

magazine **hostel vending**

Año X

noviembre - diciembre 2010 | nº 56 | revista gratuita

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

NESCAFÉ®



En cualquier lugar, en cualquier momento

Coffeemar

 **250**

Máxima calidad en bebidas calientes



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

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

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

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


Jofemar
www.jofemar.com



hostelequip

15º SALÓN PROFESIONAL DEL EQUIPAMIENTO, SERVICIOS ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS PARA HOSTELERÍA Y COLECTIVIDADES

Málaga 2011
6 - 9
marzo

su puerta
a punto

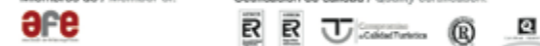
15º salón profesional del equipamiento, servicios, alimentación y bebidas para hostelería y colectividades

www.hostelequip.com

Colaboran / Collaborators:



Miembros de / Member of:



Transportista Oficial / Official Carrier:
renfe

Certificación de calidad / Quality certification:




Palacio de Ferias y Congresos de Málaga
Trade Fairs and Congress Center of Málaga


Ayuntamiento de Málaga

M A C C H I N E ■ PER CAFFÈ ESPRESSO

NATRIBOM



Professional

M A C C H I N E ■ PER CAFFÈ ESPRESSO

NATRIBOM



Mimi

Mimi



Professional



MADE
IN ITALY



Ideazione, design, test qualitativi e funzionali, produzione e assemblaggio ...

Tutto questo... MADE IN ITALY!

Il Made in Italy nel mondo è l'inconfondibile espressione che identifica il mondo italiano di intendere il design, lo stile, la qualità, è per questo motivo che Natribom fa del made in Italy una bandiera dei suoi prodotti ed il suo stile di vita!

Innovation, research, design, quality and functional testing, production and assembly ...

All this MADE IN ITALY!

Made in Italy is the unmistakable expression that identifies the Italian way of understanding design, style, quality, that's why Made in Italy symbolizes for Natribom the flag of its products and its way of life!

Il nostro obiettivo primario è la soddisfazione del Cliente, che siamo certi di raggiungere avendo prestato la massima cura alla progettazione dei prodotti ed alla loro realizzazione, ponendo fondamentale attenzione alle tematiche importanti quali la sicurezza e la rispondenza ai requisiti richiesti dalle vigenti normative.

I nostri stock a magazzino garantiscono gli eventuali ricambi con consegne immediate!

Our primary goal is the customer's satisfaction that we are certain to reach thanks to the fact that we dedicated the greatest care in products design and their implementation, by focusing on important issues such as security and compliance requirements required by current regulations.

Our warehouse stock ensures the supply of spare parts with immediate deliveries!

M A C C H I N E PER CAFFÈ ESPRESSO

NATRIBOM

Natribom S.r.l.

Via Europa 90, 21015 Lonate Pozzolo (Va)

Tel. 0331306666 Fax: 03311986823

www.natribom.com

[e-mail commerciale@natribom.com](mailto:e-mail_commerciale@natribom.com)



ARMANDO TESTA



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



Las máquinas de café, protagonistas del stand de N&W en París

emix para solubles.

Al mismo tiempo, se presentaron novedades sorprendentes como la Concerto y la Melodía (que sustituyen a las Kikko RY y Shakky RY respectivamente), además de la presentación del prototipo de la Canto Touch Screen, la primera máquina interactiva de la marca, que se comenzará a fabricar a finales de 2011, según confirmaron fuentes de la empresa.

Otro año más, la firma N&W no podía faltar a la cita de Vending Paris, en el recinto ferial Porte de Versailles. Desde su stand en el pabellón 4, el fabricante de distribuidores automáticos y máquinas expendedoras super-automáticas exhibió su gama de productos elegantes, versátiles y fiables.

El espacio acondicionado por la firma italiana fue el punto de encuentro entre los principales actores del vending, tanto franceses como visitantes extranjeros, que han tenido un especial interés en la máquina Solista. Como recordaremos, es un modelo de máquina de sobremesa de grandes prestaciones, pero concentradas en un espacio muy reducido. Se trata además de la primera máquina de sobremesa de la marca equipada con grupo de café Z4000 y tecnología Fre-

También ha llamado la atención el modelo Podsy, con un nuevo diseño que sigue los parámetros de la gama de SGL (marca filial de N&W); esta máquina de café se adaptará al formato cápsula, con el objetivo de incorporarse al mercado del hogar. Capsy y Rotary fueron otros de los modelos presentes. Igualmente, se dedicó especial atención a los modelos de la gama Horeca: modelos versátiles y flexibles para restaurantes, bares y hoteles.

Por otra parte, y pasando a las expendedoras freestanding, los asistentes a la feria también pudieron admirar los modelos de última generación Canto, Samba y Diesis, además de Rock y Canto P, dos máquinas estudiadas específicamente para emplazamientos públicos.



Las máquinas de tabaco piden trabajar con billetes

Azkoyen continúa adaptándose a las demandas del mercado, y sobre todo, adelantándose para ofrecer soluciones innovadoras. Como describe la responsable de marketing, Myriam Erro: "Azkoyen tiene el objetivo de que todas sus máquinas de tabaco ofrezcan un mayor valor añadido para la compañía tabaquera, para el explotador de máquinas, para el establecimiento y finalmente para el usuario final".

El mercado está evolucionando constantemente y las necesidades van cambiando consecuentemente. En los últimos años el precio del paquete de cigarrillos ha ido aumentando vertiginosamente, haciendo cada vez más necesaria la utilización de lectores de billetes en las máquinas. Según estimaciones de Azkoyen, el parque actual de este tipo de máquinas se estima en unas 200.000 unidades en España; siendo el mayor número

de ellas de esta marca. Una parte importante de este parque son máquinas que se compraron hace años y que no llevaban lector de billetes incorporado. Con el fin de que operadores y hosteleros puedan añadir esta prestación sin tener que comprar una nueva máquina, y realizar un desembolso importante, el fabricante ha creado un kit lector de billetes que puede ser colocado de manera muy sencilla en el lateral o parte superior de la máquina, económico, seguro y altamente fiable frente a fraudes. Además, las máquinas de Azkoyen suelen ir dotadas de hoppers de gran capacidad que garantizan el cambio en monedas cuando se paga con billetes.

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

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

SPRESSOin
 Vendin SL

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

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

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

info@spressoin.com
 www.spressoin.com

El mejor café SPRESSO,
 el diseño más in,,

Triunfo del vending de fruta en Barcelona



La empresa Arisfresc, con más de 20 años, opera con este nombre desde hace a penas un año. El vending es el principal canal de distribución de esta firma; que dedica sus esfuerzos al envasado de fruta fresca tanto cortada como pelada.

"Hacemos fruta de cuarta gama para operadores de máquinas expendedoras principalmente en Barcelona; aunque también estamos presentes en Madrid", explica su gerente Leonor Balcells.

Arisfresc ofrece para el mercado varios productos; sin embargo, su fruta estrella es la manzana. "La utilizamos de base para nuestras bolsas de mix", resalta Balcells. Además, se trata de la única fruta entera, que se envasa incluso pelada, en bolsas entre 90 y

100 gramos.

Por otro lado, la bolsa de mix se elabora con manzana y dos frutas más de temporada. Generalmente, "el cliente nos deja elegir las frutas con las que elaboramos estas bolsas; supongo que la calidad que les ofrecemos es lo que prima para ellos", comenta. Incluso, los operadores que han trabajado con otros distribuidores de frutas, al final "nos acaban eligiendo a nosotros; la clave del éxito está en el cuidado en la elaboración y la selección

de la mejor fruta".

El formato con el que se sirve para el vending, está especialmente adaptado para poder dispensarse en cualquier máquina expendedora. El producto se debe conservar en una temperatura de entre 1°C y 4°C; y se conserva entre 10 y 14 días según la fruta con la que se haya elaborada. Por ejemplo, "la manzana sola tiene una durabilidad de 14 días; los demás suelen conservarse entre 10 y 12", destaca Balcells.

LEY DE SEGURIDAD ALIMENTARIA

La propuesta de ley para potenciar el consumo de comida sana entre los escolares ha provocado un aumento de la producción de esta empresa. La ordenanza elaborada por la Ministra de Sanidad, Trinidad Jimenez, ha hecho que "en septiembre se haya registrado una mayor demanda de nuestra oferta; incluso, en algunos casos nos han duplicado los pedidos iniciales", arguye Balcells.

Ya se pueden encontrar las bolsas de fruta de Arisfresc en algunos colegios e institutos catalanes. En Madrid, se pueden encontrar en máquinas de vending de los organismos oficiales. Sin duda, un producto fresco para una alimentación más saludable.



DISEÑO,
INVESTIGACIÓN,
DESARROLLO e
INDUSTRIALIZACIÓN de
motorreductores
para máquinas de
vending y recreativas

www.clr.es

COMPAÑÍA LEVANTINA
DE REDUCTORES, S.L.
Avda. Joaquín Vilanova, 30
Apartado 368
03440 IBI (Alicante) España
Tel.: +34 965 553 607
Fax.: +34 965 553 653
E-mail: info@clr.es



www.nicola-crestenzi.com

Canto: virtuosismo tecnológico

CON CLASSIC, PLUS Y TOP CADA SELECCIÓN ES UN ÉXITO
Canto se está afirmando como la referencia del mercado para los próximos años, gracias a una erogación rápida y de una calidad excelente, obtenida por medio del nuevo grupo de café Z4000 y a la exclusiva tecnología Freemix para bebidas solubles.
Tecnología de vanguardia para un resultado perfecto.



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



ES UNA MARCA DE
N&W

Mensaje de móvil: los monederos ahora protegen las máquinas expendedoras

La firma de medios de pago NRI ha desarrollado el sistema "airport system", a través del cual su monedero currenza c² envía un mensaje de texto al teléfono móvil del operador.

De este modo, el empresario puede estar alerta de las incidencias de su parque de máquinas y, además, controlar y gestionar la contabilidad de su negocio a distancia.

La empresa ha anunciado que esta nueva promoción se ofrece de forma gratuita en sus nuevas unidades currenza c²; a excepción, sin embargo, de que se usen tarjetas SIM pre-pago. El otro elemento diferenciador de esta propuesta, con respecto a otras alternativas de telemetría del mercado, es que el módulo está integrado en el mismo sistema de pago, sin necesidad de conectar dispositivos o un servidor externo.

Por otro lado, el operador que desee recibir una información todavía más completa sobre el rendimiento de sus máquinas expendedoras, en formato estándar EVA-DTS, puede utilizar el módulo currenza air-box GSM de la marca.

La utilidad de las alarmas queda fuera de toda duda. Cada vez que la puerta de la máquina se abra, que el grupo de frío falle, o que el monedero tenga falta de cambio o esté lleno, el operador conocerá esta even-



tualidad allá donde esté.

Por último, la empresa completa la oferta con la opción de incluir una batería adicional para el monedero, pensada para los casos en que la máquina se queda sin fuente de alimentación. Este tipo de incidentes, según

cálculos estimativos de NRI, puede causar pérdidas de entre 100 y 200 euros diarios; al evitarlos no sólo se mejora el rendimiento técnico de la máquina, sino que se ofrece un servicio más completo al cliente.

Desde 1994 fabricando motorreductores para el vending



La Compañía Levantina de Reductores (CLR) nació en 1994 y desde sus comienzos ha trabajado con dos de los principales fabricantes españoles de máquinas expendedoras: Azkoyen y Jofemar.

Esta firma se especializa en el diseño y fabricación de motorreductores; dispositivos que resultan fundamentales para el funcionamiento de los aparatos de vending. Además, también elabora productos para máquinas recreativas y de locomoción.

La dilatada experiencia de la empresa en motores adaptados para el vending, les ha llevado a elaborar una gama específica para este sector: "Antes adaptábamos los CLR estándar; pero hemos decidido sacar al mercado una gama para el sector", explica su gerente, Vicente Martín.

Aunque tienen perfilada ya una gama dirigida a las máquinas expendedoras, desde

esta empresa se aferran a la filosofía de adaptarse a las necesidades de los fabricantes.

"Nuestra mayor aportación al mercado es que tenemos ingeniería siempre adaptada a disposición del cliente", comenta.

Además, el gerente explica que no es necesario adaptar los motorreductores sólo para grandes producciones; ya que adecuan su trabajo a las demandas particulares del cliente.

EXPANSIÓN EUROPEA

CLR está negociando con empresas de otros países. Actualmente, la empresa cruza las fronteras españolas y dirige sus productos al mercado europeo. "Ahora mismo hemos comenzado nuestra expansión por Holanda", explica. Además, de hecho, "acabamos de visitar la feria de Vending Paris", concluye el empresario.



Saeco Corallo

La nueva generación con ADN ecológico

Corallo es la nueva generación de máquinas vending snack&food de 6 espirales con 6 o 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 Cristal 600.

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 Regordóño, 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



Marcilla se perfila como el mayor vendedor de café sostenible en España

Marcilla, marca líder en España en café molido, comercializará anualmente, más de 1.000 toneladas de café certificado por UTZ Certified convirtiéndose así en el mayor vendedor en España de café sostenible.

A través del acuerdo firmado con la organización sin ánimo de lucro UTZ Certified, Marcilla incorpora a sus diferentes productos café sostenible, ayudando de esta forma a la mejora de las condiciones de vida de los caficultores y al respeto del medio ambiente.

Durante 2010, la marca ha introducido café sostenible a la totalidad de su gama

de productos de gran consumo y cuenta desde 2008 con la gama de café 100% sostenible Good Origin, de su división de hostelería Marcilla Coffee Systems.

El acuerdo entre Marcilla y UTZ Certified se enmarca dentro del programa global que la multinacional Sara Lee, empresa fabricante y comercializadora de Marcilla, mantiene con UTZ Certified.

