máquinas expendedoras de bebidas, alimentos y snacks publicadas en los boletines oficiales del Estado y de las comunidades autónomas descendió un 75% en los últimos tres meses.

40 / Los bares pueden convertirse en clubes de fumadores para eludir la ley antitabaco

La reforma de la ley antitabaco del año 2005, que el Gobierno presentó en el Congreso de los Diputados que prohíbe fumar en todos los locales cerrados de nuestro país, deja un resquicio para que bares y restaurantes puedan sortear tal prohibición.

44 / El 48% de las empresas operadoras de vending repercutirá la subida del IVA

De acuerdo con un sondeo nacional realizado por HOSTELVENDING.com a operadores de máquinas expendedoras, el 48 por ciento de los encuestados ha asegurado que repercutirá la subida del IVA en los precios de sus productos.

Especiales

14 / El sector del Vending en España vuelve a valores del año 2003

Los datos y el análisis del mercado español aportados por la consultora Datamonitor (en cooperación con la Asociación Europea de Vending, EVA) vienen a respaldar y ampliar las estadísticas que manejábamos.

30 / El precio del café subió ligeramente en mayo

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

22 / Crónica de un éxito anunciado: Venditalia se convirtió en un hervidero de innovaciones

Concluyó la gran cita del vending europeo, Venditalia, el pasado sábado 1 de mayo. La representación de HOSTEL VENDING y www.hostelvending.com que se trasladó hasta Milán ha recopilado las sensaciones y experiencias vividas en el evento para elaborar una crónica sobre esta auténtica feria de innovaciones.

Licitaciones

34 / LICITACIÓN pública de vending

Productos

47 / Novedades del sector



EDITORIAL

El lector de HOSTELVENDING.com es hombre, entre 45 y 54 años, con estudios, y se conecta desde el trabajo

Según los datos recogidos por Alexa, agencia independiente especialista en portales web del grupo Amazon, "los visitantes más frecuentes de hostelvending.com son hombres entre 45 y 54 años, con estudios y que miran este sitio desde su lugar de trabajo".

Alexa Internet acumula información de páginas web a través de su barra de herramientas que, diariamente, se descargan miles de usuarios de todo el mundo.

De acuerdo con la información recogida por la agencia, el perfil del visitante de HOSTELVENDING.com es predominantemente profesional, lo que se desprende de la edad de los usuarios y, sobre todo, de su ubicación cuando se encuentran conectados a este diario digital especializado en la venta automática.

De este modo, la mayor parte de las consultas realizadas en el portal web son de carácter comercial, especialmente para buscar información sobre empresas, productos, reglamentación del sector o ferias y eventos sectoriales.

El tiempo de permanencia es también destacable, entre 7,8 y 16,7 minutos en los últimos tres meses. Especialmente interesante si tenemos en cuenta que hablamos de una página donde la mayor parte de los visitantes son profesionales.

Por último, el porcentaje de páginas vistas por usuario en los últimos tres meses ha oscilado entre las 9 y las 5.

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.

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

JOAN MIRÓ, DIRECTOR COMERCIAL Y DE MARKETING DE LA EMPRESA VENDOMAT

“Cada día son más las máquinas que salen en alquiler”

“NUESTRO PROPÓSITO ES OFRECER UN PRODUCTO DE CALIDAD. SI SOMOS CAPACES DE BRINDAR UN BUEN PRODUCTO EN OFICINAS CONTRIBUIMOS A MEJORAR EL ENTORNO DE TRABAJO, OPTIMIZANDO ASÍ LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y EL RENDIMIENTO DE LOS TRABAJADORES”.

Qué balance hace de los últimos movimientos comerciales de Vendomat?

Realmente han sido muy positivos. El más acertado de todos ha sido pasar de vender las máquinas a alquilarlas. Hace un año que decidimos poner en marcha esta estrategia y cada día son más las máquinas que salen en alquiler.

- Al parecer tienen en cartera la apertura de una nueva delegación, esta vez en Andalucía. ¿Qué les ha motivado a decidirse por esta región? ¿De qué modo incide el reciente acuerdo de distribución de Lavazza con Narbona Solís, para la provincia de Málaga?

Nuestra cartera de clientes aumenta día a día. Uno de nuestros pilares es mantener la cercanía con ellos, lo que implica que vayamos ampliando nuestro posicionamiento en distintas regiones.

Tenemos grandes expectativas depositadas en este acuerdo. Todo lo que implique mayor conocimiento de la marca Lavazza es positivo para nuestro canal.

- ¿Qué otras líneas estratégicas pre-



para Vendomat para el futuro?

Por un lado, continuar con nuestra implantación a nivel nacional. Por otro lado, ampliar los servicios que ofrecemos a nuestros clientes con formación continuada, una amplia gama de snacks, además de apoyo en temas de gestión y comunicación. Todo ello enmarcado por nuestro mayor reto: que el consumidor acabe valorando el café del vending como uno de los mejores.

- Lavazza es defensora a ultranza de la cultura del café de calidad, cuidando su imagen con mucha sofisticación. ¿Cómo se traslada esta forma de concebir el café en el entorno de las oficinas y los espacios privados y públicos? ¿Teme que la gente pueda relacionar calidad con precios caros?

Nuestro propósito es ofrecer un producto de calidad. Si somos capaces de brin-

dar un buen producto en oficinas contribuimos a mejorar el entorno de trabajo, optimizando así la satisfacción del cliente y el rendimiento de los trabajadores.

En cuanto al coste, no existen productos de calidad a bajo precio.

- Han puesto mucho énfasis en su estrecha relación con Lavazza, pero ¿de qué modo van a desarrollar el resto de su oferta de servicios y la relación con las otras marcas con las que trabajan?

De la misma manera que con Lavazza; actuando como socio estratégico para estas marcas en el mercado español.

- Hace unos meses lanzaron su nueva página web corporativa. ¿Nos podría explicar los servicios del área de clientes y cómo está funcionando hasta el momento?

El área de clientes de nuestra página web es un espacio estratégico de comunicación con nuestra clientela. En ella pueden encontrar catálogos, referencias de los productos, especificaciones técnicas, imágenes, ideas promocionales y ofertas.

- ¿En qué consisten los cursos de formación que imparte su empresa? ¿Cómo cree que se puede profesionalizar este canal de venta?

Desde hace años formamos a nuestros clientes para que conozcan a fondo las máquinas. Nuestra intención es implantar cursos comerciales, de reposición, de gestión y técnicos. Es básico para la profesionalización del canal que los profesionales conozcan la forma óptima de reponer las máquinas, dónde colocar cada producto en función de su tipología, etc. Los cursos de formación contribuyen a esta profesionalización; son primordiales para estar al día sobre las nuevas tecnologías, sobre aspectos relacionados con la seguridad alimentaria...

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.

TupiSpreso: 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.



Decafinado por proceso natural.



TUPI Spreso

Lavazza compra Coffice, firma argentina que opera en los segmentos OCS y Vending

Lavazza ha comprado el 100% del capital de Coffice, sociedad argentina que opera en el mercado OCS (Office Coffee Service) y Vending.

Esta operación se enmarca en la estrategia de expansión del grupo Lavazza en mercados emergentes, y especialmente en Sudamérica, donde ya está presente en Brasil a través de una filial directa y un centro de producción. El Grupo se muestra ahora muy interesado en el mercado argentino, el segundo en América del Sur, que se caracteriza por costumbres y hábitos de consumo muy similares a los italianos.

El compromiso financiero, que engloba tanto la compra como las inversiones previstas para su expansión durante los cuatro próximos años, se cifra en torno a 3,5 millones de euros (cerca de 20 millones de pesos). "Esta adquisición forma parte de nuestra acción de incursión en los mercados caracterizados por un fuerte potencial de crecimiento y se incluye

en la más amplia estrategia de internacionalización de Lavazza, iniciada en marzo de 2007 con la entrada en India", según declaraciones de Marco Lavazza, Director de Desarrollo y Compras del Grupo Lavazza, que también añade: "Estamos muy interesados en nuevas oportunidades de compra en Argentina y, de forma más general, en toda Sudamérica, para poder así acelerar aún más nuestro proceso de crecimiento en esta área."

Coffice, con sede en Buenos Aires, opera desde hace años en el sector OCS y Vending y da empleo a 60 personas. El objetivo principal será el de potenciar la distribución del sistema cerrado Espresso Point, ideal para preparar un expreso excelente, incluso en la oficina. La compra de Coffice se produce pocos días después de la adquisición de Onda Coffee Break, la cadena de cafeterías más importante de Bulgaria.



Una nueva línea de snacks completa el portafolio de Sistiaga Lasa

Sistiaga Lasa, empresa distribuidora de productos y máquinas de vending (colaborador de fabricantes como Simat), ha actualizado su catálogo de productos para operadores de expendedoras con la inclusión de una nueva línea de snacks.

Según revelaron a HOSTEL VENDING fuentes de la empresa, el objetivo es completar la gama de productos de la empresa, ubicada en

el País Vasco, de manera que el operador puede tener casi todo lo necesario para su explotación a través de un solo proveedor.

La nueva línea de snacks se incorpora a la cartera de marcas de las que Sistiaga Lasa es ya distribuidor, entre las que destacan Zumos Pago, La Asturiana, Agua San Millán, Blatsol, Velarte, Arruabarrena, además de la marca italiana Emmepi Dolci.



La empresa de solubles Vendin abre una nueva delegación en Francia

La empresa de productos solubles especialmente diseñados para máquinas expendedoras, Vendin S.L. (con sede en Pinto, Madrid) mantiene su progresión internacional con la extensión de su negocio a las nuevas instalaciones en Francia.

Según ha explicado M^a Carmen Sánchez, Secretaria de Dirección de la empresa, a HOSTELVENDING.com: "Siguiendo con las previsiones establecidas para este año, y con las miras puestas a ampliar las relacio-

nes comerciales con Europa, recientemente hemos incorporado a nuestra plantilla a dos responsables de Comercio Exterior como apoyo comercial para establecernos definitivamente en los países vecinos como por ejemplo Francia e Italia".

El pistoletazo de salida para la culminación de esta estrategia comercial adoptada por la empresa española consiste en la reciente creación de una delegación en Francia. "Hemos empezado por abrir

una oficina en el país galo, para atender la demanda de nuestros clientes actuales y potenciales desde allí mismo", ha comentado M^a Carmen Sánchez.

Esta no es, sin embargo, la primera "aventura" de la firma madrileña en el mercado internacional, ya que cabe destacar la notable presencia de Vendin en Brasil, donde lidera el mercado de productos solubles para el vending, a través de su delegación en el país latinoamericano.

Velarte renueva la imagen de sus snacks, adelantándose a la normativa sobre etiquetado

La empresa valenciana de snacks saludables Velarte ha hecho pública la nueva imagen de su producto estrella, las Artesanas Pipas, incluyendo nueva información nutricional.

La marca llevó a cabo un estudio de mercado durante el pasado mes de mar-

zo. Entre los resultados y conclusiones de este estudio, además de confirmar la predilección de sus consumidores por el citado producto, se reveló que el target asociaba la imagen del packaging de la gama Velarte con los valores de tradición y naturalidad, pero con un estilo clásico.

Así, los responsables de marketing de la empresa (encabezados por Antonio Sans Sánchez) han optado por dar un retoque al diseño del empaquetado, donde se mantienen elementos característicos como la cesta y el cielo, pero añadiendo nuevas señas de identidad que intentan acentuar el carácter natural del producto y la tradición de la marca.

Por otro lado, cabe destacar la introducción de la nueva leyenda con información nutricional para el consumidor. En este sentido, la empresa se adelanta a la nueva normativa sobre etiquetado de los productos alimenticios en máquinas expendedoras.

Velarte ha hecho la presentación del nuevo packaging con su producto más representativo, pero progresivamente irá adaptándolo al resto de su gama.



Coca-Cola potencia su distribución “vending”

Bajo el nombre de FLO, abreviatura de “Full Line Operator Tools & Tips” (“Consejos y Herramientas para el Operador de Línea Completa”), Coca-Cola ha dado un paso más en su colaboración con el Vending (la empresa expuso, por primera vez con su propio stand, en la feria de vending Venditalia) al presentarnos una sección especial exclusivamente dedicada para el operador de vending, dentro de su nueva página web para profesionales.

La sección de vending es realmente completa, ofreciendo múltiples herramientas e información; desde consejos sobre la gestión de negocios y de los productos Coca-Cola en las distintas ubicaciones “vending” (oficinas, empresas, centros de salud o centros educativos) hasta ideas para nuestras campañas de marketing o promociones.

Asimismo, la firma proporciona una serie de requisitos que deben cumplir las máquinas expendedoras que quieran registrar la marca Coca-Cola.

Del mismo modo, la empresa líder mundial en el mer-



cado de bebidas de refresco nos ofrece una selección de noticias corporativas, especialmente aquellas que tienen más que ver con la industria de la venta automática.

Como no podía ser de otra forma, la sección nos ofrece también una amplia carpeta con los productos Coca-Cola más atractivos para el vending.

Coca-Cola es una de las marcas más comunes dentro de las máquinas expendedoras de todo el mundo. No obstante, y hasta día de hoy, la marca había tenido una actitud pasiva cara al Vending, a diferencia de sus campañas activas con otros canales de distribución, como la hostelería o las grandes superficies.

La presentación de esta nueva página web prueba la importancia que el canal de la venta automática está ganando entre las marcas, acosadas por las marcas de distribución en los supermercados y con cada vez mayor necesidad de exposición en puntos de difícil acceso, como los centros de trabajo o los públicos.

N&W presentó su balance de resultados en la feria Venditalia

Pocos días después del cierre de Venditalia 2010, el pasado 1 de mayo, N&W ha presentado un comunicado donde hace un balance “absolutamente positivo” del evento, valorando sobremanera la gran asistencia de visitantes y agradeciendo el gran interés y atención, con especial mención a “todos los productos presentados”.