En este sentido, el grupo Sara Lee amplió durante 2009 su liderazgo como principal comprador mundial de café con este sello – superando las 26.500 toneladas – y tiene el objetivo de adquirir un 33% más a lo largo del 2010.

Según Mauro Schnaidman, presidente de Sara Lee Southern Europe, S.L. (División Sara Lee Coffee & Tea Retail España) propietaria de la marca Marcilla: "Mediante el acuerdo con UTZ Certified, Marcilla da continuidad a su compromiso de velar por las condiciones de trabajo y de vida de los caficultores y sus familias así como del medioambiente de los países productores".

La iniciativa no es flor de un día, ya que el directivo asegura que "nuestro objetivo es superar cada año el listón, incrementando la cantidad de café sostenible en nuestra producción".

Tienes un nuevo SMS de tu monedero

currenza  airport Monedero de cambio con sistema de alarma



€0,
Sin costes fijos,
el único coste
será los SMS
enviados

El sistema de alarma por mensaje SMS avisa de cualquier incidencia del monedero. De esta manera, se controla el estado del dispositivo y se asegura la rentabilidad de la expendedora. Resultado: clientes más contentos

- El sistema de alarma por SMS mejora la disponibilidad de la máquina.
- Mayor rentabilidad: software gratis; sin gastos mensuales.
- Fácil de instalar: el sistema está integrado en el monedero c².

Sistema de alarma SMS



Sensor de puerta abierta



Gestión de la contabilidad gratis



Batería extra opcional



www.c2-airport.com

Crane Payment Solutions • NRI Ibérica, S.A. Avda. Maresme, 44-46, 2 Planta, Oficina 25 • Parc Empresarial Granland Badalona Sud • 08918 Badalona (Barcelona) • Teléfono: +34 933 00 41 63 • Fax: +34 933 09 80 51
Web: www.c2-airport.com • contact@c2-airport.com



Velarte cuenta con el IVEX para su internacionalización

Este pasado miércoles, 13 de octubre, el proveedor de snacks saludables para vending Productos Velarte, S.L. recibió la visita del IVEX (Instituto Valenciano de la Exportación) a través de su directora general de Internacionalización y Consejera delegada, Mar Casanova, y de la directora de área de internacionalización, Cristina Villó.

En el transcurso de la visita, representantes de la empresa presentaron el proyecto corporativo para los próximos años, el cual tiene previsto unos retos futuros que pasan por dotar a la empresa de un mayor grado de productividad y eficiencia gracias a sus nuevas instalaciones, en Godelleta (Valencia). Además de potenciar la producción y de mejorar los recursos de logística y distribución, estas instalaciones permitirán crear nuevos puestos de trabajo.

Dentro del proyecto de crecimiento que maneja Velarte, la firma de aperitivos ha subrayado la importancia de la internacionalización, ya que pretenden consolidar los mercados actuales y abrir nuevos mercados con la ayuda de las instituciones. En especial del IVEX, institución que desarrolla una labor de asesoramiento y consultoría para las empresas de la Comunidad Valenciana que buscan promocionarse y crecer fuera de nuestro país.



Después de visitar las instalaciones de la fábrica, en las que se pudo ver cómo se aúna la tradición con las nuevas tecnologías y el compromiso que la firma proveedora tiene con la calidad y la higiene, Mar Casanova señaló a esta empresa como ejemplo de empresa valenciana que ha logrado internacionalizar un producto tan valenciano como son las rosquilletas y que ha conseguido un crecimiento continuado, llegando a ser una marca líder en su categoría.

Por su parte, Enrique Velarte, director de la empresa, agradeció la visita de las representantes del IVEX y el apoyo que ha recibido del mismo y del resto de instituciones valencianas.

Variedad en medios de pago, señal de identidad de Coges en París

La nómina de empresas que han paseado sus novedades por Vending Paris ha sido numerosa. Dentro del área en el que se concentraron las marcas de medios de pago, la italiana Coges presentó sus últimas aportaciones para el sector de la venta automática.

La predominancia de sistemas de nueva generación, conocidos como sistemas cashless o contactless (por la ausencia de dine-

ro en efectivo en la transacción), fue la nota más destacable de la propuesta de Coges.

Así pues, su sistema E.C.S. Platinum Legic adapta su tecnología para utilizar las tarjetas inteligentes de la empresa Legic en diferentes situaciones, muy guiadas al entorno de las oficinas, empresas o instituciones: para comprar en la máquina expendedora, para el control de los accesos y para el registro de visitas.

En esta misma línea, la empresa también ha desarrollado una evolución de su sistema de pago electrónico (E.C.S. Platinum Mifare), que opera con tarjetas Mifare.

En cuanto a los sistemas de control y gestión remota de la información contable de las expendedoras – parcela en la que Coges es pionera – se apreciaron las virtudes del



ya conocido Módulo Comunica. Con él, el operador puede transferir un amplio abanico de cifras útiles a una unidad central, tanto en modo EVA como DTS. Para recoger la información de las máquinas, Coges también ofrece la llave electrónica IrDataKey.

Por último, en el stand de la marca en Porte de Versailles se vieron, como no, sistemas tradicionales de pago por moneda. El dispositivo de cambio Aeterna, con sus cinco tubos, combina la experiencia de Coges con una gran facilidad de uso.

FAS acudió a París con su paquete de innovaciones tecnológicas

FAS no faltó a Vending Paris 2010. La participación de la empresa en esta feria tiene un significado importante, no sólo porque el mercado allende los Alpes ha experimentado un significativo crecimiento de las ventas de los productos FAS en el primer semestre de 2010, sino también por el constante aumento del consumo fuera del hogar en el territorio francés, tradicionalmente favorable al vending y a la alimentación en lugares públicos.

Entre otras propuestas, FAS International invita a evaluar la nueva Just Now, máquina para bocadillos y productos calientes con horno de microondas integrado o suplementario, y Perla illy, la máquina de sobremesa dotada del revolucionario sistema de café multicápsula, que nace de la colaboración entre FAS y la conocida empresa cafetera.

Además, un amplio espacio estará dedicado a las innovaciones tecnológicas desarrolladas para las expendedoras de la marca, y que venimos explicando en HOSTELVENDING.com: el display en los cajones para los productos y botones de selección; el Easy Keyboard, el teclado de selección retroiluminado que imita el funcionamiento de los cursores de los videojuegos; el sistema de telemetría y protocolo MDB, y muchos otros.

Durante los dos días de feria, FAS aprovechó para realizar demostraciones en vivo para explicar el funcionamiento de este paquete de novedades tecnológicas.

FAS se presentó al público parisino con un stand dividido en diferentes áreas, dedicadas a las novedades presentadas en el salón francés y a las diferentes propuestas especialmente estudiadas para satisfacer todas las necesidades del sector de la venta automática.

Siemprecafé revoluciona el café de máquina en Canarias

Nació hace nueve años como empresa distribuidora de café italiano en el canal Horeca. A día de hoy, Siemprecafé se ha posicionado en las Islas Canarias como uno de los líderes del sector.

La apuesta de la compañía el pasado año por el café en cápsulas supuso un salto en este segmento de mercado; con 1.500 clientes divididos en cafeterías, restaurantes, bares y hoteles, durante 2009. De hecho, la empresa vendió más de 5 millones de cápsulas de café, y alrededor de 18.000 kg. en grano.

“Empezamos en 2001 –explica Claudio Ratti, Director de la empresa– como distribuidor exclusivo para las Islas Canarias de Café Mauro, ofreciendo además asistencia técnica y un servicio completo al cliente”.

Gracias a su colaboración con la marca italiana Lavazza, la empresa amplió su oferta al canal vending tres años más tarde. “En 2005 –apunta Claudio Ratti– iniciamos también nuestra colaboración con Vendomat International, empresa especializada en la distribución en el sector vending en España, además empezamos a distribuir el producto Lavazza Espresso Point en el canal Horeca, lo que nos ha permitido revolucionar el sector con el formato monodosis”.

Su objetivo pasa por cubrir todas



las Islas Canarias ofreciendo un servicio óptimo. A finales de 2009, gracias a un proyecto de colaboración con Vendomat International y Lavazza, Siemprecafé abrió una nueva delegación en Gran Canaria. En la actualidad, opera en Tenerife, Gran Canaria, Las Palmas, Hierro y Gomera.

La empresa prevé facturar 2 millones de euros durante 2010, frente a los 1,3 millones de euros alcanzados en 2009. La empresa apuesta por la calidad a través de una plantilla de 23 personas dedicadas a la depuración del agua, a la puesta a punto de las máquinas, a la asistencia técnica y entrega del producto.

Además, su apuesta continúa por la innovación ha llevado a la compañía a distribuir recientemente máquinas granizadas con bebidas al Ginseng, sorbetto y yogurt.

“WCKIT” www.wckit.es

RENTABILIZA tu negocio

¡NOVEDAD!

Pack Higiene

100% Biodegradable

PACK DE UN SOLO USO, creado para que cuando tus clientes utilizan el baño de tu establecimiento, perciban que te preocupas por tus garantías de higiene y sanidad

Todos estos productos están realizados en **MATERIALES RECICLADOS Y BIODEGRADABLES**. Una vez utilizados puedes tirarlos al sanitario. El plástico de la bolsa se diluye al contactar con el agua sin atascar tuberías, ni dañar el medio ambiente

SE BUSCAN DISTRIBUIDORES

Distribuidor: FRANCISCO CEREZO - C/Historiador Cardús, 23 TERRASSA (Barcelona)
Tfno.: 607 83 73 55 • cerezodiver@yahoo.es



EL AÑO PASADO SAMSUNG INTRODUJO EN EL VENDING UN NUEVO CRITERIO: UNA MÁQUINA EXPENDEDORA QUE INCORPORA UN ORDENADOR Y UNA PANTALLA TÁCTIL DE 46 PULGADAS. EL CONCEPTO DE COMPRA EVOLUCIONA, Y HACE QUE EL USUARIO FINAL PUEDA INTERACTUAR CON LA UVENDING.

ELENA CABALLERO: Visual Display Product Manager, Samsung Electronics Iberia

“El comprador final debe saber que se abre una nueva era en el Vending”

¿Qué productos dispensa?

Eso depende de la máquina que se desarrolle para el proyecto ya que Samsung no comercializa la máquina en sí, sino el kit multimedia. Es válido para cualquier tipo de producto que se dispense en una máquina en la que se pueda integrar nuestra solución.

¿Cuál es el grado de aceptación de los usuarios?

Es un producto muy atractivo, ya que rompe con el concepto tradicional de máquina de vending y abre un mundo de posibilidades de comunicación e interacción con el usuario final.

¿Cuáles son las características principales de la máquina? ¿en qué se diferencia con respecto a otras del sector?

El kit se compone de una pantalla táctil de 46" con PC integrado, altavoces, bluetooth, sistema antivandálico y software de gestor de contenidos y gestor de stock. Todo esto ofrece una gran variedad de formas de comunicar e interactuar que hasta ahora no se aplican en el sector.

¿Se vende más en la uVending que en otras máquinas que dispensan el mismo producto?

La idea es llamar la atención del consumidor, no sólo para que compre más a través de promociones que se pueden comunicar de manera interactiva, sino también fidelizar al consumidor para con la marca.

La máquina permite la interactividad, ¿se utiliza mucho este servicio?

Es la principal característica de nuestra solución. Que el usuario tenga acceso a la información del producto, promociones cruzadas, descarga de contenidos vía Bluetooth. La interactividad es lo que da sentido a este producto.

¿Los spots son publicidad de los productos que se dispensan?

Eso depende de cada empresa. Hay empre-

sas que sólo quieren publicidad de su marca porque son dueños de la máquina. En otros casos se puede optar por vender ese espacio publicitario a terceros.

¿Se están utilizando para lanzar mensajes publicitarios de productos o de la localización donde se ubica la máquina?

Esto dependerá del cliente. Si quiere promocionar sus nuevas máquinas interactivas de alguna manera podrá hacerlo.

¿En qué lugares es más rentable su ubicación?

Se buscan lugares con un mayor tránsito de personas, como estaciones, aeropuertos, estadios, centros comerciales, etc.

¿Cuánto tiempo se tarda en amortizar este aparato?

Esto depende de cada cliente: del margen que obtengan por la venta del producto, la ubicación, el volumen de ventas y sus planes de amortización y de si venden espacio publicitario a terceros o no.

El producto final que compra el consumidor en uVending, ¿es más caro, que en otras máquinas de expendedoras?

No tiene por qué ser más caro. La solución uVending es una herramienta para mejorar la información y la comunicación, y su coste no debería ser soportado por el precio del producto en venta. Pero eso dependerá de cada empresa.

¿Por qué un operador de vending debe elegir esta máquina? ¿qué ventajas le otorgaría?

Más que el operador de vending, la clave está en despertar el interés de la cuenta final. Hacerles comprender que se abre una nueva era en este sistema de venta, que la tecnología puede ayudarles a satisfacer a sus consumidores, a mejorar la información y aumentar las ventas.



©2010_www.imagination.it

La uVending aún no se está explotando en España, pero es cuestión de tiempo, porque ya hay operadores que se están interesando en ella. Elena Caballero, Visual Display Product Manager de Samsung Electronics Iberia explica para HOSTELVENDING.com los rasgos más significativos de su kit tecnológico.

¿Para cuándo está previsto la implantación de la máquina uVending en España?

El kit uVending ya está disponible en España.

¿Habéis tenido ofertas de empresas españolas para comercializar esta tecnología?

Sí, hay empresas que han mostrado su interés sobre este tipo de soluciones.

Actualmente, ¿en qué lugares del mundo se comercializa con ella?

Asia y EE.UU son los mercados más avanzados en este tipo de proyectos.