Necta N&W vending expendedoras venditalia maquinas machines En este sentido, la compañía aprovechó la ocasión para señalar los productos N&W que mayor atención han despertado entre los clientes, donde han destacado la máquina 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, destacando además un diseño atractivo, iluminado por LED de diferentes colores y paneles fotográficos.

Asimismo, también fueron de interés las máquinas Rock y Canto P, los dos modelos de anti-vandálicos especialmente estudiados para emplazamientos públicos, y colocados en una posición creada ad hoc para simular un ambiente urbano.



Por otra parte, muchos visitantes se centraron en el área dedicada a las nuevas tecnologías MiZip y Giga, y más adelante en la zona dedicada al segmento de OCS bajo la marca SGL, incluyendo la nueva Capsy blanca y Rotary.

N&W reservó también un gran espacio destinado a la gama completa de modelos HoReCa. N&W Global Vending es uno de los fabricantes de máquinas expendedoras más importantes del mundo, especialmente en los segmentos de bebidas (calientes y frías) y snacks.



illycaffè cierra 2009 con un balance positivo y se centrará en América del Sur en 2010

La Asamblea General de illycaffè ha anunciado los resultados del ejercicio anual del 2009. En la difícil situación económica mundial, principalmente durante la primera parte del año, la compañía ha cerrado el año con un balance positivo y ha registrado un volumen de ventas consolidadas de 283,40 millones de euros (un 1,2% más que el año anterior).

El EBITDA acumula 39,62 millones de euros, 3,6% de crecimiento respecto al 2008; con un beneficio neto de 5,2 millones de euros. Las ventas totales fuera del mercado italiano representan un 55%.

La Asamblea General renovó la junta directiva con la confirmación del actual consejo de administración, apoderados, y auditores externos y nombró como nuevo miembro del Consejo al ingeniero Giancarlo Michellone, presidente del Parque Científico en Trieste y director del Centro de Investigación de la Fiat.

En 2010, illycaffè además se expandirá en el mercado internacional con la creación en Junio con una nueva filial en San Paolo:

illycaffè Suramérica reforzará la presencia de la compañía en Brasil y en todos los países de Latinoamérica.

“En un año muy complicado, illycaffè ha mantenido sustancialmente su posición de mercado y ha conseguido sostener los importantes proyectos estratégicos que se iniciaron a principio de la crisis,” declaró Andrea Illy, presidente y consejero delegado de la compañía. “Estos resultados son fruto del trabajo que tendrá un efecto positivo en años futuros”.

En 2009, la empresa ha confirmado sus compromisos con los proyectos estratégicos iniciados en los últimos años.

Mejorar el desarrollo estratégico de espressamente illy, la cadena franquiciada de auténticas cafeterías italianas, con el objetivo de promocionar y promover la cultura, el estilo y los productos de illycaffè, a través de profesionales cualificados de Ho.Re.ca. (Hotel-Restaurante-Cafeterías).

Actualmente hay 230 cafeterías espressamente illy en todo el mundo, con planes de abrir 120 más en los próximos tres años.

El proyecto Artista del Gusto, una red internacional de clientes de calidad que illycaffè apoya y promociona como partners. Iniciado en el 2007, actualmente hay más de 1000 locales Artista del Gusto en todo el mundo, y se prevén 300 más antes de finales del año.

Se continuará con las inversiones relacionadas con el sistema de cápsulas Iperespresso – el producto de la más alta calidad de espresso para casa, introducida en el mercado en el 2007— con una expansión mundial, el lanzamiento de un nuevo formato de comunicación y ventas online.

Illyissimo, el café “ready to drink” de Illo Coffee International (una joint venture de illycaffè y The Coca-Cola Company) ha registrado un crecimiento en ventas y mayor distribución en países estratégicos como Italia, EEUU y Japón.

Mitaca (una joint venture, 50% illycaffè) ha abierto recientemente una nueva planta para el sector de oficinas y presenta una nueva línea de máquinas de cápsula que se ofrecen en Italia y en más de 30 países.

Jofemar celebra las 500.000 unidades vendidas de su monedero J2000

La empresa Jofemar celebró la venta de su unidad 500.000 del monedero compacto J-2000, el primer gestor de cambio para máquinas Vending en incorporar 5 tubos para la devolución de moneda.

Los primeros prototipos fueron creados cuando la mayoría de monederos compactos no ofrecían la flexibilidad de cambio necesaria para países donde el pago con moneda era más habitual que el de billete. La aparición de un monedero capaz de gestionar la devolución de hasta 5 diferentes valores supuso un paso adelante en la gestión de pagos para máquinas vending.

A partir de este momento la empresa creó varias versiones para hacerlo compatible con todos los protocolos vending del mercado (MDB, Ejecutivo y Electromecánico), ampliando así las posibilidades de cualquier máquina para aceptar crédito y entregar cambio debidamente fraccionado.

Si bien el funcionamiento mecánico

no ha sufrido una gran variación desde su creación, su mayor modificación fue la de incorporar un cassette de tubos de fácil extracción para un sencillo desmontaje e intercambio. La evolución del mercado llevó a ampliar sus posibilidades de control de elementos; se implementó el control de billetes y tarjeteros MDB en modo ejecutivo, el control de tubos externos, la salida de contabilidades en modo RS232, telemetría o salida de datos en modo DEX y EVA-DTS.

Compatible con los selectores de moneda Jofemar más avanzados, este



modelo siempre se ha caracterizado por utilizar la última tecnología en análisis contra fraudes.

EURO Y PRESENTE

El cambio al Euro fue uno de los retos en los que el monedero J-2000 se mostró como una herramienta de gran utilidad para el operador. Para esta transformación se crearon programas especiales con opciones de funcionamiento y cambio automático de zona, combinaciones de cambio capaces de calcular la conversión automáticamente y controlar en qué momento los usuarios comenzaron a manejar habitualmente la nueva moneda, procesar el vaciado de tubos de la moneda antigua y comenzar el llenado con la nueva.

Hoy el J-2000 es comercializado en más de 80 países, es el monedero de serie de todas las máquinas Jofemar y una opción muy escogida a la hora de incorporar un monedero en todo tipo de máquinas expendedoras. En la sede central de Jofemar se celebra este hecho como un triunfo de esta empresa en su empeño por ofrecer mejores productos para el mercado del Vending.

Azkoyen vende un 15% menos de máquinas y pierde casi dos millones de euros

De acuerdo con las cuentas enviadas ayer 17 de mayo a la Comisión Nacional del Mercado de Valores, el Grupo Azkoyen registró pérdidas por valor de 1,94 millones de euros durante el primer trimestre del presente curso.

La cifra de negocio se redujo igualmente un 17,2% hasta los 36,8 millones de euros; el EBITDA sufrió una bajada del 54%, alcanzando los 2,05 millones.

Por divisiones, el volumen de ventas del segmento de máquinas expendedoras (Azkoyen Industrial, S.A.) ha decrecido un 15,4% hasta los 8,7 millones de euros (por los 10,3 millones registrados en el mismo periodo del 2009). Fuentes de la empresa señalaron a los rumores sobre la nueva Ley del Tabaco como responsable de un descenso del 52% en la venta de máquinas expendedoras de tabaco. Sin embar-

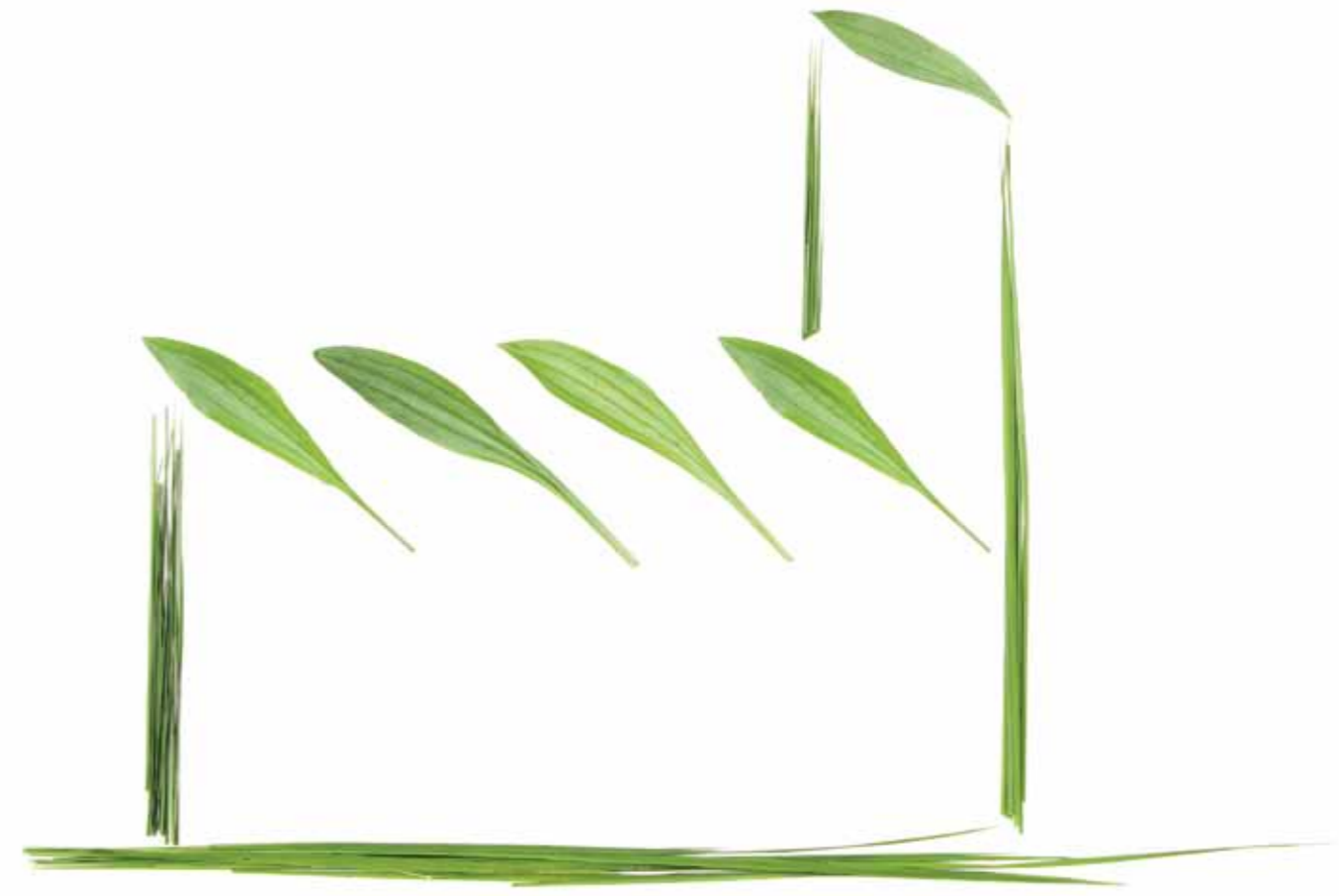
go, cabe recordar que la misma impulsora del proyecto de la ley antitabaco, la ministra de Sanidad Trinidad Jiménez, dejó claro que no se contempla la prohibición de las expendedoras de tabaco en establecimientos hosteleros, a pesar de que sí se prohibirá fumar en los mismos.

En cuanto a las otras divisiones del Grupo, Azkoyen Medios de Pago, S.A. descendió sus ventas en un 17,3% (sistemas de pago electrónicos) y en un 25% en el segmento de sistemas electrónicos de seguridad. La nota positiva la puso la división de café y consumibles (Azkoyen Hostelería, S.A.), que vio cómo sus ventas han crecido en un 2,7% en estos tres primeros meses del 2010.

La empresa mantiene una línea descendiente en sus registros económicos, iniciada ya en 2008 con el descenso del 73,9%



en sus beneficios respecto al año anterior. La coincidencia de los resultados con la evolución de la crisis económica global y nacional hace pensar en la incidencia decisiva de este factor macroeconómico en el devenir de Azkoyen.



Somos parte de la Naturaleza



El medio ambiente es vida y la vida ha creado la industria. Respetar el medio ambiente significa garantizar un futuro a nuestras empresas. **FAS** con la **Certificación Ambiental ISO:14001** ha demostrado un comportamiento que ha guiado desde siempre el modo de hacer de la empresa.

FAS INTERNATIONAL SPA
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
info@es.fas.it · www.fas.it

FAS
Vending Machines

El sector del Vending en España vuelve a valores del 2003



LA INDUSTRIA DEL VENDING EN ESPAÑA HA VUELTO A VALORES DEL AÑO 2003... E INCLUSO MÁS BAJOS

En números anteriores de HOSTEL VENDING, desgranábamos el impacto que la crisis económica había tenido en el sector de la venta automática durante el fatídico año del 2009. Ahora, los datos y el análisis del mercado español aportados por la consultora Datamonitor (en

cooperación con la Asociación Europea de Vending, EVA) vienen a respaldar y ampliar las estadísticas que manejábamos. La conclusión más llamativa a la que se ha llegado es que, en términos tanto de valor de mercado como en ventas globales, la industria del Vending en España ha vuelto a valores del 2003... e incluso más bajos.



Según lo vemos desde esta publicación, es una situación que se puede revertir, a poco que los índices de consumo general vuelvan a repuntar en este país, si finalmente los signos de recuperación de la economía nacional se materializan en hechos.

DATOS GENERALES

Nos explicamos. El análisis que manejamos en HOSTEL VENDING – tras haber consultado a representantes de empresas del sector – nos proporcionó un cálculo aproximado de entre -15 y -20 por ciento en las ventas de productos a través de

máquinas expendedoras, si comparamos los valores del 2008 y los del 2009. Esto “sólo” en cuanto a la venta de consumibles. Las cifras que maneja Datamonitor para su estudio del mercado español, donde se incluyen también las ventas de máquinas expendedoras por parte de los fabricantes, no están lejos de este descenso interanual.

En consecuencia, la empresa consultora estima que el valor de la industria del Vending en España decreció en un 14,9%. Así, en el 2009, el valor total se establece en 1.185,1 millones de euros, por los 1.392 millones

de euros del anterior año.

¿Por qué decimos que hemos sufrido una regresión al 2003? Según los registros de Datamonitor, hace apenas siete años este mercado se valoraba en 1.237,9 millones de euros. En otras palabras, la crisis nos ha borrado de un plumazo la progresión – lenta, pero estable – que se venía produciendo durante estos últimos años, en los que se consiguió una evolución del 2,4% en el periodo que transcurrió entre el 2003 y el 2008.

EVOLUCIÓN POR CATEGORÍAS

Por categorías principales, la conclusión viene a ser la misma, ya que en todos los segmentos se aprecia un descenso de similares valores.

No obstante, cabe destacar que las ventas a través de máquinas de bebidas frías fueron las más afectadas, seguido muy de cerca por el segmento de las bebidas calientes (líder, empero, del mercado). En términos de venta de máquinas, la información que nos hicieron llegar los fabricantes es que descendieron dramáticamente, en torno al 48% para las máquinas con equipo de frío, y hasta el 52% en cuanto a las de bebidas calientes.

Por último, el segmento que mejor comportamiento ha mostrado es el de snacks y food. Aunque el balance de 2008 a 2009 también es negativo, las ventas del 2009 están por encima de las conseguidas en el 2003. No en vano, fue el sector que más creció entre el 2003 y 2008

(según informa Datamonitor), lo cual es reflejo del margen de desarrollo e innovación que, aún hoy en día, alberga este segmento. En este sentido, la corriente de “vending saludable” (propiciado en parte por la misma demanda, pero también por el anuncio de la Ley de Seguridad Alimentaria), ha servido para engrosar la gama de aperitivos y alimentos vendidos a través de las máquinas automáticas; y éstas, a su vez, se han modernizado para poder ofrecer innovaciones como los platos de comida precocinada, los dispensadores de zumo natural, las máquinas que cocinan platos in situ, o incluso los alimentos congelados.

PARQUE DE MÁQUINAS

El número total de máquinas es prácticamente el mismo que hace tres años, cuando se estabilizó la venta de nuevas unidades. En este sentido, España se mantiene más firme que la media europea, que registró un descenso más pronunciado en su parque de máquinas, según ha concluido Datamonitor.

Analizando este apartado según el tipo de máquina tampoco se detectan tendencias relevantes, puesto que tanto las máqui-



nas de snack/food, las de bebidas calientes (las más numerosas) y las de bebidas frías se mantienen en prácticamente los mismos niveles del 2007.

Cabe resaltar que en los estudios de la consultora no se ha tenido en cuenta el segmento de las máquinas expendedoras de tabaco que es, de largo, el primer medio de venta de este producto, muy por delante de los estancos. De hecho, la introducción de las reformas en la nueva ley sobre el tabaco en España – que no sólo mantiene la posibilidad de vender a través de expendedoras en bares y restaurantes, sino que aprueba la instalación de estos medios en kioscos de prensa – podría suponer el ingreso de hasta 25.000 nuevas unidades en el mercado.

En total, contando con estas máquinas, en España hay instaladas alrededor de 600.000 expendedoras, según los cálculos que manejamos en esta publicación, tras haber consultado a fabricantes y empresas líderes de los diferentes ámbitos del vending. Si a esta cifra les restamos las alrededor de 181.000 expendedoras de tabaco, la cantidad del resto de modelos se sitúa en torno a las 419.000 unidades.

El clima económico trajo consecuencias que han afectado directamente a la industria de la venta automática (léase: el descenso del consumo por cierre de pymes, el aumento del desempleo, el empobrecimiento de la población y el recorte de los créditos a pequeñas y medianas empresas). Dicho de una forma gráfica, la ha hecho bajar siete escalones que ahora tiene que esforzarse en subir de nuevo.

UN CAMINO POR RECORRER

Estos datos reflejan en mayor medida la realidad de los fabricantes, que informaron a HOSTEL VENDING de una caída en sus ventas en torno al 45%. Para ellos, el momento de la recuperación posiblemente se dilatará más que en el caso de productores y operadores. A nuestro entender, cuando se produzca el incremento del consumo que todos esperamos, los primeros en volver a la “normalidad” serán aquellos que abastecen a los operadores con sus gamas de productos; los segundos, en principio, deberían recuperarse a la misma velocidad que la rueda vuelve a girar, pero se entiende que será un proceso progresivo. La adquisición de nuevas unidades, en consecuencia, quedará relegada a un plano posterior, teniendo en cuenta que se mantiene el volumen del parque de máquinas. Los fabricantes, no obstante, pueden y deben combatir esta coyuntura ofreciendo

(como ya lo están haciendo) nuevos modelos innovadores que se adapten a la delicada situación presupuestaria de los operadores.

La lectura positiva de este panorama es que, en cierta manera, ya conocemos el camino que nos llevó hasta peldaños más altos. Ahora toca saber responder según lo pide el momento.

FAS International desplegó un abanico de novedades en Venditalia 2010

FAS se presentó al público de Venditalia 2010 con numerosas innovaciones en sus productos y con la significativa colaboración de Mitaca, división vending de illycaffè.

Luca Adriani, director gerente FAS International, comentó la presencia de la empresa en la feria de Milán: «Las propuestas de FAS para Venditalia 2010 interpretan el futuro. Nuestros nuevos productos están orientados al consumidor y al gestor, con una significativa reducción de los costes de mantenimiento y, en consecuencia, de los costes fijos de las sociedades de gestión. Además, ofrecen una sensible mejora del producto con respecto al que las máquinas tradicionales están en condiciones de ofrecer.»

Comenzamos las novedades con Perla C6, la nueva máquina de sobremesa para OCS que utiliza cápsulas MPS (Mitaca Professional System). Lo más destacable de este modelo es que tiene una capacidad de 200 cápsulas y puede distribuir hasta diez monodosis diferentes, gracias a su sistema

de carga que simplifica las operaciones de reabastecimiento. El proyecto prevé la realización de tres máquinas, dos de las cuales (una free standing y otra table top) también se presentaron en Venditalia.

Respecto a las novedades en máquinas de pie, la empresa presentó su modelo Winning de bebidas calientes, dotado de un amplio display LCD, teclado de selección con teclas iluminadas por LEDs y paneles retroiluminados personalizables.

Pasando a la venta de alimentos, destacaron: el Easy 6000, un distribuidor de discos giratorios con puertas de toma automatizadas y pantalla LCD, pensado para la distribución de productos que no se pueden vender en máquinas de espiral; y el modelo Just Now de snacks y Food, una expendedora tradicional de espirales, pero capaz de calentar el producto envasado gracias al microondas integrado. Además, su software permite regular un tiempo de calentamiento diferente para cada selección, que incluye productos dulces y



salados, como bollos y pizzetas.

APORTACIONES TECNOLÓGICAS

Aparte de los nuevos modelos presentados, FAS también dejó una serie de aplicaciones tecnológicas al público de Venditalia. Por ejemplo, un nuevo grupo de frío que reduce en un 40% el consumo respecto a otros modelos de la marca. O el concepto "Easy keyboard", un nuevo tipo de teclado que permite establecer una interacción distinta con la máquina y facilita la selección del producto.



Café Mundi, un sello de compromiso social con los países productores de café

La responsabilidad corporativa de las empresas de vending tiene una importancia todavía mayor que en otras industrias, puesto que normalmente los operadores comercializan con productos de vital importancia para países en vía de desarrollo, como el café.

Por ello, los productos de comercio justo o con sellos que se identifiquen con proyectos de sostenibilidad y compromiso con los países de origen de estos productos tienen cada día que pasa un peso más importante en el portafolio de las empresas de venta automática.

Este es el caso de la empresa madrileña Seda Solubles, miembro del patronato de Café Mundi, una fundación creada en julio de 2004 por un grupo de empresas que pertenecen al sector cafetero y que se dedica a apoyar proyectos de sostenibilidad social.

El objetivo de Café Mundi es la mejora de las condiciones de vida de comunidades cafeteras, mediante la creación de infraestructuras y mecanismos que ayuden a combatir la pobreza.

Lo consigue a través de la realización de micro-proyectos, de



esta forma se tiene la posibilidad de llegar a un mayor número de lugares, que permite tener todas las garantías en la ejecución de los mismos y un mejor control en su realización.

Desde su creación, Café Mundi ha colaborado en 15 proyectos, centrando su actividad en el campo de la formación y en la mejora de las condiciones de vida. En muchos de los envases de café de Seda Solubles se puede encontrar el sello de Café Mundi. Éste informa al consumidor que parte del dinero que está gastando se destina a la realización de proyectos de sostenibilidad y responsabilidad social en países productores de café.

Saeco Aliseo

La nueva generación con ADN ecológico

Aliseo es la nueva generación de máquinas vending snack&food de 8 espirales con 7 bandejas extraíbles para dispensar snacks, bebidas frías de lata o botella, y en la configuración food (de 2°C a 4°C) también sandwiches y productos frescos en las 3 bandejas inferiores. Se combina perfectamente con la freestanding hot Atlante de Saeco.

Saeco comprometida con la protección del medioambiente

- Certificado ISO 14001 de Sistema de Gestión Medioambiental
- Clasificación energética A+ (EVA-EMP 2.0)
- Gases refrigerantes que no dañan el ozono (R404 con ODP=0)



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: saeco@saeco-iberica.com Web: www.saeco-iberica.com

Saeco

Espresso Feeling

Colaboración hispano-italiana para crear la última tienda automática

Una de las propuestas más innovadoras para el Vending público que se presentaron en la feria Venditalia 2010 la encontramos en la segunda planta del recinto Fieramilanocity. Con-



vertido en un auténtico "barrio del vending", gracias a una decoración que representaba un cruce de calles poblado de tiendas 24 horas, el diseño de este "stand" hizo su efecto, transmitiendo con precisión la potencialidad de una forma de negocio todavía en desarrollo.

Aunando esfuerzos, tecnología y sus años de experiencia en el sector, la italiana D.A. Design Group Srl, y la españolas 24 Horas y Agrupación Empresas Vending S.L fueron los responsables de esta creación, pensada para presentar su último lanzamiento: la tienda automática Self Store 24H.

Se trata de una tienda automática que funciona a través de un sistema mecánico de cinta transportadora y elevador. El formato es apto para cualquier tipo de nego-

cio, precise o no refrigeración, y la oferta es amplia: bebidas, snacks, pasta, leche, yogures, conservas, perfumería, parafarmacia, telefonía, informática, etc.

En Milán, el equipo que se presentó tenía una capacidad de 4.800 unidades de productos, reunidos en tan sólo dos metros de vitrina y 6 m2 de superficie. No obstante, la estructura diseñada por los fabricantes es modular y antivandálica, por lo que se puede adaptar a diversos espacios y emplazamientos. Self Store 24H es flexible y se fabrica a la medida del espacio del que se dispone y del producto que se desea comercializar.

Por otra parte, la tienda va equipada con diversos sistemas de pago (tarjetas de crédito, monedas, sistemas de códigos de barras, etc.) y, gracias a la incorporación de la telemetría, el operador es avisado a distancia en caso de que sea necesaria una intervención técnica o de control.

Apliven firma un acuerdo con Coges para distribuir sus medios de pago

La empresa catalana de vending Apliven y la firma italiana de medios de pago Coges han cerrado un acuerdo de distribución. Con efecto inmediato, la firma de Sant Boi de Llobregat introducirá en su catálogo toda la gama de productos de Coges para la venta automática.

Apliven se especializa en la venta de máquinas expendedoras nuevas y de segunda mano, trabajando con algunas de las fabricantes más populares del sector. En este sentido, la entrada de las soluciones de pago de Coges viene a ampliar considerablemente su oferta en cuanto a estos sistemas.

Además de una gama de máquinas y productos elaborados específicamente para el vending, la empresa también ofrece un servicio técnico para la programación, instalación y puesta en marcha de los distribuidores automáticos. De igual forma, Apliven se dedica a la reparación y restauración de equipos y al transporte de máquinas.

De hecho, la empresa también ha anunciado la incorporación de nuevo staff a su departamento de logística y recambios. El objetivo, es "dar una mayor cobertura de servicio a la creciente demanda de recambios a nivel nacional".

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:

Certificado de Manipulador de alimentos para vending - Técnico de Nivel 1 - 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 - www.tpcnetgroup.com

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

Leche Pascual, nuevo colaborador estratégico de Kellogg en España

Kellogg España ha llegado a un acuerdo con Grupo Leche Pascual para la comercialización y distribución de cereales y barras de la marca Kellogg's en todos los canales de hostelería y alimentación, excepto el llamado de libre servicio (Hipermercados, Supermercados y Cash & Carry).

Como consecuencia de este acuerdo, Leche Pascual introduce en su oferta la gama de productos de cereales y las barras de cereal de Kellogg's, sustituyendo la gama que bajo su marca comercializó en los últimos años.

Gracias a este acuerdo, Leche Pascual se convierte en colaborador estratégico de

Kellogg para su desarrollo en el mercado tradicional en España asegurando un mayor servicio a los consumidores.

KELLOGG

Con unas ventas globales de cerca de 13.000 millones de dólares durante 2009, Kellogg Company es líder mundial en producción de cereales y uno de los más importantes fabricantes de productos de consumo, tales como barras de cereales, waffles, galletas y crackers.

Fundada en 1906, Kellogg cuenta con plantas de producción en 18 países y sus productos se distribuyen en más de 180. Las marcas Kellogg's incluyen, entre otras, Special K, All-Bran, Choco Krispies, Corn Flakes, Frosties, etc.

GRUPO LECHE PASCUAL

Grupo Leche Pascual, empresa de capital cien por cien familiar, inició su andadura en 1969 y cuenta ya con una gama de más



de 200 productos, 8 plantas, 20 delegaciones y 2.500 empleados.

Su principal actividad es la preparación y el envasado de leche, yogures y otros derivados lácteos, zumos, agua mineral, bebidas y otros productos a base de soja, cereales para el desayuno, huevo líquido ultra-pasteurizado y tortillas.