FAS INTERNATIONAL S.L
C/ Beato Oriol, 1 - Planta 1a Oficina 3
Edificio Forum Montcada
08110 Montcada I Reixac - Barcelona - España
Tel. +34 93 5647856 - Fax +34 93 5754034
info@fas.it - www.fas.it



Estamos presentes en Vending Paris, Porte de Versailles - 27 - 29 octubre

Perla coffee machines

CALENDARIO LAVAZZA 2011 - CALENDARIO LAVAZZA 2011 - CALENDARIO LAVAZZA 2011 - CALENDARIO LAVAZZA 2011 - CALENDARIO LAVAZZA 2011

“LA BELLEZA DE ENAMORARSE EN ITALIA, EXPLICANDO DE FORMA IRÓNICA Y MUCHAS VECES SURREALISTA, DE FORMA APASIONADO O LIGERA, SEIS HISTORIAS DIFERENTES. SEIS MOMENTOS EN QUE SE ESTABLECE UNA RELACIÓN ÍNTIMA ENTRE ÉL, ELLA Y EL CAFÉ”, ASÍ REZA EL CALENDARIO PARA 2011 DE LA MARCA LAVAZZA.



Café y Amor a la “italiana”

El tradicional almanaque, que esta edición lleva el título “Falling in love in Italy”, fue presentado la semana pasada en Milán. Diversos artistas se han encargado de representar los valores italianos: Annie Leibovitz en 2009 y Miles Aldridge en 2010. Para el próximo año, el fotógrafo americano Mark Seliger; ha sido el encargado de inmortalizar el espíritu de la italianidad a través del amor. Este artista destaca por su estilo pictórico, capaz de transformar la realidad en arte; y eso precisamente refleja el nuevo calendario.

A través de su objetivo, Seliger desvela los secretos del imaginario clásico italiano en tanto que país centro del amor; donde la belleza, el arte, la naturaleza y la historia influyen y sugestionan dicho imaginario para llevarlo, casi de forma natural, a un sentimiento amoroso.

Un paisaje de la Toscana, el agua alta de Venecia, el balcón de Romeo y Julieta, los



farallones de Capri, un jardín encantado en Florencia, pero también la ropa colgada al sol de Nápoles, se convierten en el fondo ideal que aporta ritmo y armonía a la historia que Seliger nos quiere contar; donde los guiños “pintorescos” se funden con el que es ya un rasgo típico del fotógrafo americano: el talento para captar; en todos sus retratos, el ambiente y, en este caso, la sensualidad que transpira cada situación.

“Ser un buen fotógrafo significa también ser capaz de ponerse a prueba, de forma que cualquier situación resulte creíble, que muestre una conexión entre las personas”, explica Mark Seliger. “Se trata de crear una historia y de contarla: la necesidad de hacerla creíble. Lo que me ha enamorado de Italia es la mezcla que hay en las personas; se respira una calidad en el estilo de vida que hace de Italia un país único”.



Calendario Lavazza 2011



PROTAGONISTA: OLIVIA WILDE

Entre los modelos que aparecen en el Calendario 2011 cabe destacar una pareja de excepción: la actriz americana Olivia Wilde y su marido, el director Tao Ruspoli, protagonistas de la imagen de Capri. “¿Cómo puede alguien no enamorarse de Italia? No he conocido a nadie que haya estado en Italia y no se haya enamorado de ella”, comenta la actriz americana, “sea por la arquitectura, por la gente o aunque sólo sea por el aspecto gastronómico, es imposible resistirse a este país”, explicó.

Olivia se ha sentido especialmente cómoda posando con una taza de café

humeante en la mano porque, como ella misma dice: “otra de las razones por las que me encanta Italia es por su cultura del café...A mí me gusta el buen café, y el hecho de haberme casado con un italiano me ha hecho aún más exigente.

En el set de House pedí una pequeña máquina de café espresso. Al principio me tomaban el pelo, pero yo me decía “¡seguro que me lo agradecerán!” y, ahora, todos, cada mañana, empezamos la jornada con mi café espresso”.

Además de esta conocida pareja, han sido varios los modelos que dan vida al resto de imágenes, entre ellos destaca Bill Gentle, un irónico Cupido al que se le ha dedicado

la portada y la última imagen, que cierra la historia narrada por Seliger.

Lavazza siempre refleja los valores a la “italiana” en sus calendarios, en anteriores ediciones fueron el arte y la música. En esta ocasión, para el 2011, la empresa se propuso mostrar; a través de la fotografía, el Amor: “Italia es el país del amor. Más aún, el país en el que uno se enamora.

Quizá flote algo en el aire que encienda la pasión. O quizá sea la belleza de los paisajes y de la arquitectura la que inspira de forma natural el más noble de los sentimientos”, tal y como explica la marca al comienzo de su almanaque.



Un estreno “rico en vitaminas” para Hostelco

La distribución automática de zumos naturales en España contará en breve con un nuevo modelo de expendedora, que la empresa valenciana Zummo tiene previsto presentar en la próxima edición de Hostelco 2010, en Barcelona.

Se trata, según han adelantado desde la propia compañía, de un modelo de máquina expendedora de tamaño reducido, destinado especialmente a las pequeñas y medianas empresas que quieran ofrecer un servicio de zumo natural refrigerado a sus empleados. No obstante, también se prevé que el ZV25 (así se ha bautizado la nueva máquina) se instale en grandes superficies.

La puesta de largo internacional de este

modelo ya se realizó en la última edición de la feria Venditalia, donde los corresponsales de HOSTELVENDING.com ya pudieron comprobar de primera mano las novedades que incorpora, con respecto al modelo antecesor. 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.

Pese a estar presente ya en la citada feria italiana, el desembarco oficial en el mercado nacional se realizará en Hostelco, entre los días 5 y 9 de noviembre.

Tupinamba, nuevo distribuidor de Regilait en España y Portugal

La feria de Hostelco servirá, a las dos empresas, como escaparate de su nueva asociación, que se formalizó el pasado mes de septiembre. En concreto, presentarán la

gama dirigida a máquinas expendedoras. Por tanto, los interesados podrán acudir al stand de Tupinamba para ampliar información. Este año, el stand tendrá una sola entrada para facilitar el contacto directo entre los responsables de la marca y los asistentes. “Nuestra base de negocio se encuentra en el café de la hostelería y el vending”, explica su responsable, Eugenio Martínez. Además, Tupinamba dispone de su propia gama de leche y cacao. Y ahora, amplían su gama de lácteos convirtiéndose en distribuidores ofi-

ciales de Regilait. “La tendencia del mercado nos permite proporcionar un producto de leche de alta gama”, comenta. De hecho, la marca ya realizaba contactos directos tanto en España como en Portugal; “esto nos ha abierto el camino”, destaca.

A pesar de que aún no han movido el nuevo producto, Martínez detecta “mucho interés en el sector”. Esta medida hace que “apostemos por la calidad para mantener a los consumidores fieles y atraer a los nuevos”, concluye Martínez.



El robar se va a acabar

Indulocks ha recogido el órdago que le lanzaron algunas empresas en la pasada feria del recreativo FER-Interazar (del 22 al 24 de septiembre), en Madrid. Los operadores se acercaban al stand para solicitarles algún dispositivo de seguridad para las máquinas de minivending. Dicho y hecho. Ahora, la empresa ha creado un nuevo producto para evitar los hurtos de estos aparatos. Se trata de una alarma que avisa a los dueños del establecimiento de que se está produciendo el robo.

“En el momento que la máquina se descuelgue o se intente manipular el cable del dispositivo empieza a sonar”, explica el responsable comercial de la empresa Pedro Torán.

La forma de vandalismo que más inquieta a los dueños de estas máquinas es el robo íntegro del aparato. “El ladrón arranca la máquina del establecimiento don-

de está ubicada la expendedora, con el consiguiente perjuicio no sólo de la pérdida del dinero, sino también la sustracción de la máquina”, comenta Torán. Además, existe el agravante de que algunos locales piden responsabilidades por los destrozos a los operadores de estas pequeñas expendedoras.

Estos problemas están ocasionando, en ciertas ocasiones, que los dueños de los establecimientos soliciten la retirada de estos productos; “perdiendo el operador el punto de venta”, destaca el responsable de Indulocks. El nuevo dispositivo es fácil de instalar y, aunque está previsto para uso interior, con una pequeña adaptación también puede estar disponible para el exterior. En definitiva, la propuesta de este fabricante facilita la explotación de las pequeñas expendedoras y supone un alivio para los operadores.

Flo invierte en logística y en vasos de plástico más ecológicos

La feria francesa del vending acogió entre sus más destacados participantes a la empresa fabricante y proveedora de vasos de plástico para máquinas expendedoras Flo, que llevó un buen número de novedades. Entre tanto, la firma italiana ha dado luz verde al desarrollo de un nuevo centro logístico en Fontanellato.

“A pesar de la crisis económica que ha afectado, y sigue afectando, a toda Europa” – comenta el director comercial Lorenzo Bassi – “en Flo hemos trazado un fuerte plan de inversión de cara al periodo 2010-2012. Este plan prevé desarrollos a nivel logístico y de productos.

En este sentido, la cúpula directiva está plenamente convencida de que la investigación y el desarrollo es el camino a seguir, más aún en estos momentos difíciles”.

ALMACÉN AUTOMÁTICO

Según ha confirmado la firma de Parma, durante el próximo año pondrán en marcha un almacén automático junto a su fábrica y sede principal. El centro nacerá con el afán de convertirse en un polo logístico de primera línea, para optimizar, por una parte, la trazabilidad

y la relación calidad-precio de los productos de la vasos plástico carton vending machines máquinas expendedoras café bebidas calientes marca, y por otra parte, para ofrecer la máxima eficacia en el servicio al cliente.

El almacén tendrá capacidad para 27.000 palés y se gestionará de forma totalmente automática, tanto para la carga como para la descarga. Además de esta característica, la empresa ha destacado la seguridad del recinto en cuanto a la prevención de incendios. En este sentido, se asegurará que la cantidad de oxígeno en todo el almacén sea de aproximadamente del 14%, rebajando de esta forma la presencia habitual del 21% de oxígeno en la intemperie.

NOVEDADES PARISINAS

“La tecnología de vanguardia y la cultura de producto son las piedras angulares sobre las que se asienta el futuro de nuestra empresa”, comenta Bassi.

“La búsqueda de nuevos materiales, el estudio de nuevas formas y el lanzamiento de nuevos colores son muestra de la actitud comercial de Flo, y sobre todo, de su política ambiental y social. Siguiendo esta filosofía, vamos a llevar a Vending Paris nuestro nuevo modelo EVO”.

En la fabricación de este nuevo vaso de plástico, la empresa ha minimizado la utilización de materias primas no renovables, a la vez que ha mejorado su capacidad para apilarse; de esta forma se ahorra en volumen, costes de transporte y, en consecuencia, se reducen las emisiones de CO2.

Por otro lado, la empresa también llevará a París la gama de vasos de cartón para máquinas de bebidas calientes, que fabrica la firma británica Benders Ltd. No en vano, ambas empresas alcanzaron recientemente un acuerdo comercial.



Respecto a su participación en la feria, Bassi declara: “El mercado francés es muy importante para nosotros. Estamos presentes desde hace 30 años en Francia, a través de nuestra delegación comercial, y desde el 2005 también con la fábrica de Flo Europe en la localidad de Ruitz”.

“En este sentido, la externalización de nuestro servicio juega también un papel importante en la reducción de emisiones de dióxido de carbono al medio ambiente”.





El packaging sostenible se reafirma en Hostelco 2010

Las tendencias de consumo reflejan que los consumidores actuales valoran cada vez más la calidad, el diseño y el respeto medioambiental del packaging. Por eso Huhtamaki, multinacional finlandesa de packaging de consumo, apuesta por el packaging sostenible y así lo presenta en Hostelco 2010, la gran feria de hostelería y vending que comienza el próximo 5 de noviembre en Barcelona.

Huhtamaki ha confirmado que llevará a la feria las nuevas ideas que ha desarrollado para el Vending y el Dispensing, con el afán de conciliar el respeto por el

medio ambiente y la producción de envases y desechables.

La gama BioWare es la principal apuesta de la firma para esta edición: vasos para bebidas frías y calientes de papel biodegradable; vasos NatureWorks biopolímero; platos Chinet de fibra moldeada; cubiertos Mater-Bi y vasos de vending de papel biodegradable. Todos los productos de esta gama son biodegradables y compostables y están certificados de acuerdo a la norma europea de packaging compostable EN13432, por lo que se presentan como la solución de packa-

ging más sostenible.

MÁS APORTACIONES

La firma escandinava también expondrá en Hostelco 2010 su gama de bandejas Eat-in-it, especialmente diseñadas para envasar comidas preparadas en el punto de venta, y con nuevos acabados en negro. La lista de novedades se completa con una nueva gama de ensaladeras de papel y los vasos para bebidas calientes "Coffee to go"; amén del resto de vasos y accesorios que completan la gama de este conocido proveedor.

Por otro lado, Huhtamaki asistirá a esta edición de Hostelco 2010 con la satisfacción adicional de cumplir 90 años desde su fundación, y Huhtamaki Spain (filial española de la multinacional finlandesa) su 25 aniversario en España.

SEFERGUER S.L.

hacemos del vending toda una experiencia

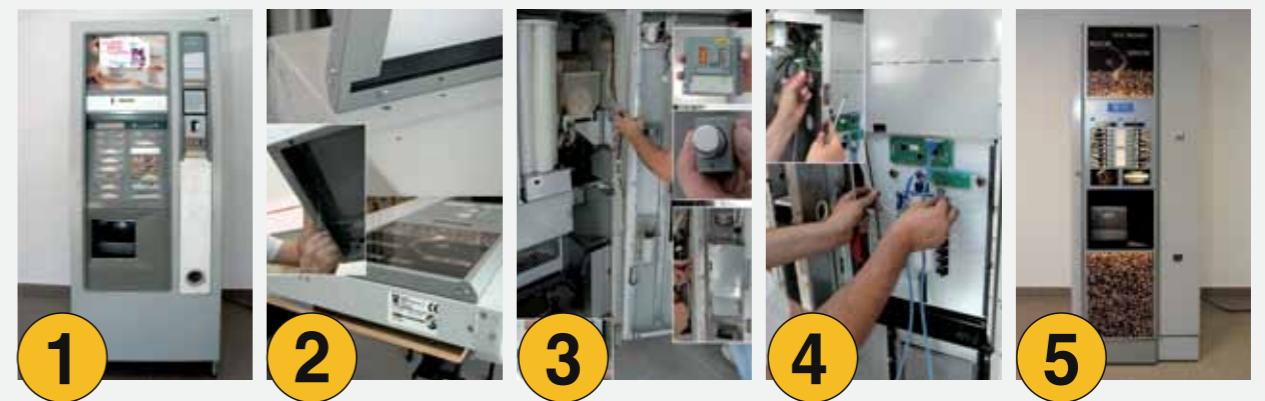
MÁS DE 22 AÑOS EN EL VENDING AVALAN NUESTRO TRABAJO. NOS DEDICAMOS A LA VENTA DE TODO TIPO DE MÁQUINAS EXPENDEDORAS NUEVAS Y DE OCASIÓN (SEGUNDA MANO) Y AL MONTAJE DE TIENDAS 24 HORAS BAJO LA MARCA "BOXES". PARA ELLO, SOMOS DISTRIBUIDORES OFICIALES DE LAS PRINCIPALES MARCAS DEL SECTOR: JOFEMAR, BIANCHI VENDING, HVEND, ZUMEX E INTERMEDIT. OFRECEMOS A NUESTROS CLIENTES ATENCIÓN PERSONALIZADA Y EL MEJOR ASESORAMIENTO, A CARGO DE SEBASTIÁN FERNÁNDEZ Y DE SU EQUIPO HUMANO Y TÉCNICO. TODOS VELARÁN POR LOS INTERESES DE NUESTROS CLIENTES.

NUEVO KIT

Ahora nos hemos asociado a la empresa húngara HVend. Gracias a ello, ampliamos nuestra oferta y proporcionamos un kit con el que el propio operador puede cambiar el aspecto de su máquina antigua, adaptándola a los nuevos tiempos. Por un precio asequible, ponemos a la moda su antigua expendedora; incluso en algunos modelos se puede

lograr ampliar el número de productos dispensados. Seferguer se convierte así en distribuidor oficial de este nuevo producto en el mercado nacional. El novedoso kit incluye LEDs con los que se puede iluminar el panel central. Además, permite ampliar el frontal de la expendedora (incorporando más información) y personalizarlo con varios colores.

En la reciente edición de Vending Paris, este sistema ha causado sensación. Cualquier máquina de café, independientemente de su tecnología, puede ser restaurada totalmente. Además, el kit se puede montar en poco más de una hora. El montaje es muy sencillo, ya que la nueva estructura va adosada a la antigua.



Gracias al kit de Seferguer, el operador podrá renovar su parque de máquinas rápidamente, a un precio asequible y con la atención personalizada que nos caracteriza.



Dirección: Avda. Central, Parcela 49, Nave 3, Polígono Industrial de Lorquí. CP 30564. Lorquí (Murcia) España.
Atención al cliente: 902 105 082 - seferguer@seferguer.com - www.seferguer.com

La seguridad alimentaria en las máquinas de vending

Uno de los problemas a tener en cuenta en la alteración de los productos en polvo (solubles) en las máquinas de vending puede estar provocado por la condensación, convirtiéndose en un problema al que hacer frente. Se trata de la principal fuente de averías y además, puede influir en la correcta conservación de los productos perecederos almacenados en ellas.

La misma máquina genera la condensación al producir vapor en su producción, creando la humedad que alterará los alimentos y el sistema eléctrico de la expendedora. Son fallos a veces insospechados, que conjuntamente con la ubicación de la máquina de vending, se han de tener en cuenta, ya que puede estar expuesta a cambios de temperatura y por consecuencia la generación de condensación o humedad.

Aparte del mantenimiento y cuidado constante del parque de máquinas, existen

soluciones específicas para tratar este tipo de situaciones. En España, la empresa Stego comercializa, como ya se hizo eco HOSTELVENDING.com, un sistema que permite activar una resistencia calefactora en cuanto la humedad relativa en el interior de la máquina sobrepase ciertos límites, secando de esta manera el aire del interior y evitando así la condensación. Una solución que los fabricantes pueden aplicar a sus máquinas, sin que ello revista ninguna inconveniencia a la hora de la instalación.

El asunto no es baladí. En más de una ocasión, el descuido de las condiciones higiénicas de las máquinas ha llevado a que el operador vea cómo las autoridades precintan la herramienta básica de su negocio. En México, por ejemplo, saltaba la noticia hace escasas semanas de que la Secretaría de Salud de Tabasco estaba reforzando las inspecciones sanitarias guiadas a la detección de infeccio-



nes en máquinas de vending. Como hemos mencionado, las dispensadoras de café realizan la mezcla con leche granulada y agua caliente. Dada la delicadeza de estos alimentos y la temperatura a la que se tratan, el Jefe de Productos y Servicios de la Secretaría de Salud, Víctor Torres, estimó oportuno reforzar las medidas preventivas.



IFEMA-FERIA DE MADRID, PABELLÓN I

RESTAURACIÓN MODERNA 2011

16 Y 17 DE FEBRERO 2011

EL SALÓN DE LA ALIMENTACIÓN URBANA, COLECTIVIDADES, CATERING Y VENDING

Como sus máquinas, haga negocios automáticamente

Todas las facilidades en la única feria española de 2011 que une vending y alimentación urbana:

- Más de 3.000 visitantes exclusivamente profesionales con poder de decisión de compra
- Un único presupuesto cerrado
- Mismo formato de stands para todos los expositores
- Espacio exclusivo para demostraciones y catas

2 únicos días para multiplicar su red de contactos comerciales

easyFairs®

OJALÁ TODAS LAS FERIAS FUERÁN TAN SENCILLAS!

RESERVE YA SU STAND
iberia@easyFairs.com
www.easyFairs.com/rn
91 559 10 37
Y CONSIGA UBICACIÓN PREFERENTE

CAFE Jake-Café
KONZENTRIERTER KAFFE - LIQUID COFFEE EXTRACT

Empresa fundada en 1956

ZUMOS Jake-Frut
KONZENTRATSÄFTE - JUICE CONCENTRATE

SMOOTHIES CONCENTRADO

Back in Box con su marca BIB in private label

stand hostelco pabellon 21 - 9004

VEA NUESTROS NUEVOS DISPENSADORES DE SANGRÍA
www.jake-frut.com

LEADING CONCENTRATED JUICES & CONCENTRATED LIQUID COFFEE FACTORY
WE PRODUCE PRIVATE LABEL AND TAYLOR MADE PRODUCTS FOR YOUR SOLUBLE COFFEE JUICE MACHINES AND WE MAY ALSO DELIVER TO YOU BOTH THE DISPENSING MACHINES AND THE PRODUCTS

FÁBRICA DE ZUMOS CONCENTRADOS Y CAFÉ LÍQUIDO CONCENTRADO CON MÁQUINAS DISPENSADORAS. FABRICAMOS CON SU MARCA

SÁNCHEZ LORBADA, S.L. VEREDA DE LA YEGUAS 13, 28500 ARGANDA DEL REY (MADRID)
TEL.: (+34) 918 714 182 FAX: (+34) 918 710 800 - WWW.JAKE-FRUT.COM

La única feria española del 2011 sobre Vending y alimentación moderna



easyFairs Restauración Moderna 2011, el Salón de la Alimentación urbana, Colectividades, Catering y Vending, que se celebrará los días 16 y 17 de febrero de 2011 en IFEMA, es el único Salón de estas características que se celebra en Madrid, ciudad que concentra el 25% de las principales cadenas de restauración moderna, que suponen el 80% de la facturación total de este segmento de mercado.

En total se espera que acudan más de 3.000 profesionales de Alimentación Urbana, Colectividades, Catering y Vending que buscan soluciones y novedades en alimentación rápida y bebidas, especialmente de 4ª y 5ª gama, equipamiento, vending y catering. HOSTEL VENDING apoya esta iniciativa como medio colaborador de la feria.

Los más de 20 seminarios gratuitos learnShops, contarán con la colaboración de FEHRCAREM, Asociación Española de Cadenas de Restauración Moderna, y de AINIA, Centro de investigación y desarrollo tecnológico del sector agroalimentario.

FEHRCAREM, cuenta entre sus asociados con las 21

cadenas de alimentación más importantes del país, como Telepizza, Grupo Vips, Eat Out, Grupo Rodilla e Ikea.

Las cadenas de restauración moderna representan el 0,7% de PIB, facturan 6.000 millones de euros, suman un total de 6.200 locales, y emplean a más de 110.000 trabajadores. Por su parte, AINIA, con más de 1.100 asociados y 20 años de experiencia, es el centro tecnológico alimentario con mayor representación empresarial y social del país.

OBSERVATORIO DE TENDENCIAS

Ambas entidades ofrecerán un completo ciclo de breves ponencias especializadas y casos prácticos de éxito, que mostrarán las últimas novedades de la restauración organizada de la mano de destacados profesionales del sector.

Las tendencias en el lanzamiento de platos preparados, las nuevas técnicas para acercarse al consumidor o el diseño y optimización de procesos de elaboración de platos preparados serán algunos de los temas que se abordarán en las ponencias.

Por otra parte, la Organización ha habilitado una zona específica para la celebración de catas y demostraciones de producto, un lugar para observar y degustar, en un ambiente más práctico e informal, las últimas tendencias del sector.

Respecto a la oferta expositiva, empresas de la talla de Conservas Isabel, Aguas Sierra de Cazorla, Europastry, Degerman, Ilpra System, Grupo BDEB, Etirol, Gráficas Beyco o Electrolux han confirmado ya su asistencia al Salón.

UN SALÓN DE ÉXITO

easyFairs Restauración Moderna supone la llegada de un nuevo concepto de ferias al mundo de la Restauración en España. Sin embargo, esta primera edición del certamen en España, cuenta con la experiencia de otros Salones de Restauración del Grupo easyFairs, celebrados con éxito en diferentes países del mundo, como Polonia, Suecia, Irlanda y Colombia.

Se trata de plataformas comerciales que permiten aumentar la red de contactos, en tan sólo 2 días, con los profesionales de las principales cadenas y franquicias de alimentación, servicios de catering, colectividades, gerentes de cafeterías, heladerías, bares y otros establecimientos de comida urbana. La entrada es exclusiva para profesionales.

La opinión de los visitantes es clara. "Si lo comparamos con las ferias tradicionales, este tipo de salón es mucho mejor. Tiempo suficiente para conocer las novedades y ver a los proveedores". Así lo afirma Anders Welander (Grafiti Café), visitante de easyFairs Fast Food & Café, Estocolmo.

NUEVO MONEDERO DE CAMBIO



GRUPO EXTRACTOR PATENTADO

...el CAMBIO más tecnológico

TARJETA SD-CARD E INTERFACE USB

...el CAMBIO más versátil

ALTA CAPACIDAD DE RECONOCIMIENTO DE LOS FALSOS

...el CAMBIO a la más segura

6 TUBOS MÁS GRANDES PARA UNA CAPACIDAD DE MONEDAS RECORD

...el CAMBIO a mayor capacidad



el CAMBIO es...

Comesterogroup



Comesterogroup

www.comesterogroup.es

VENDING PARIS: la feria de la confirmación cumplió con creces

Terminó la última de las grandes citas del Vending internacional del año. La larga lista de marcas y empresas del sector (y otros sectores afines) que confirmaron su presencia hacía pensar en que la experiencia no iba a ser en vano. En efecto Vending Paris se reafirmó como la feria de

la confirmación. La confirmación de que el vending, quizás ahora más que nunca, es un sector proactivo y que da la cara ante la crisis con su afán por renovarse y buscar siempre nuevas vías para la innovación.

La delegación de HOSTEL VENDING en

París así lo atestiguó, en primera persona, desde su stand en el Porte de Versailles: una feria dedicada de pleno a ayudar de forma práctica y eficaz al profesional de la venta automática, muy profesional, repleta de innovaciones y con una afluencia de público más que notable.



HOSTELCO - Barcelona



Hostelco 2010 mostrará las principales novedades en hostelería, restauración, catering, vending...

El salón Internacional del Equipamiento para la Restauración, Hostelería y Colectividades, Hostelco, se ha convertido en un evento líder en España y Europa en su especialidad. Su oferta expositiva engloba, entre otros, los sectores de equipos y maquinaria para la hostelería; gestión, control, informática y seguridad; y mobiliario y decoración.

El salón consta, además, de cuatro ámbitos con identidad propia: Área Café; Expolimp, dedicado a la limpieza profesional; Food Service, la alimentación para el canal Horeca (Hostelería, Restauración y Catering), e Intervending, sobre la distribución con máquinas expendedoras.

Según el presidente de Hostelco, Jordi Roure, "en esta época de crisis que ha marcado un antes y un después en la vida de la mayoría de las empresas del sector, hemos aprendido que cualquier compañía, independientemente de su dimensión, facturación o actividad específica, para seguir siendo fructífera y competitiva ha de innovar y no sólo en cuanto a los productos, sino en la gestión de los negocios y en la aplicación de nuevos modelos comerciales".

En este sentido, añade Roure "Hostelco se pone una vez más al servicio del sector como plataforma divulgativa para temas relativos a la innovación y a los proyectos I+D+i, para que todos los interesados puedan compartir experiencias y conocimiento".

PREMIOS HOSTELCO

Además, este año, el salón ha creado unos galardones en reconocimiento a los mejores proyectos e iniciativas tanto de los sectores de Hostelería y Restauración, como de los

segmentos industriales que proveen a estos establecimientos de maquinaria, gestión, servicios e infraestructuras.