Vendomat prevé facturar entre 15 y 16 millones de euros en 2010

Vendomat International, empresa radicada en España especializada en la distribución de todo tipo de productos para el vending e importadora en exclusiva de Lavazza Espresso Point, ha cerrado el año 2009 con una facturación de 14 millones de euros, posicionándose de este modo entre los líderes del sector que, según fuentes de la propia compañía, facturó en su conjunto aproximadamente 1.300 millones de euros, con alrededor de 825 empresas activas.

Vendomat International pertenece al grupo italiano de distribución automática Vendomat. En España cuenta con 56



empleados y trabaja con aproximadamente 500 distribuidores autorizados cubriendo España y Portugal. La compañía, con sede en Barcelona, cuenta con delegaciones en

Bilbao, Madrid y Porto.

Las previsiones de Vendomat International para este año son esperanzadoras: "En 2010 esperamos seguir creciendo a un ritmo continuado -explica Joan Miró, director comercial y de marketing- y estimamos experimentar un crecimiento de entre un 10 y un 15%".

Con estas expectativas la compañía cerraría el ejercicio con una facturación de 16 millones de euros, aproximadamente.

Vendomat International cuenta con alrededor de 350 clientes habituales a los que la empresa, además de suministro, ofrece formación y asesoramiento.

Vending School, un concepto distinto en formación para el sector

TPC Netgrup imparte formación para profesionales del sector del Vending desde hace más de 10 años. El pasado mes de abril, la empresa inauguró el Portal de formación online "Vending School" para empresas operadoras.

Los primeros cursos con matrícula

abierta son el de "Manipulador de Alimentos" (con la obtención del Certificado correspondiente) y el de "Gestor de Rutas" (reponedor). A finales del mes del presente mes de mayo se abrirá la matrícula del curso para supervisores, y para los meses de junio y julio se abrirán también

el de "Comerciales para Vending" y "Electricidad y Electrónica adaptada al Vending".

Para todos los cursos online, TPC ofrece la posibilidad de que sean semi-presenciales, es decir, que una parte del curso se haga a través de Internet y otra de manera presencial.

Mete en una caja fuerte tu negocio



Stand Comestergroup, nº F3
EXPOVENDING & OCS
LATIN AMERICA
4-5 agosto 2010

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

VENDITALIA - Milán

Crónica de un éxito anunciado: Venditalia se convirtió en un hervidero de innovaciones



La implicación de las empresas hacía pensar en una gran asistencia de público. Y así fue, especialmente el jueves 29 y el viernes 30. Existió además una comunicación continua con los representantes comerciales en los stands, por lo que presumimos que se establecieron muchos contactos durante la feria.

Por nuestra parte, sí podemos confirmar la buena acogida que cosechó HOSTEL VENDING en los 4 días de feria, donde se repartieron 2.500 ejemplares de la revista líder en el mercado nacional de la venta automática.

En Venditalia se intuyó la dirección hacia la

que se dirigen los nuevos conceptos de vending. En primer lugar, hay que subrayar la presencia de pantallas y sistemas de vídeo integrados en las expendedoras.

Hubo también una buena representación de sistemas de gestión remota del parque de máquinas. Por otra parte, llamó la atención la propuesta de combinar diferentes soluciones en una misma máquina; por ejemplo, se pudo ver un sistema de reciclaje acoplado a un dispensador de agua. En esta misma línea, también se vieron muchas soluciones para pequeñas oficinas, tales como el concepto mixto de cafetera más dis-

pensador de agua.

Destacable también fue la presencia de nuevos sistemas de Food, con una calidad muy notable en los platos de comida precocinada. Siendo una feria italiana, en este ámbito no pudieron faltar las máquinas de pasta y pizza.

Como consecuencia de la incorporación de nuevas marcas y nuevos productos, los menús de selección de las máquinas se han ampliado. La oferta de café y productos similares fue ingente y diversificada: muchos sistemas de cápsulas, blends y ofertas alternativas, como el café de Comercio Justo, o el biológico.



EXPO VENDING & OCS - Sao Paulo

En agosto, Brasil da la bienvenida a los profesionales del vending

Expo Vending & OCS es uno de los eventos más destacados del mercado latinoamericano de la venta automática y los distribuidores de café para oficina. Su octava edición se celebra entre el 4 y 5 de agosto en São Paulo (Brasil), organizado por la asociación brasileña de vending (ABVA) y la empresa Event Planning Solutions. Además, cuenta con el respaldo de la NAMA (que tomarán parte activa mediante una serie de conferencias) y la World Vending Association.



La comercialización de máquinas expendedoras crece año tras año en Brasil, un mercado emergente con una facturación anual estimada de 250 millones de dólares

a un ritmo del 20% anual. Expo Vending & OCS se consolida como una buena oportunidad para "empaparse" de las nuevas tendencias y técnicas de negocio para el

vending de esta región.

El perfil del visitante a esta feria es eminentemente profesional: gerentes, partners, directores, técnicos, compradores, distribuidores, etc.

La última edición de esta exposición de medianas proporciones congregó a más de 500 profesionales del sector (ejecutivos, fabricantes, operadores y las principales empresas nacionales) y contó con más de 30 expositores, en representación de más de 70 marcas. La feria atra-

jo no sólo a los principales representantes regionales de la venta automática, sino también a muchas firmas internacionales que se interesaron por este mercado.

El OneShow cumplió las expectativas

El mayor evento de la industria de la venta automática en las Américas se dio por finalizado el pasado 30 de abril. El OneShow ya ha sido calificado como un éxito por sus organiza-



dores, la asociación norteamericana del vending (NAMA).

La feria nació fruto de varios años planificando la unión de los dos eventos que venían celebrándose en el país, uno en otoño (National Expo) y el otro en primavera (Spring Expo); por ende, las expectativas para la cita de Chicago eran muy altas. Su director, LyNae Schleyer, ha hecho su propia evaluación y crónica de la feria: "Desde el momento de la inauguración sólo hemos recibido opiniones positivas del OneShow. La gente nos ha comentado la calidad de las conferencias (con la presencia especial del periodista de ABCNews Ted Koppel y el ídolo deportivo Terry Bradshaw), lo entretenidas que fueron las actividades de la Zona Principal, y la mejor distribución de los stands. Una y otra vez oíamos decir que era la mayor feria, y la más divertida

y espectacular, que jamás había organizado la NAMA".

Sobre la nueva planificación del espacio para los stands, cabe destacar que la organización dispuso una serie de "avenidas

principales" para mejorar la circulación de los visitantes. También se colocaron muchos bancos para que la gente se tomara un descanso sin tener que abandonar el recinto, algo que se agradece cuando uno atiende a eventos de este cariz.

Entre los eventos que más gustaron al público norteamericano, la exhibición de las cheerleaders de los Dallas Cowboys se llevó la palma. También hubo tiempo para premiar a los mejores operadores y empresarios del año en los "Industry Awards". NAMA ha destacado los buenos comentarios de las empresas participantes, que en general evaluaron el evento con muy buena nota, destacando igualmente el éxito comercial a nivel de contactos profesionales y acuerdos firmados.

La asociación italiana de Vending presentó un análisis del sector en la feria Venditalia

Venditalia, una de las mayores ferias sobre el sector de las máquinas expendedoras del mundo (con 20.000 metros cuadrados de exposición, cerca de 270 expositores y más de 14.000 visitas esperadas) ofreció a los asistentes una de sus mejores ediciones en FieraMilanoCity. Además de la destacada conferencia que realizó Bianchi Vending sobre las tendencias del sector, con ocasión del inicio de la feria, la asociación italiana Confida, presentó una panorámica sobre el estado actual de esta industria en Italia.

EL TRABAJO, CLAVE

La primera conclusión a la que llega el análisis presentado por la asociación es que el vending está sintiendo la crisis económica global principalmente en lo que se refiere al número de empleados y de horas de trabajo, que se ha visto reducido en términos generales. En Italia, el sector se ha desarrollado principalmente en las localizaciones de trabajo (un 90%), tales como oficinas, fábricas, industrias, etc.; desde otras localizaciones como las escuelas y centros de estudio, o en hospitales y órganos públicos, la aportación al desarrollo del vending ha sido mucho menor, con cuotas del 5,2 y 3,9 por ciento, respectivamente. En último término, encontramos las localizaciones en la vía pública (estaciones de tren, autobús o metro, aeropuertos, etc.), con un pobre 0,8%.

La reducción estimada del 7% en el consumo a través de expendedoras, que ha supuesto una caída del 12% en los ingresos y una reducción del 1,14% en el parque de máquinas, se achaca a la alta concentración de máquinas en el mercado profesional.

"En el 2008 y en los primeros meses del 2009, justo en el ecuador de la crisis, la industria registró un aumento del consumo", comentó Lucio Pinetti, el recientemente elegido como nuevo presidente de Confida, durante el día de inauguración de Venditalia 2010. "Aunque también se registró un leve descenso en los ingresos, por lo que sabíamos de antemano que el balance final del 2009 sería negativo, inevitablemente. Sin embargo, esto nos da motivos



para ser optimistas, ya que las cifras dicen que el sector se ve afectado por la reducción en la jornada laboral pero, por otro lado, los usuarios de otros canales out-of-home se están acercando al vending, favorecido por la mayor presencia de expendedoras en lugares públicos. No olvidemos que el vending nació en la fábricas, en la pausa para el café".

ESTATUS INTACTO

El presidente de la asociación prosiguió destacando que "las empresas que más se han visto afectadas son los fabricantes de máquinas, ya que han tenido que recortar gastos en inversión. Sin embargo, algunas empresas, como los productores de snacks, son la cara opuesta de la moneda, porque han mejorado sus ventas gracias a la diversificación de su oferta". El mandatario también quiso realzar la posición de liderato de Italia como fabricante de máquinas expendedoras: "A pesar de algunos obstáculos evidentes, nuestro lideraz-

go a nivel mundial sigue siendo sólido. El 70% de las ventas de los fabricantes corresponde a las exportaciones, especialmente a Francia, la Península Ibérica, Gran Bretaña y los países del Este de Europa. No es coincidencia que Venditalia, la feria italiana, sea líder mundial y que los expositores vengan de 16 países diferentes".

Según los datos que maneja Confida, el sector de la venta automática redujo su tasa interanual de ganancias en un 11,8%, recaudando un total de 2.400 millones en el 2009. El consumo ha bajado en torno al 7%. También se ha reducido el número de máquinas instaladas en un 1,16%, contabilizando un parque de más de 2,2 millones de unidades; en este sentido, las máquinas de OCS han sentido especialmente la crisis, con una reducción del 1,5%, mientras que el resto de máquinas mantienen el pulso, con una leve reducción del 0,22%. En cuanto a productos, las bebidas calientes han bajado un 2,07% y las frías un 1%, mientras que los snacks han crecido un 3,8%.

VENDING PARIS - París

Presencia española confirmada en la próxima edición de Vending Paris

A cuatro meses para que se celebre la gran cita del vending en Francia, Vending Paris, la organización hizo públicas las primeras listas de expositores que ya han confirmado su asistencia a la feria.

Las empresas españolas que ya han reservado su stand en la exposición francesa son Azkoyen, Café Tupinamba, Jofemar, Laiv, Laqtia Comercial, Simat y Vendin.

La organización espera superar con creces las cifras de la última edición, celebrada en 2008, y que atrajo a casi 200 expositores y 10.640 profesionales del sector. Entre los visitantes, el 25% de ellos eran extranjeros, pertenecientes a 64 países.

Las predicciones son especialmente optimistas tras el éxito de Venditalia, donde más de 20.000 personas visitaron los stands de 271 expositores en la ciudad italiana de Milán.

Vending Paris se celebra entre los días 27 y 29 de octubre, en el pabellón 4 de la Paris Expo, Porte de Versailles.



technology is beautiful



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

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

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.
Avenida de Suses, 11-13
P.O. BOX - 28921 Colada (Madrid)
Tfno: 91 277 44 00

www.nwglobalvending.es



ES UNA MARCA DE



Especial campaña de verano

El Verano:

UN IMPULSO PARA EL VENDING

BEBIDAS: CAMPEONAS DEL VERANO

De todos es sabido que el rey de la venta automática es el café. Con la subida de los termómetros, el consumidor se ausenta del entorno de trabajo y se echa a la calle, a disfrutar del Sol y de sus vacaciones. Durante unos meses, el Vending del agua embotellada y las bebidas refrescantes discute el trono del café.

La industria española de las bebidas refrescantes, no obstante, no es ajena a la crisis macroeconómica. Según advertía la Asociación Nacional de Fabricantes de Bebidas Refrescantes Analcohólicas (ANFABRA) en su informe anual del 2009, esta industria reflejó un descenso del 5%, propiciado por un retroceso de más del 10% en el consumo en hostelería. Pero, por otro lado, la misma organización, en sus estudios de hábitos de consumo recalca que “el 75% de los españoles prefiere beber refrescos fuera de casa”. Ahí es donde espera el vending, a su servicio.

“Para todo fabricante de refrescos, esta época del año es la más importante, rondando la cifra hasta el 70% del volumen que movemos en el año”, reconoce Luis Miguel Aparicio, responsable de marketing para Ocio & Vending de Orangina Schweppes España.

Este año, además, las grandes productoras de refrescos cuentan con un gran filón publicitario como es el Mundial de Fútbol de Sudáfrica. Coca-Cola y Pepsi, en su eterna batalla, están confiando gran parte de sus campañas de marketing a este evento internacional; algo que llega a la imagen de sus productos y hasta a la publicidad exterior en las máquinas expendedoras. Es un ejemplo más de la colaboración entre proveedor y operador de vending.