Según Isabel Piñol, directora del salón ferial, esta iniciativa "nace para reconocer el esfuerzo innovador realizado por las empresas en distintos ámbitos", y así incentivar a las firmas para que sigan "invirtiendo en innovación".

Por otro lado, la oferta de Hostelco se completará con diferentes actividades, demostraciones y jornadas técnicas sobre temas relativos al mundo de la hostelería. El programa de este año tendrá como protagonista destacado el mundo del "contract", es decir, el ámbito que engloba todos los productos y servicios de construcción y decoración destinados a clientes institucionales o corporativos.

PAN, TAPAS, CAFÉ Y CÓCTELES

El mundo del pan será otro de los ámbitos destacados de Hostelco. El salón dedicará una jornada a este alimento y a la figura del panñier, un nuevo experto que persigue la "revolución" del pan de trigo mediante altas dosis de creatividad y técnicas innovadoras para su elaboración, con el objetivo de restituir a este elemento fundamental de la cocina mediterránea su merecido protagonismo.

La tapa, una de las modalidades gastronómicas más internacionales de la cocina española, centrará "Expotapa", organizada por la FEHR, que acogerá demostraciones y degustaciones de tapas y pinchos, y actividades divulgativas sobre esta estrella de la cocina española. La FEHR también participará en la organización del "Encuentro entre

escuelas de hostelería", de ámbito nacional, para fomentar la comunicación, el intercambio de conocimiento y la creación de nuevas sinergias.

El Área Café del salón será el escenario de la Gran Final del Campeonato de Baristas de Andorra, España y Portugal y de la Final del 5º Concurso Nacional de Baristas, organizado con la colaboración del Forum Cultural del Café. También se realizarán catas de vinos, aceites y café, degustaciones, conferencias y demostraciones de una técnica decorativa del capuccino denominada Latte Art.

CÓCTEL: ARTE Y EVOLUCIÓN

En la actualidad ha aumentado el interés por los cócteles, tanto los clásicos como aquellos en que se han empleado nuevas bebidas y combinados de todo el mundo, compuestos a menudo por ingredientes exóticos. Es la evolución de la coctelería ha generado nuevas ideas, nuevos sabores, mayor sofisticación y precisión en el equilibrio de los sabores. El uso de la "mixología molecular" es en la actualidad el glamour en el mundo del bartending, donde se pueden formar "esferificaciones" de bebidas, "falso caviar", espumas y hasta la solidificación de un cocktail. Hostelco acogerá cada día demostraciones de expertos y se podrá asistir a la creación en directo de cóctels diversos.

● máquina para nuevas generaciones



rheavendors ●
españa

a branch of rheavendors group

Málaga volverá a ser centro neurálgico de la hostelería en marzo



La 15ª edición de Hostelequip - Salón profesional del equipamiento, servicios, alimentación y bebidas para hostelería y colectividades - se celebrará del 6 al 9 de marzo de 2011 en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, volviendo a convocar a los hosteleros del Sur de España para ofrecer los productos y servicios más innovadores del sector.

En esta nueva convocatoria, el FYCMA continúa con la labor desempeñada en la pasada edición para consolidar este evento profesional como un referente para el sector de la hostelería, además de dotarlo de un amplio abanico

de actividades profesionales de gran interés para expositores y visitantes.

Hostelequip contiene todos los ingredientes de un plato de éxito, dado el papel relevante que suponen en el sector sus participantes y colaboradores, y por su lugar de celebración, siendo Málaga el centro neurálgico del mercado hostelero en Andalucía.

En la edición del 2009, se llegaron a concentrar hasta 83 empresas expositoras y 48 representantes de prensa acreditada. Alrededor de 8.000 personas visitaron el evento.

HOSTELEQUIP 2011 - Málaga

vending school®

TPC NETGRUP, más de 9 años formando en Vending

Formación especializada para empresas operadoras de Vending

Cursos: PRESENCIALES • SEMI-PRESENCIALES • ON-LINE

Áreas: OPERATIVA • COMERCIAL • SERVICIOS • GESTIÓN

Cursos online con matrícula abierta:

- Manipulador de alimentos, adaptado al Vending (con Certificado)
- Gestor de rutas / Reponedor
- Técnico de Nivel 1

Formación bonificable a través de la Fundación Tripartita. Información en:

www.vendingschool.es

info@tpcnetgrup.com • Tel. 938 166 371 • Fax 938 142 483



¿... y tú, por qué picas Artesanas Velarte con Pipas?

Visítenos del 5 al 9 de noviembre en HOSTELCO, Pabellón 2 Intervending, Stand F600.

www.velarte.com

artesanas PIPAS

Barritas de pan crujiente con semillas de girasol

panadería Mediterránea
VELARTE

con ANTIOXIDANTE natural

1 ración (50g) de producto contiene:

valor energético 158Kcal

ARTESANAS QUESO VELARTE
PREMIO AL MEJOR APERITIVO HORNEADO 2010

10
Seminario de productos de aperitivo



PEDRO FERNÁNDEZ DTOR. COM. LATINOAMÉRICA, JOFEMAR

Análisis de los mercados del vending en Latinoamérica

La capital económica de Bolivia, Santa Cruz, acogió a finales de septiembre la feria Expocruz. Se trata del mayor evento internacional organizado por esta nación y dirigido a empresarios e inversores. En esta feria multisectorial, el vending tuvo su propio espacio; la empresa española Jofemar acudió a la cita para apoyar a su partner Automatec. En general, "no es un país para distribuir si no para operar", explica a grandes rasgos su director comercial en Latinoamérica, Pedro Fernández.

La distribución, en el canal de las máquinas expendedoras, no es igual en todos los países. El Vending en Latinoamérica se encuentra dividido – según Fernández – entre mercados "incipientes, nacientes y desarrollados". Por ejemplo, el director comercial enmarca a Bolivia dentro del primer grupo; no en vano, parte de su estancia en la feria la dedicó a enseñar como dispensar un café de una máquina. De hecho, los aparatos de la compañía Coca-Cola son "de hace 20 años; la gente desconfía al introducir la moneda en la ranura por lo que, para generar confianza, al lado de la máquina expendedora se sitúa un chaval", según explica Fernández. "A duras penas, el mercado boliviano se sitúa dentro de un mercado vending incipiente".

"Si tuviese que hacer una valoración de Expocruz diría que se trata de una feria pintoresca;

pero con un rasgo muy positivo", comenta Fernández. Y es que, aunque en su opinión les queda toda una vida para realizar un



evento sólo para el vending, le sorprendió la organización de las agendas con encuentros directos. La Cámara de Comercio acogió a los interesados en entrevistarse con Jofemar; estas reuniones de negocio eran atendidas con un servicio de catering. "Nunca había asistido a una feria que tuviese estas atenciones, facilita mucho nuestra labor", destaca. Además, la feria les ha servido para aprender "cómo introducir" este canal de distribución en un sector que lo desconoce. De hecho, el evento se organizó en Santa Cruz, "que es lo más adelantado de Bolivia, y ni siquiera allí confían en las máquinas expendedoras, por lo que aún nos queda mucho camino en países con estas características".

EXPOVENDING EN BRASIL

En general, el vending de América del Sur se encuentra en proceso de pleno desarrollo. Este proceso se focaliza, principalmente, en países como Puerto Rico, México y Chile. Brasil también va camino de unirse a esta nómina de países; prueba de ello es la feria Expovending & OCS, que se celebró este pasado verano. A pesar de ser un evento pequeño, "se trata del único especializado en este sector que se celebra en toda Latinoamérica", arguye Fernández.

Además, asistieron empresas de los países colindantes: Perú, Chile, Argentina, Uruguay, entre otros. De hecho, una de las mayores aportaciones de esta feria fue, según Fernández, el descubrimiento de empresas fabricantes de máquinas "brasileiras", desde aparatos de café hasta de zumos elaborados a partir de sirope.

MERCADO DE AMÉRICA DEL SUR

El mercado de las máquinas expende-

doras en América del Sur es muy heterogéneo. Por ejemplo, México y Brasil no se pueden comparar con Bolivia o Ecuador. "Coca-Cola es la operadora más grande de estos países, y sin embargo, en toda la región, sólo disponen de 24 máquinas en Bolivia y 50 en Ecuador", destaca. Sin embargo, otras naciones disponen de cifras que hasta triplican estas cantidades.

La empresa española está presente en todo este mercado; en el único lugar donde aún no trabaja es Uruguay. Los sistemas de pago son los productos con los que la empresa tiene mayor presencia en Latinoamérica. "Las máquinas expendedoras de Coca-Cola de Bolivia incorporan nuestros medios de pago". Aunque, la mayor explotación de Jofemar se ubica en Chile y México. En general, la empresa trabaja con uno o dos distribuidores por país, como es el caso de la empresa Automatec en Bolivia. Aunque, para facilitar las gestiones, con las grandes compañías opera directamente.

A pesar de la crisis económica, este año ha aumentado progresivamente la presencia del vending en estos países. De hecho, poco a poco, están apareciendo pequeños operadores. Aunque, al mismo tiempo, se han consolidado grandes compañías como Bimbo en México y Centroamérica; Brasvending y Dab en Brasil; Vendomatic en Perú y Chile; y la mencionada Coca-Cola en toda Latinoamérica.

Sin embargo, este continuo crecimiento se ha visto paralizado este año en algunas naciones en las que la distribución por este canal estaba más asentada, como es el caso de México. Este último, se sitúa como el país más azotado por la crisis en esta zona; "incluso más que España". Además, hay que añadir a la lista a Argentina y Venezuela. "El intervencionismo político en la economía venezolana hace complejo el crecimiento del país en todos los sectores", explica.

En definitiva, Latinoamérica dispone de un vending en desarrollo a diferentes niveles. Lo que indica que, para operar o distribuir en este continente, tal y como afirma Fernández, se debe tener en cuenta en qué situación concreta se encuentra este mercado en cada país. En los incipientes, "es más recomendable operar que distribuir", concluye.

Abaratar las MÁQUINAS

La empresa Automatec, con sede en Bolivia, nació en 2007 con una filosofía concreta: importar, fabricar, comercializar, dar soporte técnico y operar con máquinas de vending. La feria española Eurovending 2007 se convirtió en el impulso para formalizar e instituir el negocio. La inquietud por este canal comenzó con "un frustrado intento de fabricar una máquina de loto instantánea patrocinada por una empresa de juegos de azar", explica su responsable de dirección técnica en I+D, Julio Calvo.

Automatec opera netamente con expendedoras españolas de las marcas: Jofemar, Sopamatic, Fadiven y Tam. "Aparte de las que fabricamos localmente", indica Calvo. Este sector, como ya indicó HOSTELVENDING.com, tiene rasgos muy heterogéneos en Latinoamérica. Bolivia aún se encuentra en una primera fase de implantación, existe "muy poca cultura del vending", comenta.

Los motivos, según indica Calvo, son muy diversos: "Los costos de adquisición e importación de máquinas vending desde USA y Europa son elevados; muchos directores de empresas pertenecen a la vieja escuela y no consideran al vending como canal alternativo de venta", destaca. De hecho, en numerosas ocasiones estos empresarios les han dado la misma respuesta: "No invertimos en vending porque la gente no está acostumbrada a usar estas máquinas".

Además, a las razones anteriores hay que añadir que el promedio "económico de los países latinoamericanos" hace que sea más factible "tener una tienda de barrio de golosinas y comestibles", incluso estos establecimientos se ubican "dentro de las oficinas públicas", ya que "es más caro invertir en una máquina estadounidense o europea". De hecho, también "nos encontramos que al no haber una cultura de vending, tampoco hay suficientes consumibles para las máquinas", destaca Calvo.

EL VENDING EN BOLIVIA

La incipiente presencia del canal vending en este país se hace notar con la existencia de aparatos tanto de EE.UU como de Europa. A parte, de las marcas españolas con las que trabaja Automatec, en Bolivia se pueden encontrar "máquinas de la estadounidense Royal Vendors, con la que opera Coca-Cola; las italianas Rheavendors con Nestlé; y Saeco que opera con el productor local de café". Además, también existe una "operadora de expendedoras de café pero apenas tiene un par de ellas y lo hace de manera artesanal".

Además, "hace bastante tiempo una fábrica de tabacos adquirió un lote de máquinas Azkoyen pero cayó en el problema de no tener un departamento técnico ni una relación más estrecha con su proveedor. Las máquinas fueron retiradas de la calle". Por otro lado, "las máquinas de video bingo, si bien pertenecen al sector específico del gambling, también tienen un gran auge. Son importadas desde Brasil y Rusia y utilizan medios de pago brasileños y chinos".



La estrella, los refrescos y snacks

El vending de refrescos y snacks se convierte en los productos estrella para esta clase de distribución. "En menor medida se encuentra la distribución de café", comenta Calvo. "Un extenso territorio del continente está situado en zonas tropicales o subtropicales donde las temperaturas elevadas son una constante todo el año". Por lo que, resulta más factible la instalación de expendedoras de bebidas refrescantes. Pero, "no hay que pasar por alto que el gigante de los refrescos de cola se encuentra omnipresente y apuesta fuerte por uno de los símbolos icónicos de su marca, la máquina vending", arguye Calvo.

Este canal de distribución es más exitoso con estos productos ya que "si tomamos en cuenta el tiempo de retorno de la inversión, el vending de refrescos y café tienen las de ganar pues sus márgenes de ganancia son mayores a los productos de snacks". Sin embargo, no hay que olvidar que "las máquinas de snack requieren de poco mantenimiento", pero el handicap se encuentra en que son "más costosas y los márgenes de los consumibles muy bajos". Además, "otro aspecto que le da ventaja al vending de refrescos, en estos lugares, es que la operación de sus máquinas es más simple y requieren menos mantenimiento que las máquinas de café".