“En Schweppes”, dice Luis Miguel Aparicio, “intentamos que el trato con el operador sea el más cercano posible, que nos vean más como un colaborador partner, que como un proveedor. Intentamos estar en cualquier problema que el mercado le plantee al operador, y que pueda contar con todo nuestro apoyo”. La marca, con su marca Trina al frente, pretende consolidar su espacio dentro las máquinas expendedoras,

37 GRADOS BAJO UN SOL CEGADOR Y EL SUDOR QUE CAE POR LA FRENTE. EN LA (INFINITA) COLA PARA ACCEDER A UN FAMOSO PARQUE TEMÁTICO NO HAY NINGUNA SOMBRA EN LA QUE COBIJARSE Y ESPERAR TU TURNO. AL INICIO DE LA FILA SE ATISBA UN CHAVAL QUE VA COGIDO DE LA MANO DE SU PADRE. EL NIÑO RECLAMA SU ATENCIÓN Y LE SEÑALA UNAS MÁQUINAS EXPENDEDORAS, QUE YA HAN DEJADO ATRÁS. EL PADRE RESPONDE CON UN GESTO DE “SÍ, POR DIOS”. HAN PERDIDO SU TURNO, PERO NADIE LES VA A QUITAR EL GOZO DE UNA LATA DE REFRESCO Y UN RICO HELADO.



CUANDO LLEGAN LAS ALTAS TEMPERATURAS, EL VENDING ESTÁ PREPARADO PARA UNA DE LAS FASES MÁS PRODUCTIVAS DEL AÑO; LAS CONDICIONES FAVORECEN LA VENTA POR IMPULSO Y EL CRECIMIENTO DEL VENDING PÚBLICO.

“PARA TODO FABRICANTE DE REFRESCOS, ESTA ÉPOCA DEL AÑO ES LA MÁS IMPORTANTE, RONDANDO LA CIFRA HASTA EL 70% DEL VOLUMEN QUE MOVEMOS EN EL AÑO” – LUIS MIGUEL APARICIO, RESPONSABLE DE MARKETING PARA OCIO & VENDING DE ORANGINA SCHWEPPES ESPAÑA.

en un mercado que siguen liderando los refrescos de cola (49,5%, según datos de ANFRABRA de 2009). Para ello, ha diversificado su oferta y ha apostado por marcas y envases nuevos, como la gama Spirit en PET 500. Además, Aparicio adelanta a HOSTEL VENDING que “Si todo va bien, y los resultados de las pruebas así lo indican, Orangina (ndr. Marca muy arraigada en el mercado francés) no tardara en aterrizar en pleno en nuestro país”.

LA VARIEDAD AL ALZA

La diversificación de las bebidas en máquinas expendedoras se hace patente cuando queremos refrescarnos. Bebidas energéticas, isotónicas, refrescos Light, zumos, batidos...no es extraño ver cómo a estas alternativas el operador les dedica una máquina propia, asociándolas a veces con alimentos y snacks. “En estos casos, el operador busca máquinas de gran capacidad, completas y fiables, que acepten la mayor variedad de formatos”, informa Federica Beretta, responsable de marketing de N&W Global Vending.

Juan Manuel Pérez, gerente de Ariza Vending, apunta un reparto estimado de las cuotas de productos en verano: 60% para el agua embotellada, 30% para los refrescos y el resto para los productos antes señalados. Aunque se trate de opciones con un margen de mercado más reducido, aportan nuevas ideas al sector y lo complementan. En este sentido, las expendedoras de zumo de naranja natural OR 70 de Oranfresh y ZV25 de Zummo Vending conjugan estas características.

La marca de horchata Chufi, un clásico del verano y de la gastronomía autóctona, también quiso apuntarse a esta ola de variedad en el vending, presentando su botella de 200 ml en la pasada edición de Venditalia.

Especial campaña de verano

...cuando suben las altas temperaturas...



Puede que la industria heladera, en general, haya conseguido sobreponerse a la idea de que "los helados son para el verano"; en la venta por impulso, "esto depende mucho de la zona geográfica", explica José Ramón Fernández, gerente de la cadena de tiendas automáticas Abierto25horas; "en la zona de Levante, Andalucía e islas, por el clima, es rentable tener un equipo expendedor de helados todo el año. En otras zonas, donde por el clima su consumo es menor, ofrecemos a los operadores una máquina de espirales que puede ser regulada de -20°C a +5°C. De esta forma pueden vender helados en verano y, cuando llegue el invierno, cambiar a las bolsas de patatas, chocolatinas, bollería, refrescos...etc. y rentabilizar la máquina todo el año".

Así, las marcas proveedoras concentran sus ideas para este momento y explotan cada campaña con un saco de novedades. Este es el caso de Helados Nestlé, que presenta succulentas incorporaciones a su cartel: la versión en cono del clásico snack Kit Kat; una nueva variedad de Maxibon Cookie, con helado de vainilla y pepitas de chocolate; y el polo de chocolate Nestlé Gold Praliné. Además, la marca se une a la tendencia del vending saludable y refuerza su gama de helados bajos en calorías con

SI HAY UN SEGMENTO QUE SE ASOCIA INDISOLUBLEMENTE AL VERANO, ÉSE ES EL VENDING DE HELADOS. MIENTRAS QUE LAS BEBIDAS REFRESCANTES SON PROTAGONISTAS DURANTE TODO EL AÑO, LOS HELADOS VIVEN DE QUE HAGA CALOR.

un nuevo cono sin azúcares añadidos, el sorbete con un 80% de fruta y una variedad de helados infantiles sin gluten, colorantes ni aromas artificiales.

LA TECNOLOGÍA A SU SERVICIO

La venta de helados conlleva, por su conservación a bajas temperaturas, dificultades de carácter logístico y de mantenimiento. Para solventar los primeros, el reponedor debe trazar bien sus rutas y utilizar neveras durante el transporte. En cuanto a lo segundo, siempre es mejor prevenir que curar. Aunque las máquinas de helados son tan fiables como cualquier otro tipo de expendedora, no son ajenas a fallos eventuales en su equipo de frío. Las consecuencias son, en estos casos, nefastas, ya que se echa a perder el género.

Según explica Víctor Cerdán, responsable de marketing de Jofemar: "Los sistemas de telemetría te ayudan para saber si hay algún problema. Nosotros tenemos un kit que incluso te avisa al móvil

si se va la luz para poder ir a la máquina y hacer algo antes de que se pierda el producto. Los problemas logísticos vienen a ser más los de transportar helados, necesitas vehículos o neveras especiales de los que el operador común normalmente no está preparado. Más que un problema logístico muchas veces es un problema de inversión". Precisamente Jofemar acaba de lanzar su Iceplus Food, la primera expendedora de comida precocinada congelada en el mercado español.

Víctor también apunta que el gasto energético de estas máquinas no es mayor que el de, por ejemplo, una expendedora de refrescos con frontal acristalado (menos aislada). No obstante, las condiciones de temperatura de la localización pueden hacer variar diametralmente el número de vatios. Para el que coloque sus máquinas a

pleno Sol, el dispositivo vendingMiser, distribuido en Estados Unidos por USA Technologies, es una solución a tener en cuenta, ya que reduce el gasto energético en una media del 56%.

Ya sea a pleno Sol, esperando en una estación o al fresquito del aire acondicionado, lo importante es que no nos falte esa "máquina amiga" que, como en la anécdota del padre y el hijo, está ahí cuando más la necesitamos.



INFORME DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ

El precio del café SUBIÓ LIGERAMENTE en mayo

“SIGUIENDO LA CAÍDA CONTINUADA DE LOS NIVELES DE LAS RESERVAS, SIN EMBARGO, LA PRODUCCIÓN NECESITA SER SUFICIENTEMENTE ALTA PARA PERMITIR EL REABASTECIMIENTO DE LAS RESERVAS AL MISMO TIEMPO QUE SE SATISFACE LAS NECESIDADES DEL CONSUMO MUNDIAL.”.

Los precios del café registraron un ligero crecimiento durante el mes de mayo, de acuerdo con el precio indicador compuesto de la Organización Internacional del Café (OIC).

Según este índice, el precio subió de los 128,1 dólares estadounidenses por libra de café del mes de abril hasta los 126,89 que marcó el pasado mes.

La volatilidad de los precios descendió

con moderación, con la única excepción de los precios de los Robustas. El diferencial entre los Suaves Colombianos y Otros Suaves se estrechó un 10,6% en mayo, comparado con el mes de abril, lo que indica un crecimiento continuado en la demanda de Otros Suaves que compensa los escasos suministros de Suaves Colombianos.

INCREMENTO DE LA PRODUCCIÓN

Si atendemos a la producción durante el año de cultivo 2010/11, un año de alta producción dentro del ciclo de producción de Arábica en Brasil, la información recibida por la OIC desde los países miembros de la organización sugiere que algunos de ellos están esperando incrementos en la producción.

Tomando como base esta información, el director ejecutivo de la OIC, Néstor Osorio, estima inicialmente que la producción para el año de cultivo 2010/11 será de entre 133 y 135 millones de sacos.

Siguiendo la caída continuada de los niveles de las reservas, sin embargo, la producción necesita ser suficientemente alta para permitir el reabastecimiento de las

reservas al mismo tiempo que se satisface las necesidades del consumo mundial.

El final de mayo y los primeros días de junio estuvieron marcados por el paso de la tormenta tropical Agatha por Centroamérica, afectando especialmente a Guatemala, Honduras y El Salvador. La tormenta dejó un alto número de víctimas, además de considerables pérdidas económicas y daños en infraestructuras.

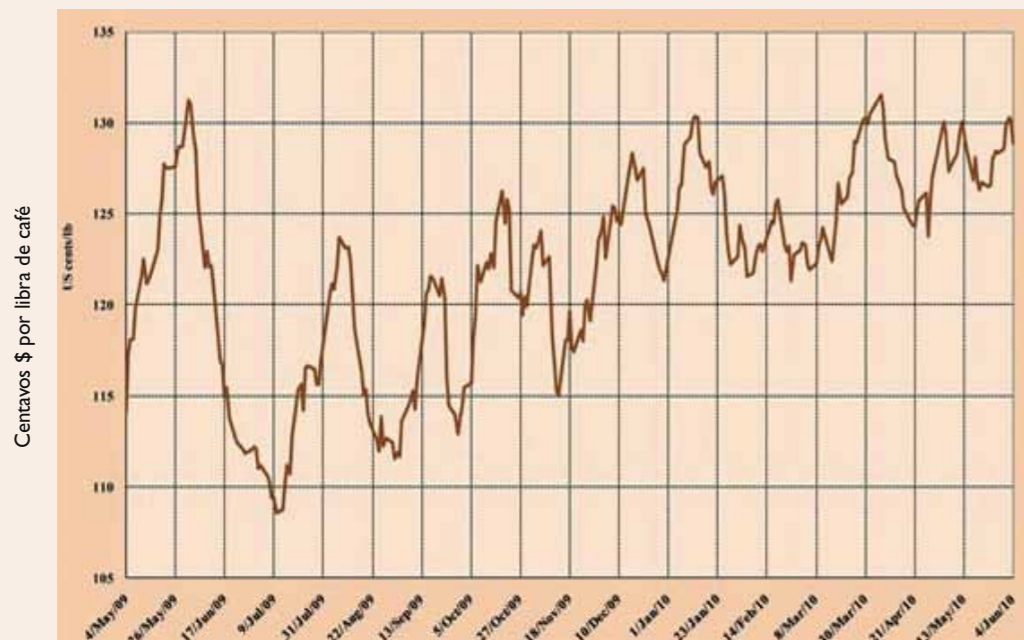
Su impacto en la industria del café está todavía por analizar. No obstante, se teme que la intensa humedad causará un incremento de plagas del café y un rápido desarrollo de parásitos.

Las exportaciones durante el mes de mayo alcanzaron los 8,3 millones de sacos, 0,3 millones menos que en el mes anterior.

El total acumulado para los primeros siete meses del año cafetero 2009/10 (octubre 2009 - abril 2010) fue de 53,3 millones de sacos, lo que significa una caída del 8,1% con respecto a la cifra reflejada durante el mismo periodo en el año cafetero 2008/09.

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

Precio indicativo compuesto diario
Medias mensuales (4 mayo 2009 - 4 junio 2010)



“Mientras celebra sus 50 años, el Grupo Rheavendors, ☀ promueve el arte Europeo con la muestra *Rubens y los Flamencos*”



LICITACIÓN PÚBLICA DE VENDING

⇒ NUEVO ANUNCIO DE LICITACIÓN DE VENDING EN UNA LOCALIDAD INGLESA

El Boletín Oficial de la Unión Europea publica un anuncio de licitación para cubrir el servicio de máquinas de venta automática de bebidas calientes (café y té) y productos similares en Normanton (Reino Unido).

El proceso está abierto a todas las empresas profesionales de vending de la UE, aunque los interesados en participar en este concurso deberán presentar sus propuestas redactadas en idioma inglés.

En el anuncio de licitación no se detalla el número de máquinas o emplazamientos que se ofertan en el contrato. Para obtener más información y los pliegos administrativos y técnicos correspondientes, hay que contactar a: NHS Supply Chain, a la atención de Lindsay Baker, a través del teléfono +44 1924328702 o el correo electrónico: lindsay.baker@supplychain.nhs.uk. El plazo de recepción de ofertas y solicitudes de participación se cierra el próximo 1 de julio de 2010.

⇒ LA POLICÍA DE LIVERPOOL SACA A LICITACIÓN UN CONTRATO DE VENDING

El Boletín Oficial de la Unión Europea publica un anuncio de licitación abierta para la provisión de diferentes productos a través de máquinas expendedoras, en dependencias de la Policía local de Liverpool, en Inglaterra.

Dentro de la gama de productos que se requiere en el contrato se indican: comidas variadas, bebidas, tabaco, snacks de patata, café, té, artículos de confitería, etc.

Las empresas europeas interesadas en enviar sus propuestas, deberán dirigirse (en inglés, obligatoriamente), antes del próximo 23 de julio de 2010, a las oficinas de la Policía de Liverpool (Merseyside Police Authority); en concreto al Procurement Department, a la atención de Pauline Totton. El teléfono de contacto es el +44 1517771926 y el correo electrónico: pauline.totton@merseyside.pnn.police.uk



⇒ SE ANUNCIAN NUEVE ESPACIOS PARA EXPLOTACIÓN "VENDING" EN VIGO

La Fundación Instituto Feiral de Vigo (IFEVI) ha convocado un procedimiento de licitación para contratar la instalación y la prestación del servicio de máquinas expendedoras de bebidas y determinados alimentos en sus instalaciones del recinto ferrial.

El concurso en cuestión ofrece un mínimo de 9 espacios para la instalación de máquinas de vending dentro de los dos pabellones que conforman dicho recinto.

El canon mínimo anual que deberán presentar las empresas ofertantes será de 14.000 euros (IVA excluido). La duración del contrato será de dos años, prorrogables hasta un máximo de dos anualidades.

El órgano de contratación no permite la instalación de otras máquinas expendedoras de bebidas y alimentos que no sean de la empresa adjudicataria.

Dichas máquinas serán nuevas a estrenar y deberán presentar un medio de pago alternativo al de monedas, como puede ser de llave, tarjeta, ficha, etc. En este sentido, se valorará en el apartado de mejoras que las máquinas puedan admitir billetes de 5 y 10 euros.

QUINCE DÍAS PARA PRESENTAR OFERTAS

Las ofertas deberán presentarse durante los 15 días naturales siguientes a la fecha de publicación del anuncio en los diarios de mayor difusión de la provincia.

A este respecto, IFEVI publicó el anuncio inicial de licitación el pasado 14 de junio y HOSTEL VENDING no ha podido saber si su publicación en los diarios de mayor difusión de la provincia se ha hecho ya efectiva.

No obstante, las empresas interesadas en obtener la información técnica y administrativa de este concurso pueden solicitarla directamente a nuestra Redacción.

⇒ 23 MÁQUINAS DE VENDING EN LICITACIÓN PARA CENTRO CIENTÍFICO BRITÁNICO

El Centro Científico de Culham, en el Reino Unido, es una de las instalaciones de investigación más prestigiosas del país. Situado en el condado de Oxfordshire, al suroeste de la isla británica.

El centro precisa ahora suplir el servicio de catering, conferencia y vending dentro de los edificios donde se ubica.

El servicio de catering incluye la explotación de un bar y un restaurante, mientras que el de vending supone la explotación, reposición y mantenimiento de 23 máqui-

nas expendedoras ubicadas en distintos espacios del centro.

El plazo para la presentación de ofertas, que deberán realizarse en lengua inglesa, concluye el próximo 13 de septiembre.

La duración del contrato es de cuatro años.

Para la obtención de más información sobre este concurso, puede dirigirse directamente a la Redacción de HOSTEL VENDING.

⇒ LA UNIVERSIDAD DE NÁPOLES REQUIERE SERVICIO DE VENDING Y CAFETERÍA PARA 7 AÑOS



La Universidad de Nápoles Federico II – en concreto las autoridades del polo científico y tecnológico integrado en el campus – ha anunciado la licitación por procedimiento abierto para la explotación del servicio de cafetería y máquinas expendedoras del Complejo Universitario de Monte Sant'Angelo.

El anuncio, que aparece publicado en el Boletín Oficial de la Unión Europea, subraya que la duración del contrato es de 7 años.

El concurso licitación vending expendedoras máquinas distributore automatico Asimismo, el poder adjudicador calcula que el importe total del contrato, teniendo en cuenta toda la duración del servicio, es de 1.596.000 euros.

Las empresas de vending que deseen obtener información de la licitación deberán dirigirse a la Oficina de Contratación (Ufficio Contratti), a la atención de Michele Sarnataro, a través del teléfono +39 081 676704, o el correo electrónico msarnata@unina.it.

Para la presentación de los proyectos se requiere presencia obligatoria, previa cita concordada con la Oficina de Contabilidad del Polo (Ufficio Economato), a través del +39 081 676634.

La fecha de cierre de presentación de las ofertas es el próximo 30 de agosto. Toda oferta deberá estar redactada en idioma italiano.

⇒ SALEN A LICITACIÓN CUATRO LOTES DE VENDING Y RESTAURACIÓN EN BRUSELAS

La empresa Electrabel, una compañía eléctrica con sede en Bruselas que trabaja para todo el Benelux, ha colgado un anuncio de licitación en el Boletín Oficial de la Unión Europea. El contrato se divide en cuatro lotes: dos de restauración y dos de vending.

Aunque el anuncio de licitación no lo deja expreso, se sobreentiende que las empresas interesadas en participar en el concurso podrán hacerlo para uno o más

de los citados lotes.

Bruselas vending machines maquinas expendedoras catering restauracion licitacion concurso Electrabel lote 3 corresponde al servicio de máquinas expendedoras en fábricas e instalaciones de la empresa, localizadas en las afueras de Bruselas. El presupuesto estimado de este lote (IVA excluido) es de 680.000 euros; la duración del contrato se establece en 36 meses, a contar a partir de la adjudicación del contrato.

El otro contrato de vending (lote 4) está valorado en 413.000 euros anuales (IVA excluido), para 36 meses. Las plazas de vending se sitúan en Bruselas, pero no se detallan los lugares específicos.

Nuevamente para localizaciones industriales, el lote 1 ofrece un contrato de restauración valorado en 1.800.000 euros (presupuesto anual estimado, IVA excluido), con duración de 36 meses. El lote 2 comparte duración y objeto del contrato, aunque no se detalla la localización; en este caso, se valora en 3.900.000 euros.

Las empresas interesadas deberán contactar con la empresa Electrabel, a través del correo electrónico elke.blondeel@electrabel.com, antes del próximo día 30 de junio. Las propuestas pueden estar redactadas en cualquiera de estos tres idiomas: inglés, francés o neerlandés.



La licitación pública de servicios de vending descendió un 75% en el último trimestre

El número de concursos públicos sobre servicios de explotación de máquinas expendedoras de bebidas, alimentos y snacks publicadas en los boletines oficiales del Estado y de las comunidades autónomas descendió un 75% en los últimos tres meses, según datos recogidos por HOSTEL VENDING, que diariamente sigue estos anuncios desde hace ya más de un año.

Así, durante los meses de marzo, abril y mayo, tan solo salieron publicadas en los diarios oficiales un total de 7 licitaciones para la contratación, en edificios públicos, de empresas operadoras de vending, lo que supone un descenso de más del 75% en relación con el trimestre anterior.

Concretamente, durante los meses de febrero y enero de 2010, y diciembre de 2011, salieron publicadas 29 licitaciones. La Comunidad Autónoma de Madrid fue la más prolífica para los operadores inte-



resados en estas contrataciones, con un total de 11 concursos, a bastante distancia por Andalucía, Baleares, País Vasco, Canarias y Murcia, todos ellos con dos anuncios de licitación cada uno.

Por su parte, durante el último trimestre, la comunidad autónoma con más licitaciones públicas de explotaciones "vending" resultó ser Galicia, también con dos anun-

cios publicados en su diario oficial.

Cabe recordar que, aunque resulte muy criticable, muchas de las concesiones públicas de explotaciones de máquinas expendedoras en edificios públicos se realizan de manera directa, sin concurrencia y sin publicación de la necesidad de cubrir ese servicio en el diario oficial correspondiente.

Asociaciones • Federaciones • Asociaciones • Federaciones • Asociaciones • Federaciones • Asociaciones • Federaciones • Asociaciones •

PRIMER PASO PARA LA CREACIÓN DE UNA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL VENDING

Las asociaciones EVE, ADEAC y ACV han llegado a un acuerdo para impulsar la creación, a nivel nacional, de una gran federación que agrupe todas las asociaciones de vending autonómicas.

En una reunión celebrada el pasado 16 de abril en Barcelona, dentro del II Encuentro de Asociaciones de Vending, las tres asociaciones (que representan a los operadores y proveedores de vending vascos, catalanes y del segmento del agua a nivel nacional, respectivamente) resolvieron fijar una nueva fecha, el 14 de julio, para firmar el acta de constitución de la Federación de Asociaciones de Vending.

Asimismo, se resolvió establecer una sede social única y una sede operativa rotativa. Habría, eso sí, un comité permanente compuesto por miembros de todos los asociados.

La creación de un órgano nacional suficientemente representativo es uno de los grandes anhelos de la industria del Vending, carente de fuerza numérica suficiente para hacer grupo de presión en los centros de poder tanto estatal como autonómico. Un órgano supraautonómico que fuese capaz de aglutinar a la mayoría de los operadores, proveedores y fabricantes del sector sería una pieza fundamental a la hora de hacer valer sus intereses en temas tan importantes como la ley antitabaco o la ley de seguridad alimentaria.

TRES NUEVAS ASOCIACIONES AUTONÓMICAS SE PODRÍAN INTEGRAR EN LA FEDERACIÓN

Según ha podido saber HOSTEL VENDING, operadores de las comunidades autónomas de Aragón, Andalucía y Galicia están acelerando los trámites para constituir asociaciones de empresarios de vending en estos territorios.

La creación de estas asociaciones se puede poner en relación con el compromiso adquirido por los impulsores de la Federación de Asociaciones de Vending: la Asociación de Vending del País Vasco (EVE), la Asociación de Envasadores, Distribuidores y Proveedores de Agua en Cooler



(ADEAC) y la Asociación Catalana de Vending (ACV).

Las tres asociaciones, junto con ANEDA, celebraron una reunión el pasado 16 de abril en Barcelona, alcanzado el acuerdo de impulsar la creación de una gran federación que agrupase todas las asociaciones autonómicas de vending.

En el comunicado posterior a dicha reunión, los miembros fundadores se comprometían a promover la creación de nuevas asociaciones en otras comunidades, con el fin de que también se integren en la federación en el momento de su constitución.

LA ASOCIACIÓN CATALANA DE VENDING DECIDIRÁ SI APOYA LA FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES

La asociación catalana de vending (ACV) ha convocado a sus miembros a una Asamblea General Extraordinaria, que se celebrará el próximo jueves 17 de junio a las 16:00 en su sede de Granollers.

A través de un comunicado firmado por su presidente Josep Pons, la asociación ha hecho saber los temas que se tratarán en dicha reunión.

El tema principal sobre el que girarán las conversaciones y por el que se convoca en gran medida a las empresas de venta automática de Cataluña, es la adhesión de ACV a la futura creación de una Federación de Asociaciones de Vending. Los miembros que asistan tendrán que votar si la asociación va a participar y colaborar con el resto de asociaciones interesadas.

En este sentido, por el momento son la asociación vasca de vending (EVE) y la asociación nacional de fuentes de agua (ADEAC) las que, junto con ACV, han mostrado su iniciativa en pro de la creación de esta federación. No obstante, se está procediendo a la creación de asociaciones autonómicas en Aragón, Galicia y Andalucía, presumiblemente con motivo de esta iniciativa.

Según pudo saber HOSTEL VENDING, com, si todo sigue según la hoja de ruta aprobada en la reunión de Barcelona, el próximo 14 de julio se celebrará una nueva reunión donde se firmará el acta de constitución de la nueva federación.

Por otro lado, la asamblea de ACV servirá también para ofrecer una panorámica de la situación de la nueva Ley autonómica de consumo (Llei de Consum).

CONCLUYÓ EL PLAZO PARA LA PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS A LA PRESIDENCIA DE ANEDA

La Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos (ANEDA), agrupación de operadores y proveedores compuesta por 99 socios, con sede en Madrid, ha convocado una reunión extraordinaria para el próximo 18 de junio, donde el asunto central del día será la elección de la nueva junta directiva.

El plazo para la presentación de candidaturas concluye el próximo viernes, 11 de junio, y, por el momento, sólo un candidato ha expresado su intención de presentarse a las elecciones a la presidencia, en este caso, reelección, puesto que se trata del presidente actual, Cayo Noé Quintanilla, director de la empresa M.A. Quintanilla.

Según fuentes consultadas por HOSTEL VENDING.com, Cayo Noé ha expresado su intención de presentarse para una última reelección. En este sentido, la duración de la presidencia en ANEDA es de dos años.

En una carta enviada por el propio Quintanilla a los socios de ANEDA, éste deja entrever que se planteó la posibilidad de no presentar su candidatura, pero que recapacitó por parecerle "improcedente abandonar la nave en tiempo de fuertes tormentas".

La asociación se compone de un comité directivo de cinco miembros y un comité de proveedores, de reciente creación. El equipo que forma parte de la candidatura de Quintanilla para cubrir las otras cinco plazas del comité directivo son Javier Arquerons, de la firma Arbitrade, como vicepresidente; Humberto Ríos, de J.S.P, como secretario general; Antonio Villalba (Autobar Spain), Carlos Oderiz (Serventa) y Francisco Carreras (Cafegra), como vocales.

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



FOTO: FLICKR, PICTR. 30D

Los bares pueden convertirse en CLUBES DE FUMADORES para eludir la ley antitabaco

de estos dispositivos podrían verse afectadas por la imposibilidad de los compradores de consumir el producto expuesto en el punto de venta.

No obstante, los datos de mercado registrados tras la aprobación de la última ley antitabaco invitarían a pensar lo contrario. Y es que entre los años 2006 y 2008, el consumo de tabaco se incrementó un 1,29%, rompiendo una estadística negativa que venía desde 2004, siempre según datos oficiales del Comisionado para el Mercado de Tabacos.

Las máquinas expendedoras son el principal canal de venta de cigarrillos en nuestro país, por encima de las cifras que despachan directamente los estancos.

SUBEN LOS PRECIOS DEL TABACO

Coincidiendo en el tiempo con la polémica tramitación de la nueva ley antitabaco, las tabaqueras han subido los precios de sus productos.

De esta manera, Altadis subió el precio de sus marcas Fortuna y Nobel en 25 céntimos, y en 30 céntimos la marca Ducados.

Por su parte, Philip Morris incrementó el precio de sus marcas Chesterfield, Marlboro y L&M en 25 céntimos.

La reforma de la ley antitabaco del año 2005, que el Gobierno presentó en el Congreso de los Diputados el pasado miércoles y que prohíbe fumar en todos los locales cerrados de nuestro país, deja un resquicio para que bares y restaurantes puedan sortear tal prohibición.