El triunfo del negocio del vending en Sudamérica depende de un factor muy importante, "mientras el costo de adquisición de máquinas sea elevado, el desarrollo del vending será extremadamente lento y complejo". De ahí, que los objetivos de este negocio sean convertirse en fabricantes de expendedoras, no sólo para Bolivia, sino para toda Latinoamérica. "Contamos con numerosas ventajas sobre los proveedores norteamericanos y europeos que nos pueden abrir las puertas de los mercados de los países vecinos: posición geográfica estratégica; mano de obra más barata; mismos husos horarios, entre otros", destaca. "Todavía no estamos en condiciones de exportar pero es a lo que apuntamos. Sabemos que el mercado boliviano es demasiado pequeño como para pensar en sólo quedarse aquí", concluye.

Apetitosos,
saludables,
originales...

para
SNACKS
todos los gustos



FRUTA DESHIDRATADA, PALITOS DE PAN DE QUESO, GALLETAS, BARRITAS DE CEREALES, BOLSITA DE FRUTA FRESCA, LA TRADICIONAL BOLSA DE PATATAS FRITAS, CHOCOLATINAS... la amplia gama de aperitivos en el canal vending hace que el comprador pueda elegir productos apetitosos y saludables para completar una dieta equilibrada. De hecho, la vertiente más sana, comienza a tener su propio espacio en el sector del picoteo

La propuesta de ley de Seguridad Alimentaria en España, que afecta al consumo de los alimentos en los colegios, está también revolucionando el canal del vending. Las inquietudes por llevar una alimentación equilibrada hace que las empresas elaboren productos más saludables. Esta tendencia se observa en sus departamentos I+D+I.

En este línea, por ejemplo, se encuentran los avances conseguidos por Gullón; que presentó la galleta para niños más "baja en grasas saturadas del mercado", según indica su director de marketing José Luis Jiménez. "Quizás, pronto se pueda ver en las expendedoras", explica. Aunque eso dependerá de lo que finalmente estipule la normativa.

Pero las inquietudes por una alimentación más sanas, no son nuevas. Se trata de una tendencia que se ha vuelto a reactivar, motivada por la preocupación gubernamental hacia la obesidad infantil. Este impulso incen-

tiva a las empresas para introducir, dentro de su gama de snacks, aperitivos más saludables. E incluso, hace que surjan en el mercado nuevos negocios con productos novedosos.

Biogolden se ajusta a esta definición. Los VitaSnacks de la marca son unos tentempiés basados en frutas y hortalizas crujientes que mantienen el sabor y las propiedades originales gracias a la tecnología que utiliza la empresa. Otra ventaja, importante para los operadores, se encuentra en la vida útil del alimento. "La fecha de caducidad es de más de un año", explica con orgullo su responsable de marketing y comunicación, Jorge Vicente.

MANIPULACIÓN APERITIVOS SALUDABLES

Los snacks compuestos por frutas están triunfando en las expendedoras. Arisfresc ha detectado un aumento del "300%" de sus

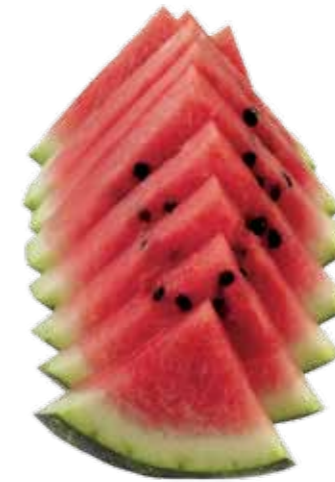
Nuevas marcas para el VENDING DE GALLETAS

Las empresas, conscientes del triunfo del vending como canal de distribución, quieren introducirse en un sector aún por explotar para ellas. Existen varias empresas galleteras con estas inquietudes, entre las que destacan La Flor Burgalesa y Bahlsen.

Incluso, ya disponen de formatos disponibles para las máquinas expendedoras. "La Flor Burgalesa está especializada en productos integrales y sin azúcar", afirma su adjunta de ventas Milagros Pérez. El surtido es muy amplio: rosquillas de soja, surcos de manzana, de canela, galletas de aceite de oliva, entre otras. Además, "nuestros productos se envasan individualmente en paquetes de 2, 3 y 4 galle-

tas; por lo que son muy adecuados para el vending", determina Pérez.

Bahlsen también dispone de su propia propuesta para este canal; que de hecho, "ya se comercializa en máquinas expendedoras en Alemania", explica su directora de marketing en España, Adriana Gómez. "Los productos, quizás, más originales son los Pick Up -dos galletas con una auténtica tableta de chocolate en medio- y Choco Friends -minibarquillos cubiertos de chocolate con leche-", concluye.



productos en el vending, tal y como asegura su gerente Leonor Balcells. Pero, ¿estos productos saludables tienen la misma manipulación que otros snacks? ¿o qué clase de máquinas son necesarias para su distribución? Estas son algunas de las preguntas que se hacen desde la Asociación de Vending de Euskadi (EVE). Esta inquietud les ha llevado a adjudicarle, a este tema, un espacio especial en el IX Encuentro de Profesionales que se celebrará en noviembre, tal y como indicó su presidente José Manuel Atxaga.

Estos productos requieren del mismo

tratamiento que los demás. Sólo varía, en función de la clase de refrigerio que se elija. Ya que, existe una amplia gama dentro de la vertiente saludable. En general, se pueden dispensar en cualquier aparato destinado para snacks, ya que su formato se asemeja al resto de tentempiés.

Como ejemplo, la empresa Biogolden basa su distribución "pensando en las mismas máquinas de vending que comercializan

frutos secos, patatas fritas, cortezas", según destaca Vicente. Las dimensiones de VitaSnacks son "similares a las de estos".

De hecho, esta propuesta de frutas crujientes no necesita de un transporte específico ni de medidas especiales de enfriamiento; "tan sólo se exige una manipulación acorde con productos crujientes", arguye Vicente. En definitiva, para garantizar la calidad, como ocurre con cualquier otro producto, lo fundamental es que no sufra golpes.

"El que pone sandwich sabe como tratarlos", destaca la gerente de Arisfresc. La empresa fabrica bolsitas de fruta fresca recién cortada; por lo que Balcells añade un dato más para la correcta utilización de sus productos, ya que deben conservar en temperaturas de



Apetitosos,
saludables,
originales...

para
SNACKS
todos los gustos

entre 1°C y 4°C: "Su tratamiento es similar al que se le da a una ensalada o un yogur", comenta. Por eso recomienda "el uso de neveras isotérmicas" cuando se van a reponer las expendedoras en trayectos no superiores "a dos horas".

En definitiva, los snacks compuesto de frutas deben recibir el mismo tratamiento, que cualquier otro. Lo único que varía es el abanico de posibilidades que se le presenta al consumidor: "Ofreciéndole productos naturales a clientes preocupados por comer sano o con gusto por lo natural", destaca Vicente.

PIRÁMIDE NUTRICIONAL

Por otro lado, la pirámide nutricional de la dieta mediterránea establece que diariamente se debe consumir los siguientes grupos alimenticios: leche y sus derivados lácteos; cereales, derivados y legumbres; verduras y hortalizas; frutas; carnes, pescados y huevos; grasas y aceites. La inmensa mayoría de los snacks de las máquinas expendedoras se encuentran en alguno de los grupos descritos.

A esto hay que añadir que, varios estudios diferentes establecen que la mejor manera de alimentarse y la más sana, es la que concibe 5 comidas al día. Así lo establece el informe publicado en la revista American Journal of Clinical Nutrition que se basa en las entrevistas realizadas por el departamento de salud de Estados Unidos entre 1999 y 2004. Los expertos concluyeron que de "los adolescentes entrevistados los que consumían snacks" a lo largo del día eran "menos propensos a padecer sobrepeso".

Otro documento, en esta ocasión elabo-



rado por Kellogg's, apoya esta teoría. "Así se llega con menos hambre a las comidas principales", asevera el informe. De hecho, para mantenerse en el peso adecuado, no sólo importa lo que se come, sino cómo se distribuye a lo largo del día; ya que este reparto garantiza un aporte adecuado de los nutrientes.

Además, realizar 5 comidas "afecta positivamente en el metabolismo", ya que al repartirse la ingesta, éste funciona más rápido. Según los expertos, cuanto más se tarde entre una ingesta de comida y otra el metabolismo se vuelve más lento.

En este sentido, Kellogg's propone su gama Special K con menos de 100 calorías. Las máquinas expendedoras dispensan desde las barritas de cereales de chocolate negro, chocolate con leche, frutas rojas, manzana y pera hasta los Mini Breaks Special K; una bolsita con pequeñas porciones crujientes de cereales.

Nestlé Profesional también presenta una extensa selección de barritas de cereales que ofrecen una solución sana y saludable. Las estrellas de la marca son la selección Fitness, elaboradas con "sabrosas y deliciosas recetas para mantener la línea", según

indican desde el departamento de marketing. Además, proponen para los pequeños del hogar las barritas de Chocapic, Nesquick y Golden Grahams. "Para que los niños puedan disfrutar del delicioso sabor de sus cereales favoritos y de todo lo bueno de la leche", destacan.

Por otro lado, Velarte apuesta por los tentempiés horneados para el vending. "Bastoncitos o barritas crujientes elaboradas con base de harina de trigo al que se le añaden otros ingredientes como los frutos secos", explica su director de marketing Antonio Sans. Al estar hechos al horno, Sans los considera "más saludables que los snacks convencionales".



SNACKS

dulces para una

DIETA EQUILIBRADA

Existe una premisa para toda dieta equilibrada: "todo en exceso engorda y es malo". Por tanto, los aperitivos dulces también disponen de su propio espacio en una alimentación sana. La pirámide alimentaria de la dieta mediterránea también incluye estos alimentos; aunque no para ingerirlos diariamente. Por lo tanto, no se trata de eliminarlos de la alimentación; sino de saber comerlos. Objeto principal, por el que surgió el proyecto de ley sobre Seguridad Alimentaria.

Este espacio lo ocupan las deliciosas chocolatinas de Cadbury: Huesitos, Mini Huesitos y Tokke. El vending de estos productos se enmarca dentro de los estudios del canal impulso que en 2009, a pesar de la crisis, experimentó un aumento del 1%, según indica el Anuario de Confeitería de 2010 elaborado por la marca.

En el ranking de fabricantes de confitería en España elaborado por Nielsen y encabezado por Cadbury, le sigue muy de cerca el Grupo Nestlé. La multinacional suiza compite en las máquinas expendedoras con una amplia gama de Snacks y barritas de chocolates "ideales para consumir en cualquier momento y en cualquier lugar", según indican desde el departamento de marketing de Nestlé Profesional.

KitKat, Crunch, Milkybar y Smarties son algunos de los diferentes productos que Nestlé ofrece en este canal de distribución. Para el 2010, la empresa estrenó un nuevo tentempié para deleitar el paladar; se trata de Nestlé Joe; un rico y crujiente barquillo con cobertura de cacao.

El consumo de chocolate, también puede ser diario, con la apuesta de Nestlé: Kit Kat Single; "especialmente diseñada para aquellas personas que buscan una pausa breve, sin renunciar al cuidado de su figura", explican. De hecho, en el envoltorio se indica que su ingesta tan sólo aporta 80 kilocalorías.

En definitiva, es esencial a parte de las tres comidas principales del día, añadir dos más ligeras: una a media mañana y otra a media tarde. Las diferentes marcas del mercado proponen una amplia gama de tentempiés: barritas de cereales, frutas deshidratadas, chocolatinas, palitos de queso... Ya que su ingesta forma parte de una dieta equilibrada. Por tanto, los snacks se convierten en alimentos ideales para estos espacios del día.



¿Cuáles son las novedades de la Ley de MOROSIDAD?



La Ley 15/2010, conocida como Ley de Morosidad, lleva en vigor más dos meses, desde el pasado 7 de julio. Las modificaciones que hace de la anterior Ley 3/2004 son de gran calado para el desarrollo de todas las operaciones comerciales, y de especial interés para las pymes, que conforman el grueso de empresas del sector del Vending español. No en vano, el Comité de Proveedores de Aneda (asociación nacional de venta automática) trató este asunto como uno de los principales puntos durante la reunión que celebraron el pasado martes, 21 de septiembre.

La gran novedad de estas modificaciones estriba en el establecimiento de un plazo máximo de 60 días naturales para ejecutar el pago de cualquier operación comercial entre empresas. Aún más, los acuerdos que establezcan plazos de pago superiores a este límite quedan totalmente

prohibidos. En cuanto al sector público, la Administración tendrá un plazo máximo de 30 días para realizar sus pagos.

Según la nueva legislación, la factura debe entregarse al proveedor en los 30 días posteriores a la entrega de bienes o prestación de los servicios. La ley permite agrupar varias entregas (efectuadas en un periodo de 15 días) bajo una misma factura; en estos casos, el periodo de pago comienza a computar desde la fecha media de la facturación.

El establecimiento de estos periodos de pago supone un respaldo legal para aquellas firmas proveedoras que se sienten agobiadas por el impago de sus clientes. El mismo Preámbulo de la ley reza lo siguiente: "Los efectos de la crisis económica se han traducido en un aumento de impagos, retrasos y prórrogas en la liquidación de facturas vencidas, que está afectando a todos los sectores. En especial,

está afectando a las pequeñas y medianas empresas, que funcionan con gran dependencia al crédito a corto plazo y con unas limitaciones de tesorería que hacen especialmente complicada su actividad en el contexto económico actual".

No obstante, existen dudas sobre la eficacia real de esta normativa, en parte por la propia dinámica de los negocios dentro de un marco de libre comercio, y en parte por la ambigüedad de la ley en lo que se refiere a la aplicación sobre los contratos firmados previamente a la entrada en vigor de la ley, como ahora veremos.

PERIODO DE ADAPTACIÓN

La Ley 15/2010 establece "para aquellas empresas que vinieran pactando plazos de pago más elevados", un periodo de adaptación al plazo de 60 días, con el siguiente calendario:

- Del 7 de julio de 2010 al 31 de diciembre de 2011, el plazo máximo es de 85 días.
- Del 1 de enero de 2012 al 31 de diciembre de 2012, el plazo máximo es de 75 días.
- El plazo de 60 días será plenamente efectivo a partir del 1 de enero de 2013.