Si bien el artículo 7 ha sido completamente revisado y, en su nueva redacción, prohibiría fumar en todos los espacios cerrados sin excepción, la disposición adicional novena de la ley - que exonera del cumplimiento de la nueva regulación a los llamados "clubes de fumadores" - permanece intocable en este primer borrador.

La mencionada disposición versa como sigue: "A los clubes privados de fumadores, legalmente constituidos como tales, no les será de aplicación lo dispuesto en esta Ley, relativo a la prohibición de fumar, publicidad, promoción y patrocinio, siempre que se realice en el interior de sus dependencias y los destinatarios sean única y exclusivamente los socios".

La reconversión de los bares en clubes de fumadores, en principio, no tendría más dificultad que los trámites administrativos que conlleva cualquier otro tipo de club, como los deportivos, con las únicas medidas añadidas de presentar una señalización adecuada e información visible y destacada sobre las consecuencias nocivas del humo de tabaco.

Los debates parlamentarios sobre el borrador la reforma se iniciaron el pasado 2 de junio. En un principio, la proposición de ley cuenta con los apoyos de Izquierda Unida y Esquerra Republicana, además del propio Partido Socialista.

A pesar de que la prohibición sobre los productos de tabaco no afecta a su venta a través de máquinas de expendedoras ubicadas en bares y restaurantes, las ventas de los operadores



FOTO: SXCHU, GUNDOLE

Bienvenidos al mundo Fresh Thinking.



Funcionalidad y eficacia. Cualquiera que sea vuestra solicitud, Bianchi Vending esta lista para atenderla. Todas nuestras máquinas están pensadas para dar un servicio esmerado, apto para todas las ocasiones y en cualquier estación del año. Así, máquinas como la LEI 700 están preparadas para cubrir el servicio de bebidas calientes y bebidas frías. Cada exigencia tiene una solución. Cualquiera que sea vuestra solicitud, Bianchi Vending esta lista para atenderla.



Bianchi Vending Ibérica - Tel: 0034.916.566.288 - 0034.93.224.3970 - info.es@bianchivending.com - www.bianchivending.com

NUEVO Régilait TOPPING 2 Granulado



- Granulado en polvo para una solución perfecta
- Excelente relación calidad-precio
- 100% ingredientes lácteos, sin grasas vegetales
- De origen francés
- Sin azúcar añadido
- La misma densidad
- Sin cambios de configuración con otros productos de la gama Régilait



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

HOSTELVENDING.com a un paso de convertirse en líder mundial entre los medios especializados

Uno de los índices de referencia más conocidos en Internet para la medición de visitas de portales web, Alexa, sitúa a HOSTELVENDING.com como el segundo medio especializado de vending más importante del mundo, por número de visitas, sólo por detrás de vendingmarketwatch.com.

El dato es todavía más relevante si tenemos en cuenta que la página web de la revista HOSTEL VENDING es el único medio online especializado en la venta automática que puede denominarse propiamente "diario", puesto que sólo este portal publica los siete días de la semana noticias relacionadas con la industria.

Tratándose de una página web dirigida a profesionales y empresas, los datos resultan sorprendentes, por aguantar la comparativa con publicaciones generalistas. De

este modo, en el ranking global de tráfico de Alexa, HOSTELVENDING.com ocupa, actualmente, la posición 438.876, situándose, en poco más de un año desde su creación, a 120.000 posiciones de la americana vendingmarketwatch.com.

Siguiendo una evolución normal acorde con la gráfica que presenta HOSTELVENDING.com en Alexa, el único diario digital de vending podría situarse como líder mundial antes de concluir este año. Así se deduce del ritmo de crecimiento de la web, con un incremento del 30% en el número de visitas en el último mes, y más del 130% en el último trimestre.

A pesar de su perfil internacional, HOSTELVENDING.com es indiscutible número uno en España, ocupando la posición 12.745. Por poner ejemplos comparativos con los otros líderes internacionales, la

estadounidense vendingmarketwatch.com ocupa el puesto 60.538 en su propio país, mientras que Vendingtimes.com ocupa el puesto 72.444 en ese mismo mercado.

HOSTELVENDING.com supera otros medios especializados con un target mucho mayor de lectores, como la página especializada en hostelería hosteleriadigital.es, que en España se sitúa casi 20.000 páginas por debajo de nuestra publicación online, mientras que si hablamos de su posición mundial, hablaríamos de un margen cercano al millón de posiciones, al ocupar el puesto 1.363.458.

Por otro lado, si atendemos a la afinidad lingüística, HOSTELVENDING.com también prevalece en la comparativa. De este modo, sólo HOSTEL VENDING despierta el interés de mercados internacionales afines (a los que también corresponde con la cobertura informativa), ocupando una posición destacada en el mercado mexicano: 28.938. La única que se aproxima a este impacto internacional es Vendingtimes, que se sitúa en el puesto 162.571 en Canadá.

Alexa Internet es una empresa que consigue información sobre sitios web a partir de usuarios de todo el mundo que tienen instalada su barra de herramientas, lo que le permite generar estadísticas sobre la cantidad de visitas.

Un informe del panel contra el cáncer de los EEUU recomienda utilizar filtros de agua

El Panel contra el Cáncer (órgano asesor que informan al máximo mandatario norteamericano sobre el desarrollo y ejecución del Programa Nacional contra el Cáncer) ha recomendado utilizar filtros para tratar el agua de canalización pública con el fin de eliminar agentes cancerígenos.

En su informe oficial anual, que lleva el título "Reducir los riesgos de cáncer en el medio ambiente: qué podemos hacer ahora", y del que se hace eco el portal Foodbev.com, el panel afirma que filtrar el agua de grifo puede reducir la exposición a numerosas sustancias cancerígenas.

El informe contradice un gran número de opiniones a pie de calle e, incluso, de representantes políticos, que soportan la total salubridad

del agua de traída pública.

Aunque cada vez es más habitual la utilización de fuentes de agua en el mercado doméstico, el segmento está todavía muy restringido al vending cautivo, en oficinas, centros de trabajo y centros deportivos o de ocio. Los resultados de este estudio y la autoridad del órgano emisor pueden contribuir a concienciar aún más al consumidor sobre la conveniencia de implantar estos sistemas, no sólo en el trabajo, sino también en casa.

Como curiosidad, resaltar que uno los miembros de este panel no es otro que el mismísimo Lance Armstrong, aunque los otros dos componentes deben ser y son, por ley, personajes distinguidos de la comunidad científica.



luxury fine tea to captivate your senses
www.silkenty.com

Exclusively Distributed by
CAFÉS SILVESTRE, S.L.
C/ Caminás 23,46418 Fortaleny (Valencia) Spain.
Tel: +34 961 705 338, Email: info@cafesilvestre.com

El 48% de las empresas operadoras de vending repercutirá la subida del IVA

De acuerdo con un sondeo nacional realizado por HOSTEL-VENDING.com a operadores de máquinas expendedoras, el 48 por ciento de los encuestados ha asegurado que repercutirá la subida del IVA en los precios de sus productos.

A falta de menos de un mes para que entre en vigor la subida del IVA (el próximo 1 de julio), la postura de los pequeños y medianos empresarios que conforman el grueso del mercado español del vending es variable, según los casos.

La media de los participantes en la encuesta revela que una mayoría mínima de empresarios ha decidido congelar los precios, a tono con la tendencia general que se aprecia en el sector de la hostelería.

Las razones que se esgrimen suelen confluir en un temor común a perder la competitividad y la clientela, recalando las dificultades por la que atraviesan en estos momentos los operadores de máquinas automáticas. Cabe recordar, en este sentido, que durante el periodo de crisis económica, las ventas del sector han descendido entre un 15 y un 20 por ciento.

Por otra parte, es complicado aplicar una subida de dos puntos porcentuales a unos precios como los que maneja el vending, donde el redondeo de las cifras es necesario por la misma conveniencia del cliente (al que le atrae más una

cifra redonda) y del operador (los dispositivos de cambio de efectivo en las máquinas lo agradecen).

En el lado contrario, aquellos que sí han afirmado con decisión que elevarán el precio de los productos, mantienen que las empresas no son las responsables de la subida de la carga fiscal y, por lo tanto, actuarán acorde con la presión a la que se les va a someter.

No obstante, resulta necesario subrayar el hecho de que algunas de las posturas pueden ser volubles con el paso del tiempo y el cambio en los resultados comerciales individuales. Dicho de otro modo, se ha detectado un cierto recelo a que, más tarde o más temprano, la balanza caerá del lado de aquellos que no van a asumir la nueva carga fiscal.

APURANDO LOS PLAZOS

Otro fenómeno que guarda relación directa con la inminente subida del IVA es que algunas empresas están adelantando los pedidos de stock, antes de que les "pille el toro".

De hecho, el Consejo General de Gestores Administrativos de España ya aconsejó a finales del pasado año adelantar las compras "cuanto antes", dentro de un decálogo de consejos para esta nueva realidad fiscal que llega.



Expende bollería en los colegios e institutos murcianos será una falta administrativa "leve" a partir del próximo curso

Hoy ha salido publicado en el Boletín Oficial de Murcia el Decreto nº 97/2010, de 14 de mayo, por el que se establecen las características nutricionales de los menús y el fomento de hábitos alimentarios saludables en los centros docentes universitarios, que prohíbe la venta de alimentos y bebidas altos en azúcar, grasas e hidratos de carbono en colegios e institutos.

En concreto, los alimentos que no podrán venderse a través de máquinas expendedoras instaladas en estos centros son las golosinas, la bollería industrial, los aperitivos, snacks y similares, y las bebidas hiper-calóricas.

La medida afecta a todos los centros educativos no universitarios ubicados en la Comunidad Autónoma de Murcia y a la venta de alimentos y bebidas a través de máquinas expendedoras o en establecimientos como cantinas, bares o locales similares situados en el interior de los centros docentes.

Precisamente, la cláusula que hace referencia a la venta en el interior de las escuelas e institutos es la que causa más controversia entre los operadores de vending, muchos de los cuales se han puesto en contacto con HOSTEL VENDING para mostrar su desacuerdo con esta discriminación en relación con otros puntos de venta, como estancos o kioscos emplazados justo a la salida de estos colegios.

De hecho, varios operadores de vending han mostrado su desconfianza sobre la eficacia de esta norma, como nos comenta uno de ellos: "Si el niño no puede comprar ese artículo de bollería de la máquina, sólo tendrá que salir un momento del recinto escolar durante la hora de recreo o antes o después de empezar las clases para hacerse con él en ese kiosco".

Las infracciones en que se incurrirán al incumplir con la obligación de sustituir los alimentos vetados por otros más saludables son catalogadas como leves y acarrearán sanción administrativa.

El decreto entrará en vigor dentro de

dos meses, a contar desde el día de hoy, fecha de su publicación en el boletín oficial de la Comunidad, por lo que comenzará a tener efectos a partir del próximo curso lectivo.

Los dos artículos en cuestión que afectan a los operadores de vending en la región murciana son los siguientes:

CAPÍTULO III

"Limitaciones a la venta de alimentos hipercalóricos y medidas de promoción de la salud nutricional

ARTÍCULO 6. DEFINICIONES.

A los efectos de este Decreto se establecen las siguientes definiciones:

1. MÁQUINA EXPENDEDORA:

Máquina de venta automática que no necesita intervención humana por parte del vendedor para funcionar, en la que periódicamente se repone el producto expedido y cuya disponibilidad abarca las 24 horas del día.

2. ALIMENTOS HIPER-CALÓRICOS:

Son alimentos con un alto contenido calórico proveniente de azúcares o grasas y con bajo valor nutricional. Dentro de estos, y por su especial relevancia:

A) GOLOSINAS:

Masas obtenidas por concentraciones o mezcla de azúcar en un porcentaje que oscila entre el 10 y el 80 por ciento sobre el producto final, a las que se les añaden o no otros ingredientes y/o aditivos autorizados, tales como caramelos, goma de mascar o chicles, confites, geles, dulces, regaliz, merengues, fondants y golosinas líquidas para congelar.

B) BOLLERÍA INDUSTRIAL:

Alimentos ricos en hidratos de carbono (entre el 49% y el 62%) y con alto contenido en grasas (entre el 16% y el 30%), pero pobre en proteínas (entre el 4% y el 8%), destacando su elevado aporte calóri-

co (entre 400 y 500 calorías por cada 100 gramos).

C) APERITIVOS, SNACKS Y SIMILARES.

Alimentos de forma variable de relativa baja densidad y pequeño peso por unidad, elaborados fundamentalmente a partir de almidón procedente de productos tales como patatas, maíz, arroz, trigo y otros vegetales, y otros ingredientes alimenticios, mediante la fritura con aceites o grasas comestibles, el secado o el horneado. También quedan incluidas las cortezas de cerdo y las pipas saladas.

D) BEBIDAS HIPER-CALÓRICAS:

Son bebidas con un alto contenido en azúcares sencillos, que aportan un alto valor calórico y un valor nutricional bajo, tales como bebidas refrescantes azucaradas y aromatizadas, zumos con azúcar añadido o batidos con alto contenido en azúcar añadido".

ARTÍCULO 7. PROHIBICIÓN DE VENTA.

"Queda prohibida la venta de alimentos definidos en el artículo 6 en los centros educativos no universitarios comprendidos en el ámbito de aplicación del presente Decreto, ya sea mediante máquinas expendedoras o en los establecimientos tales como cantinas, bares o locales similares situados en el interior de estos centros docentes.

Asimismo, se prohíbe la utilización de los alimentos enumerados en el artículo 6 y de productos preparados fuera de establecimientos autorizados según la normativa vigente, en celebraciones tales como cumpleaños, santos o fiestas organizadas en el centro".

El texto completo de la nueva normativa se puede solicitar a la Redacción de HOSTEL VENDING.

Las conferencias de la EVA en Madrid pusieron sus miras en el futuro del vending

La asociación europea del vending, EVA, celebró su conferencia anual el pasado viernes 11 de junio. Este año, la cita se celebró en Madrid y HOSTEL VENDING no perdió la oportunidad de asistir al evento y formar parte de él.