Volviendo a la interpretación de la ley, se entiende que este periodo se aplicará únicamente a los contratos firmados antes de su entrada en vigor. Por lo tanto, a todos los acuerdos firmados desde el pasado 7 de julio se les aplica ya el plazo máximo de pago de los 60 días. Se produce, en consecuencia, una desigualdad competitiva.

Esto afecta también a los contratos de renovación automática, que no podrán mantener plazos superiores a los establecidos y deberán adecuarse a la nueva legislación.

LAS ASOCIACIONES, UNA HERRAMIENTA

Aparte de la modificación de los plazos, principal novedad de la ley, también se establece que las asociaciones o federaciones sectoriales "podrán personarse, en nombre de sus asociados, en los órganos jurisdiccionales o en los órganos administrativos competentes para solicitar la no aplicación de tales cláusulas o prácticas, en los términos y con los efectos dispuestos

por la legislación comercial y mercantil de carácter nacional. Las denuncias presentadas por estas entidades ante las autoridades de competencia tendrán carácter confidencial".

Esta cláusula permitirá a las asociaciones poder registrar, de una forma más fehaciente, los datos de sus miembros respecto a los plazos medios de pago.

Canto



Samba



Diesis

El lado tecnológico de la armonía.

Diseño elegante , sencillo, moderno

Interfaz de usuario, intuitiva e innovadora

Electrónica de vanguardia dotada de programación flexible



Optima relación dimensiones /capacidad

Soluciones técnicas revolucionarias

19 tecnologías patentadas



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



INFORME DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ



Los precios del café siguen **DISPARÁNDOSE** desde Mayo

EN SEPTIEMBRE SE REGISTRARON MÁS AUMENTOS EN LOS PRECIOS DEL CAFÉ Y EL PROMEDIO MENSUAL DEL PRECIO INDICATIVO COMPUESTO DE LA OIC (ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ) FUE DE 163,61 CENTAVOS DE DÓLAR EE UU POR LIBRA FRENTE A 157,46 CENTAVOS EN AGOSTO

La fuerte tendencia ascendente registrada desde mayo de 2010 es atribuible en gran parte a la firmeza de los precios del Arábica.

El promedio del precio indicativo compuesto de la OIC en el año cafetero 2009/10 es de 134,41 centavos de dólar EE UU por libra, lo que representa un aumento del 20,2% con respecto al promedio de 111,8 centavos del anterior año cafetero.

Los factores fundamentales del mercado que subyacen en esos niveles de precio, en especial por lo que se refiere a los Arábicas, reflejan incertidumbres relativas al abastecimiento a corto plazo del café, atribuibles por una parte a condiciones meteorológicas adversas y, por otra, al aumento en los costos de producción. El cálculo de la producción total del año de cosecha 2010/11 no ha cambiado y se sitúa entre 133 y 135 millones de sacos, frente a 119,9 millones de sacos en el año de cosecha 2009/10.

Las exportaciones efectuadas por todos los países exportadores en agosto fue de 7,9 millones de sacos; eso sitúa el total acumulado en los once primeros meses del año cafetero 2009/10 (octubre 2009 – agosto 2010) en 86,3 millones de sacos frente a 90,3 millones de sacos en el mismo período del año cafetero 2008/09, lo que representa un descenso del 4,4%. El total de exportaciones efectuadas en los ocho primeros meses del año civil 2010 fue de 64 millones de sacos, frente a 66,8 millones de sacos en el mismo período en 2009.

CONCLUSIONES

Para concluir, cabe señalar que el comportamiento de los factores que subyacen en la actual firmeza de los precios del café determinará si continúa esa firmeza, aunque hay la posibilidad de que haya correcciones del mercado. Los principales factores determinantes son: problemas climáticos; aumento de los costos de producción, lo que podría limitar las perspectivas de que aumente la producción en algunos países; y el consumo mundial. La combinación de esos tres factores debería apoyar el que continúen los precios relativamente elevados a corto y medio plazo. Además, el bajo nivel de existencias en los países productores significa que el mercado es vulnerable en extremo a que se produzcan fuertes conmociones en los precios si llega a haber considerables trastornos en el suministro causados por más problemas climáticos en los países productores.

Fuente: Nestor Osorio, director Ejecutivo de la Organización Internacional del Café



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

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

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

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

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

Novedades!

- Vasos "vending" en cartón
- Paletas madera



vending for professionals

La Comisión Europea exige libre comercio de agua embotellada en Italia

La Comisión Europea ha exigido a la Administración italiana que revise su normativa actual en cuanto al comercio de agua embotellada. La intención del órgano es que Italia cumpla totalmente con las reglas comunitarias sobre el libre movimiento de bienes entre Estados miembros.

Según la postura de la Comisión, la legislación italiana acoge una serie de normas que obstaculizan la importación de firmas europeas de agua embotellada. En concreto, se refiere a la cantidad de exámenes que se realizan por parte de las autoridades italianas, mayor que el que establece la directiva comunitaria 98/83/EC; exámenes que, por

otra parte, ya se han llevado a cabo en el país de origen.

Además, estos requisitos se traducen en taras adicionales a los importadores que, en cualquier caso, no están justificadas. Esta situación, además de una competencia no equitativa, supone una inflación de los precios de las botellas de agua, que seguramente notarán tanto las cadenas tradicionales de distribución, como los operadores de vending del país transalpino.

La Comisión ha hecho saber que, en caso de que Italia no informe de medidas que solventen esta situación, podrá tratar el caso en el Tribunal de Justicia de la Unión Europea.



Lenguaje braille para las máquinas expendedoras de Málaga

La empresa malacitana Ariza Vending anuncia que ya están probando pegatinas con lenguaje braille para sus máquinas expendedoras de refrescos. Los aparatos promovidos por la empresa pública Promálaga, dependiente del Ayuntamiento de esta ciudad, serán los primeros con este sistema en esta provincia.

Para aplicar este lenguaje, Ariza Vending utiliza un aparato de etiquetado. Se trata de rótulos adhesivos y transparentes que se ubican en los botones de la máquina, para informar a las personas con discapacidad visual de los productos que ofrece el aparato de vending. Esta tecnología es obligatoria en las expendedoras andaluzas desde hace poco más de un año, tal y como se recordó en el pasado número de HOSTELVENDING.

En las imágenes que acompañan se puede observar el aspecto que tendrá el etiquetado. "Queda bastante bien acoplada la pegatina al botón original", comenta el gerente de la empresa. Una solución rápida y eficaz a una de las secciones del artículo 53 de la norma para la accesibilidad en las infraestructuras, promovido por la Consejera de Igualdad y Bienestar Social, Micaela Navarro Garzón

España supera los dos millones de líneas M2M

Los servicios telefónicos móviles destinados a ofrecer comunicación de telemetría y telecontrol superaron los dos millones en agosto de 2010, según el estudio elaborado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT).

El número de líneas "machine to machine" o M2M continúa creciendo. Las cifras de 2009 indicaban que existían un total de 1,85 millones, tal y como informó en su momento HOSTELVENDING.com. Ahora, se ha superado la barrera de los 2 millones, lo que supone un incremento del 18,9% si se compara con las cifras obtenidas en agosto del pasado año.

España tiene un total de 55 millones y medio de líneas móviles. Este dato indica que el 3,6% de este servicio se destina a servicios M2M. Sin embargo, su crecimiento ha sido mayor que el de los servicios móviles destinados a personas. Tan sólo aumentó un 2,4% frente al 18,9% de las líneas M2M.

De hecho, el aumento progresivo de estas líneas ha hecho que empresas de telefonía como Orange y Telefónica se hayan adentrado en este tipo de comunicación. De hecho, la empresa española creó, a finales de 2009, su propia división M2M, respondiendo así a este mercado, ya que considera que es un parque creciente en áreas de aplicación como las máquinas de vending, la seguridad y la gestión de alarmas, entre otros.

estreno inmediato

Simat
te presenta a sus nuevas estrellas

Choco sport
energía para empezar el día
Preparado alimenticio en polvo a base de cacao

Choco bombón
una dulce pausa
Preparado alimenticio en polvo a base de cacao

PRODUCTO ESPECIAL PARA M.A.
CALIDAD GRANULADO Simat

1 Kg e
E 15.02812/B CEE
Nº 8002136

Empresa certificada

podrás tenerlas en tus máquinas ya pidelas a tu distribuidor habitual

grupo **Simat**

Tel. Atención Clientes: 902 445 300 ó 93 771 23 11



La crisis, oportunidad para mejorar el tejido empresarial español

Las grandes crisis económicas han sido siempre fuente de grandes ideas empresariales. Ahora, la actual situación económica se convierte en una oportunidad para mejorar nuestro tejido empresarial desde diversos frentes, sobre todo los expertos esperan "cambios de mentalidad empresarial, mayor atención a los cambios del mercado y captación de oportunidades que permitan una mayor diversificación y una menor dependencia de algunos sectores", según reza el informe ejecutivo de 2009 realizado por Global Entrepreneurship Monitor -GEM- en colaboración con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Los datos del estudio indican que la actividad emprendedora en España desciende a los niveles de 2004; ya que en su conjunto esta actividad ha disminuido un 27,1% en 2009. Esto supone que se han perdido alrededor de 300 mil iniciativas; frente al 67% restante que usa tecnología de más de cinco años de antigüedad. El canal vending siempre se encuentra innovando dentro del sector, por lo que interesa conocer que los

emprendedores que apuestan por nuevos sistemas superan el 30%.

Baleares y Melilla se han mantenido e incluso aumentado ligeramente su actividad emprendedora. Por tanto, se sitúan como las regiones españolas que mejor han resistido la crisis. Sin embargo, Cataluña se sitúa como la comunidad autónoma con mayor cultura empresarial; seguido muy de cerca por Andalucía, donde se detecta una actividad emprendedora emergente, y además, se localiza el mayor número de empresas consolidadas de la nación.

JÓVENES EMPRESARIOS

En 2009, la media nacional de jóvenes empresarios se establecía en 36 años; además, el mayor porcentaje de emprendedores se situaba en la franja de 35 a 44 años. El Termómetro del Emprendedor, elaborado conjuntamente por el Instituto Municipal para la Formación y el Empleo -IMFE- y la Asociación de Jóvenes Empresarios de Málaga -AJE-, señala que en esta provincia ha disminuido la edad.

El primer semestre de 2010 registra un descenso de 11,6 años con respecto al 2009. El año pasado la media estaba en 33 años, sin embargo el estudio indica que ahora la edad de los jóvenes malagueños emprendedores es de 21 años. Un dato significativo, ya que sitúa al autoempleo como solución para solventar la actual situación económica; ya que el 25,1% de las personas atendidas por INFE y AJE así lo indicaron.

VENDING, OPORTUNIDAD PARA EMPRENDEDORES

De entre las diversas propuestas que se abren a aquellos que están decididos a abrir su propia empresa, el Vending ha llamado la atención de muchos españoles, que lo ven como una oportunidad de negocio con un mínimo de riesgo y un gran margen de rentabilidad.

Para todos aquellos que busquen introducirse en este sector; HOSTELVENDING.com, en colaboración con TCP NetGrup Consultores, pone a disposición de los lectores las claves para dar los primeros pasos:

El Espresso Más Perfecto por Sistema



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

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

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

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

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

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



Espresso Italiano con mucha crema.



Espresso de sabor suave 100% Arábica.



Decaffeinada por proceso natural.



TUPIpresso

Descanso para camioneros con área vending

Barcelona tendrá una nueva área de descanso para camioneros que también dispondrá de vending. La empresa Acesa destinada a la construcción, conservación y explotación de autopista, creará para la AP-7 y la AP-2 un lugar destinado para el reposo de los conductores de trailers.

El colectivo de transportistas requería de un emplazamiento no sólo para descansar y comer; sino para poder aparcar el camión sin temer por el robo de su mercancía. Este área dará solución al problema. Además, el lugar dispondrá de paneles informativos de plazas disponible, posibilidad de reserva, entre otras prestaciones.

La explanada de la zona de Montseny tendrá una superficie de 18.000 metros cuadrados; podrá albergar 118 plazas. El edificio con todos los servicios, incluido el del área destinada al vending, dispondrá de 187 metros cuadrados. Por otro lado, la demarcación de la AS Porta Barcelona dispondrá de un terreno de 11.000 metros cuadrados; con 56 plazas para vehículos. La zona para



los camioneros tendrá 144 metros cuadrados, y como en la anterior, tendrá también un lugar para ubicar una explotación de máquinas expendedoras.

Ambos proyectos se encuentra en la primera fase de construcción. Aún la empresa no ha concretado el espacio que ocupará el área vending, ni cuáles son las máquinas que necesitarán. Sin duda, una oportunidad para que los operadores, de esta comunidad autónoma, puedan dar una propuesta a este sector.

DOS PROYECTOS EN RECÁMARA

El proyecto de las áreas de descanso para camiones se complementará, según los planes que maneja la constructora, con dos áreas más: La Jonquera (Alt Empordà) y Sagunto (Valencia). Esta fase se encuentra aún en estudio, pero si se le da luz verde Acesa calcula la posibilidad de que esté lista a finales de 2012. De esta manera, la empresa intenta crear una red de servicios cada 3 ó 4 horas de viaje, destinada exclusivamente a los transportistas. Aunque no esté definida la dimensión de las instalaciones, toda indica que el área vending también estará presente en estos proyectos.

En enero se podrá comprar **TABACO** en las expendedoras de las **GASOLINERAS**

El Congreso aprobó este miércoles la reforma de la ley antitabaco que prohibirá fumar en los espacios públicos cerrados. La ordenanza entrará en vigor el próximo 2 de enero, aunque aún debe pasar la aprobación del Senado. A pesar de las restricciones, la nueva ordenanza permitirá que las tiendas de conveniencia de las estaciones de servicio dispongan de vending de cigarrillos.