El programa de actividades de "Vending 2020: a glimpse into the future of vending" (Vending 2020, una mirada al futuro del vending) comenzó con una atractiva cena de bienvenida el jueves 10, que se realizó nada menos que en el mismo terreno de juego del estadio Santiago Bernabéu, hogar del Real Madrid C.F.

Al día siguiente, ya en el Hotel Miguel Ángel, dio comienzo el programa de conferencias con la ponencia "World and European Trends up to 2030" (Tendencias mundiales y europeas hasta el 2030). En ella, Domenico Rossetti (miembro del área de investigación de la Comisión europea) expuso sus previsiones sobre temas como la globalización, el cambio demográfico, el devenir económico, el cambio climático o la inversión en I+D.

A renglón seguido, Siddika Jaffer – consultora de mercados de consumo EMEA, en Datamonitor – expuso los cambios en los modelos de comportamiento del consumidor y la evolución de sus parámetros de compra. Seguidamente, se realizó una presentación del marco legislativo común en términos de seguridad alimentaria. A ello le siguió otra ponencia sobre los cambios medioambientales que afectan a la industria de la venta automática.

La última conferencia de la mañana, antes del almuerzo, corrió a cargo del vicepresidente de Hypercom, Markus Hoevekamp, quien compartió sus previsiones de futuro para el sector de los medios de pago en el vending.

Por la tarde, Carlo Doglioni – vicepresidente y director general de Rheavendors – retomó la actividad con una conferencia sobre cómo preparar los productos para las exigencias medioambientales.

Seguidamente, se trataron temas como la adaptación del sector a los cambios o la irrupción de los snacks saludables, en

lo que fue un análisis crítico de esta nueva tendencia.

Para finalizar, el presidente de Association Vending Services, Brian Tustain, hizo una revisión de todo lo hablado durante las

conferencias y trazó el perfil del perfecto operador de vending en el 2020. En último término, el presidente de la EVA, Arnaud van Amerongen, pronunció las palabras de despedida hasta la próxima edición.



EMPRESA: GMVENDING

GLOBAL TOP PINK

Global Top Pink es una máquina vending pensada para la venta de recargas para teléfonos móviles prepago en cualquier punto de venta, tales como quioscos, tiendas de chucherías, locutorios, tiendas de alimentación, vídeo clubs y muchos otros emplazamientos.

La máquina, fabricada por la empresa navarra GM Vending, dispone de 8 selecciones de producto para elegir entre los principales operadores móviles nacionales reales y virtuales: Movistar, Vodafone, Orange, Yoigo, Mas Movil, Lebara, Digi-

movil, Llamaya, etc. Asimismo, el dispositivo ofrece la posibilidad de recargas de operadores móviles internacionales en prepago, dirigidas a satisfacer la demanda de turistas extranjeros; así como tarjetas para realizar llamadas internacionales de larga distancia a través de código pin, impreso en ticket, como las de Orbitel u Orange Internacional. Algunas de las ventajas de este mode-



lo de expendedora son, por ejemplo, que no ocupa línea telefónica en el establecimiento (la comunicación de datos

se hace por GPRS o ADSL); en este sentido, el operador se beneficia de su sistema de monitorización remota.

EMPRESA: ERMEC

PULSADOR AV DE METAL CON ANILLO LUMINOSO

Ermecc distribuye una nueva serie de pulsadores AV que integra un anillo de LED iluminado, disponible en seis colores.

Fáciles de instalar, estos pulsadores fabricados por APEM han sido diseñados para ofrecer una larga duración, alta resistencia al impacto y un diseño atractivo; son, por tanto, componentes indicados para su instalación en máquinas expendedoras.

Algunas de sus características son su construcción anti-interferencias, la resistencia al fuego, marcajes personalizados, sellado de panel y actuadores de acero inoxidable. El tamaño de los cuellos es de 16, 19 ó 22 mm. Los actuadores pueden ser redondos, de cabeza plana o setas. Las homologaciones son de hasta 5 amperios y se pueden especificar en algunos modelos UL y CSA.

Por otra parte, la elección de 3 grados de acero inoxidable para el cuello y botón proporciona una mayor flexibilidad de precios para adaptarse a las necesidades del cliente.



EMPRESA: MARCILLA

CAJA DISPENSADORA CON 50 MONODOSIS

Marcilla Coffee Systems presenta un nuevo dispensador para OCS que se aprovecha del carácter eminentemente práctico de sus cápsulas individuales, especialmente creadas para la cafetera Senseo de Philips.

Se trata de una solución pensada para pequeñas oficinas o salas de reuniones, que ofrece las ventajas propias de la monodosis: envasadas individualmente, garantía de higiene, comodidad, practi-



cidad y gran calidad y conservación del producto en cuanto al aroma y al sabor.

La caja dispensadora cuenta con 50 dosis individuales, en dos variedades de café, ya presentes en la gama de cápsulas Marcilla Senseo: Natural y Mezcla.

Marcilla Coffee Systems es una división de la multinacional Sara Lee que desarrolla y comercializa productos y sistemas de café, té y edulcorantes para el mercado profesional. Sus principales marcas son Marcilla, Hornimans y Natreen.

EMPRESA: N&W GLOBAL VENDING

SOLISTA

Solista es un modelo totalmente nuevo que completa la oferta de la empresa en su gama Table Top para pequeñas localizaciones. Se trata además de la primera máquina de sobremesa equipada con grupo de café Z4000 y tecnología Freemix para solubles, hasta ahora sólo presente en sus modelos de pie. El nuevo modelo destaca también por su diseño. El panel frontal cromado en el área de selección es uno de sus puntos fuertes, con 10 teclas de selección directa, display de 128x64

pixeles, iluminación a través de LEDs, con la posibilidad de personalización y de iluminar el espacio de erogación.

En cuanto a su electrónica, este nuevo distribuidor automático de café permite su conexión master/slave al modelo de expendedora S&F. Por otro lado, la plataforma funciona a 16 bit con 4MB de memoria flash y permite la programación del equipo a preferencia del usuario, como por ejemplo la dosificación, mezcla y velocidad del dispensador.



En cuanto a su mantenimiento, se ha incluido un código de colores para facilitar las intervenciones simples. También se ha mejorado la capacidad del recipiente de paletinas y se ha simplificado la extracción de la boquilla de azúcar, para una limpieza más fácil.

EMPRESA: ZUMMO

EXPENDEDORA ZV25

Esta máquina dispensadora de zumo freestanding destaca por sus reducidas dimensiones: 183 x 70 x 68 cm.

Es un modelo, por tanto, que se adapta a localizaciones diversas, desde grandes superficies o establecimientos, a pequeñas y medianas empresas que quieran ofrecer a sus clientes y empleados el servicio de un zumo recién exprimido y refrigerado.

Representantes de la marca informan que "en atención a las demandas y sugerencias recibidas entorno al actual modelo Z10, hemos introducido en este nuevo modelo varias mejoras técnicas y beneficios sociales".

Entre estas nuevas características hay que destacar la zona de monedero y billettero con puerta independiente de



la zona de programación, el equipo de frío extraíble, la ventana con bloqueo automático tras la extracción del vaso, o los topes traseros para la correcta ventilación del equipo de frío.

Entre los "beneficios sociales" a los que la marca se refiere, su nueva máquina de venta automática es accesible para personas discapacitadas, respeta la capa de ozono al emitir un gas refrigerante adecuado y, obviamente, fomenta el consumo de productos saludables.

EMPRESA: ABBEYCHART

TERMOSTATOS ELECTRÓNICOS

La empresa británica Abbeychart se encarga de la distribución en Europa de una nueva serie de termostatos fabricados por Tianpeng.

Gracias a la aplicación de estos componentes, se consigue evitar los problemas de sobrecalentamiento en máquinas

expendedoras, dispensadores de café y fuentes de agua, entre otras aplicaciones.

El fabricante, que cuenta con el certificado de calidad ISO9001: 2000, suministra más de 70 millones de unidades a diversas empresas líderes en tecnología, como LC, Midea y Samsung. Según ha comunicado Abbeychart, la empresa ya ha recibido pedidos de más de 1.000

unidades para el mercado del Reino Unido y Europa.

El uso de termostatos electrónicos está especialmente indicado para las máquinas con equipo de frío y, en general, para aquellas que entran en la esfera del vending público, más ahora que entramos en la temporada estival.



EMPRESA: SAECO

CORALLO Y ALISEO, LANZAMIENTOS PARA 6 Y 8 ESPIRALES

Saeco aprovechó la feria de Milán para presentar su nueva generación de máquinas vending snack & food Corallo y Aliseo.

Se trata de máquinas con capacidad para 6 y 8 espirales respectivamente, y que pueden albergar hasta 7 bandejas extraíbles.

Su característica principal es que puede dispensar productos a una temperatura entre 2°C y 4°C en las tres bandejas inferiores gracias al sistema Saeco Flexi

Temp, que ofrece una gran variedad de configuraciones y permite dispensar todo tipo de productos como sandwiches, productos frescos, snacks y bebidas frías de lata o botella.

Con una línea elegante y cuidada, con acabados en negro y aluminio, la Corallo y la Aliseo pueden combinarse perfectamente con otras máquinas vending, ofreciendo de este modo una solución integral a las necesidades de vending de todo tipo de emplazamientos.

A este respecto, la compañía recordó que, dentro de la gama Saeco, la Corallo se combina perfectamente con la máquina freestanding hot Cristalino 600, mientras que la Aliseo se puede combinar con la Atlante.



EMPRESA: CEIA

DISPOSITIVOS DE LIMPIEZA

Los productos que comercializa la empresa italiana CEIA son dispositivos de transducción a 39KHz que utilizan la vibración ultrasónica para limpiar objetos de metal (tales como las piezas industriales) a fondo y en cuestión de minutos.

Grasas residuales, productos abrasivos de pulimentación, aceites, polvos, cementos, residuos orgánicos (tan frecuentes

en las máquinas dispensadoras de bebidas calientes) se eliminan de forma sencilla a través de la cavitación ultrasónica del líquido de lavado. Las lavadoras de ultrasonidos CEIA están dotadas de generadores en estado sólido, grupos de transducción piezoeléctricos de alto rendimiento y sistemas de control de microprocesador.

EMPRESA: MICROVENDING

MINIVENDING DE PRESERVATIVOS

La empresa Microvending, afincada en Córdoba, lanza la primera máquina expendedora de preservativos del mercado que integra un sistema de selección de botones. La sencillez y comodidad de este sistema la hace más fácil de usar para el cliente.

En este sentido, el monedero también facilita el cambio de efectivo (tanto en el número de monedas como en su valor) e incorpora un botón de recuperación. Gracias a su uso más intuitivo, responsables de la empresa aseguran que "las ven-

tas pueden llegar a incrementarse hasta un 50% más con respecto a la rentabilidad que ofrecen los modelos habituales".

De hecho, la máquina presenta unas dimensiones y capacidad optimizadas para su área de explotación, que principalmente se adscribe a los bares y negocios hosteleros, aunque también pueda ser solicitado en otros emplazamientos.

La máquina se comercializa en dos versiones de 2 y 3 canales de selección, que reciben el nombre de Duplo y Triplex, respectivamente.

Por otro lado, la compañía cordobesa también ofrece la posibilidad de personalizar el diseño exterior del vinilo y de poder operar con una llave maestra.

Durante el mes de junio, según ha confirmado la empresa, los operadores de minivending que se decidan a adquirir este producto se beneficiarán de una promoción que acompaña el lanzamiento de la máquina.





EMPRESA: ARGAL

ENSALADAS FRESCAS PARA EL CONSUMO FUERA DEL HOGAR

Argal presenta dos gamas para la alimentación fuera del hogar: las Ensaladas Frescas con más ingredientes y menos sal y las Mediterráneas con aceite de oliva y sin salsa mayonesa. Además, lanza dos variedades que amplían tanto su gama de Ensaladas Frescas con la ensalada de Patata con Jamón, como la gama Mediterráneas con la Ensalada de Pasta al dente Italiana.

La composición de las ensaladas de Argal está aprobada por la Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimen-

tación (SEDCA), por contener aceite de oliva y no utilizar ni colorantes ni conservantes. A pesar de no utilizar conservantes, la empresa destaca la larga vida del producto, lo cual se consigue gracias a la tecnología que emplea en su elaboración. A través de un proceso propio, se consigue una estabilidad organoléptica; es decir, los ingredientes conservan su sabor y textura, logrando un producto sin acidez y que mantiene la seguridad alimentaria durante toda su duración

snacks
productos / hostelvending

EMPRESA: M&M'S

CON EL MUNDIAL DE FÚTBOL, LLEGA A ESPAÑA EL "BOLAHUETE"

La conocida marca de chocolates M&M'S ha creado una edición especialmente pensada para animar a los colores de la selección española.

Bajo el nombre de "Bolahuete", la marca ha lanzado una edición limitada de 200.000 unidades de un producto que fusiona un



balón y un cacahuete.

La promoción es válida hasta el fin de existencias.

M&M'S es una de las marcas estandarte del grupo Wrigley Jr Company, especialista en productos de confitería como chicles, caramelos duros y blandos y chocolates.

EMPRESA: FONTANEDA

SNACK: LÁMINAS DE GALLETA RELLENAS DE FRUTA

La marca de galletas Fontaneda lanza su primer snack al mercado, Fruit & Fit, que viene a cubrir las necesidades de los consumidores fuera del hogar y en la alimentación "entre horas".

Lo hace, además, de una forma saludable, ya que este nuevo snack contiene solamente 0,5 gramos de grasas saturadas

y aporta 49 kilocalorías por cada galleta, según la información nutricional señalada por la marca.

Se trata, por tanto, de una opción que se ajustaría a los parámetros que exigirá la próxima Ley de Seguridad Alimentaria para su venta a través de máquinas expendedoras.



Esta novedad en snacks saludables es una nueva alternativa a las barras de cereales – un segmento en expansión –, ya que Fruit & Fit son láminas de galleta tostada muy finas, rellenas de fruta (frutos rojos ó manzana y canela) y con una ligera capa de azúcar por encima, que le aporta un toque dulce.