España disponía de 9.100 gasolineras en 2009, según un estudio elaborado por DBK; de ellas, 7.100 disponen de tiendas de conveniencia. Los ingresos provenientes de carburantes fueron del 96%. Pero, la facturación correspondiente a Otros servicios ascendió a 1.105 millones de euros. La red de tiendas de conveniencia creció un 1,4% en 2009, tal y como refleja otro estudio elaborado por la empresa de investigación.

Se abre un sector al canal de distribución automática orientado al tabaco; ya que la ley de 2006 prohibía la venta en estos lugares. La nueva reforma de la ordenanza establece que se permitirá la ven-

ta de cigarrillos en máquinas expendedoras, siempre y cuando se compruebe que el consumidor haya cumplido la mayoría de edad.

INYECCIÓN AL VENDING

La crisis económica ha afectado a todos los sectores, también a los ingresos de las gasolineras, sus tiendas de conveniencias y el canal del vending. En concreto, las tiendas descendieron sus ingresos en un 7,3%. DBK establece como motivos "el desfavorable comportamiento del consumo final de los hogares" y la disminución del "tráfico por carretera".

El vending también se ha visto afectado. En 2009, los directivos del sector comunicaban a HOSTELVENDING que las ventas habían descendido entre un 15 y un 20%. El parque de máquinas de tabaco es muy extenso; y ya registraba un pequeño aumento, a finales del pasado año, al permitirse en los kioscos de prensa la venta en este canal. En la actualidad, se estima que existen en el mercado alrededor de "200.000 máquinas de cigarrillos en España", tal y como indicó recientemente Myriam Erro, responsable de imagen y comunicación del fabricante Azkoyen. Ahora bien, teniendo en cuenta el aumento de las tiendas de conveniencia y que la nueva legislación admitirá la compra de cigarrillos en expendedoras ubicadas en ellas; se prevé un aumento en el parque de máquinas dirigidos en este sector. Sólo con la incorporación de las expendedoras en las tiendas de las gasolineras, se calcula que este aumento rondaría entre un 1,5 y un 4 por ciento; en otras palabras, la reforma da pie a la instalación de una cifra de máquinas que podría rondar entre las 3.000 y 8.000 unidades.

Dale el lugar que se merece a la alimentación más sana y natural

Kellogg's

En la variedad está el gusto... ¡Por lo sano!

Si está interesado en saber más sobre nuestros productos, no dude en contactar con nosotros:
 KELLOGG'S ESPAÑA FOOD AWAY FROM HOME Teléfono: 91 203 86 00 Fax: 902 105 896
 e-mail: sp.fafh@kellogg.com

Deliciosos, saludables y listos para vending

Cada día más la alimentación sana destaca como una alternativa imprescindible en una oferta alimentaria. Por eso una máquina expendedora no estará completa sin ella. Incorporar los snacks sanos de Kellogg's representa un salto cualitativo en la oferta de cualquier máquina expendedora.

Con Kellogg's cuenta con una extensa gama de productos, disponibles en distintos formatos, en línea con los gustos y demanda del consumidor de hoy. Delles el espacio que se merecen y verá cómo se incrementan sus ventas.

Snacks sanos de Kellogg's, una apuesta segura para su negocio de vending y un placer al alcance de todos.

	Disponibles según sus necesidades	
	30 unid.	
	6 unid.	
	1 unid.	

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

IL

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

LICITACIÓN PÚBLICA DE VENDING

⇒ LICITACIÓN DE VENDING PARA EL DISTRITO MADRILEÑO DE USERA

El distrito de Usera de la Comunidad de Madrid licita un contrato de vending con un presupuesto anual de 12.714,64 euros. El 1 de enero se prevé que corresponda a la fecha de inicio; a partir de ahí el adjudicatario podrá disfrutar del contrato a lo largo de dos años; el fin se establece para el 31 de diciembre de 2012. Por ello,

Varios son los edificios en Usera que requieren áreas de vending; éstas, de acuerdo con el pliego de condiciones técnicas, se reparten de la siguiente manera: 9 máquinas expendedoras de bebidas para todo el año y 6 para la temporada de verano; 8 aparatos de café; 5 de snacks y multiproductos; 2 destinados a productos de aseo personal; y 3 de helados para la etapa estival.

El vending destinado a artículos higiénicos estará formado por gorros de baño; esponjas enjabonadas de un solo uso; tapones de cera para los oídos; set de afeitado; entre otros. La publicación de la contratación recoge que estos elementos deberán estar "presentados en envases unitarios con precintos originales del fabricante".

Desde el pasado viernes 22 de octubre, los interesados pueden presentar la solicitud correspondiente y tendrán hasta el próximo lunes 22 de noviembre a las 14 horas para formalizar la documentación. Los papeles se deberán presentar en el Registro de la Junta de Distrito de Usera sita en Avda. Rafaela Ybarra nº41.

⇒ ANUNCIO DE LICITACIÓN PARA LOS JUZGADOS Y TRIBUNALES DE ASTURIAS

La Consejería de Presidencia, Justicia e Igualdad del Principado de Asturias ha publicado en el BOPA el anuncio del concurso público para la explotación de máquinas expendedoras para los Juzgados y Tribunales de la Comunidad Autónoma.

La concesión durará dos años; siendo el importe neto anual de 19.830,51 euros. El total del canon anual ascenderá a 23.400 euros. Los gastos de publicidad serán a cargo del concesionario, hasta el límite de



2.000 euros, aplicándose en todo caso el importe de las tarifas oficiales vigentes en cada uno de los boletines o medios de difusión.

Los operadores dispondrán de un mes desde la publicación en el boletín (el pasado 8 de octubre) para presentar su propuesta.

En el anuncio no se detalla el número de máquinas o de áreas de vending que se necesitan. En cuanto al tipo de productos a expender; únicamente se señala que serán "variados".

Los interesados deberán solicitar la documentación en la Consejería que convoca la licitación; sita en la calle Eduardo Herrera s/n. Además, para ampliar información la entidad dispone de un correo electrónico anamaria.ariasmartinez@asturias.org y un número de teléfono 985 668 524.

Los operadores dispondrán de dos lugares para presentar los papeles. En la Consejería de Presidencia, Justicia e Igualdad, de lunes a viernes, de 9 a 14 horas, y en el Registro General del Principado de Asturias de lunes a viernes de 16.30 a 18 horas, los sábados de 9 a 14 horas.

ADJUDICACIONES

⇒ DOBLE ADJUDICACIÓN DE CONTRATOS VENDING EN CATALUÑA

Las autoridades públicas catalanas deben pensar eso de "dos mejor que uno". En el actual panorama de escasez de concursos públicos para la explotación de áreas de vending, diferentes organismos de Cataluña han adjudicado sendos contratos de este tipo. En ambos casos, el valor de las concesiones es de una cuantía bastante holgada.

Por un lado, la empresa Eurest Colectividades, S.L. se ha hecho con el contrato de explotación de la cafetería y restaurante self-service, además del servicio de máquinas expendedoras de bebidas y alimentos, para la nueva sede del Centro de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información de la Generalitat de Catalunya (Centre de Telecomunicacions i Tecnologies de la Informació).

El canon de explotación establecido es de 120.000 euros, y la empresa (que

se impuso a otros ocho competidores en el concurso) podrá desarrollar su labor durante tres años, más otras tres prórogas anuales.

OTRO TANTO DE SERUNIÓ

El operador de vending y colectividades se ha apuntado otro tanto al conseguir el contrato para el servicio de cafetería, restaurante y explotación de expendedoras para el Instituto de Seguridad Pública de Catalunya (Institut de Seguretat Pública).

En este caso, el valor estimado de este contrato para dos años, alcanza los 4.084.169 euros, IVA excluido.

⇒ ADIF ADJUDICA LA EXPLOTACIÓN DE EXPENDEDORAS EN LA ESTACIÓN MARÍA ZAMBRANO

El Administrador de Infraestructuras Ferroviarias (Adif) ha adjudicado el contrato de servicios de máquinas expendedoras de alimentación de la estación María Zambrano de Málaga a Caservén Vending, S.L. (AllianceVending), al considerar la oferta del

operador del PTA (Parque Tecnológico de Andalucía) la más ventajosa, por un importe de 127.419 euros de renta.

Para la adjudicación del contrato, que abarca 4 puntos de venta automática den-

TODA LA INFORMACIÓN
ACTUALIZADA LA PUEDE
ENCONTRAR EN
www.hostelvending.com

tro de la estación subterránea de María Zambrano y en las zonas de accesos de los aparcamientos, el Administrador ha valorado, además de la citada oferta económica y su viabilidad, diversos criterios técnicos como el volumen de negocio de las compa-

ñas concurrentes al concurso, calidad, primeras marcas en productos, precios, servicio postventa, entre otros.

En este sentido, cabe destacar la inclusión de módulos adjuntos a la batería de máquinas, para depositar los envases reciclables de los productos consumidos. Se trata de un servicio adicional que las empresas operadoras de vending están acostumbrándose a incluir en su paquete de oferta.

En palabras de Abraham García Ayllón, responsable de Márketing y Comunicación de Alliance Vending, esta concesión "supone una consolidación de la posición de liderazgo de la compañía en el segmento de vending de movilidad en la Costa del Sol, toda vez que la unidad de negocio Andalucía abarca más de un 70% de la cuota de mercado en estaciones de tren y autobús y puertos de la provincia malagueña".

"Además, desde el punto de vista emocional, nos enorgullece formar parte activa de esta infraestructura, esencial para la transformación de Málaga desde el punto de vista de las comunicaciones, con un presente y futuro espectaculares", concluye Abraham.

technology is beautiful



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

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

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



experience + innovation

United Coffee plantará cara a Nespresso con sus propias cápsulas

En una conferencia de prensa efectuada el pasado jueves, 23 de septiembre, desde la nueva sede central de United Coffee en Ginebra, el mayor holding de café de Europa ha anunciado que fabricará sus propias cápsulas.

Así lo confirmó el propio Per Harkjaer, Presidente Ejecutivo de la firma, que adelantó que esperan comercializar sus cápsulas en el plazo de medio año. A un precio similar al de la marca de Nestlé, la gama será válida para distintos tipos de bebidas calientes; no sólo café, sino también té y chocolates.

La venta de estas cápsulas se realizará para los mercados del hogar, el OCS y los bares y restaurantes. No se ha detallado, sin embargo, si la empresa desarrollará sus propias cafeteras automáticas, o si entrará en alguna negociación con un partner.

Durante la rueda de prensa, Harkjaer declaró que "de no ser por la existencia de obstáculos legales, lanzaríamos nuestro producto inmediatamente". Las palabras del ejecutivo hacen referencia indirecta al proceso legal que actualmente mantiene Nespresso y otro de los rivales del mercado, Sara Lee.

En la actualidad, el grupo de empresas que conforman United Coffee cuenta con una plantilla de 900 personas y produce más de 50.000 toneladas de café tostado al año. Además de proveer a la Gran Distribución como Carrefour, Mercadona, Tesco o Coop, también está presente en

grandes franquicias de alimentación como Subway o McDonalds, así como en los canales Vending y Horeca. Por otro lado, la firma también ha diversificado su gama

con cafés de Comercio Justo (a través de la marca Max Havelaar) y ha sido distinguida por su política sostenible con el certificado Rainforest-Alliance.



Máquinas expendedoras para recibir al Papa en Santiago

Benedicto XVI oficiará la misa en Santiago de Compostela el próximo 6 de noviembre. La plaza del Obradoiro, kilómetro cero de todos los peregrinos que realizan el

Camino de Santiago, es el lugar elegido para este evento. El emplazamiento, situado frente a la Catedral, dispondrá de varias zonas de descanso y avituallamiento, con máquinas expendedoras.

Los fieles, que podrán acceder al recinto, a partir de las 7.15 de la mañana, dispondrán de este servicio de vending para amenizar la espera; ya que la eucaristía no comenzará hasta las 16.30 horas. Los asistentes podrán dispensarse, por el momento, tanto snacks como bebidas frías y calientes.

El Obradoiro estará habilitado para recibir a 7.000 personas. Al ser año Xacobeo, se prevé una asistencia aproximada de 10.000 personas, por lo que se ubicarán pantallas gigantes: en el paseo central de la Alameda, en la plaza de Cervantes, las inmediaciones de San Martiño Pinario y el interior de la Catedral.

No es la primera vez que la Iglesia Católica acude al vending para cuidar a sus peregrinos; en el Vaticano ya usan máquinas automáticas que dispensan comida precocinada.



El consumo de productos altos en calorías aumenta un 70% tras el verano

que aportan una elevada cantidad de calorías supone un 70% más que en los meses de julio y agosto.

Este tipo de producto presenta una curva de consumo inestable a lo largo del año. No se venden menos que los artículos hipocalóricos pero experimentan picos de consumo en determinados meses.

Una barra pequeña de chocolate, por ejemplo, proporciona alrededor de 200 calorías y el correspondiente aporte energético. Además, favorece la segregación de endorfinas y otras sustancias que producen bienestar.

"Tras las vacaciones y con la vuelta a la rutina el consumidor invierte las tendencias que tenía adquiridas durante los meses de verano – explica Joan Miró, Director Comercial y de Marketing – aumentando el consumo de bollería,

ya que se atenúa la preocupación estética y además los productos hipercalóricos actúan de forma favorable contra la depresión". El chocolate contiene además alcaloides como la cafeína. Todo ello favorece que disminuya la sensación de tristeza.

Vendomat International pertenece al grupo italiano de distribución automática Vendomat. En nuestro país 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.

La empresa cerró el año 2009 con una facturación de 14 millones de euros, posicionándose de este modo entre los líderes del sector; que en su conjunto facturó aproximadamente 1.300 millones de euros, con 825 empresas activas.

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

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

EL PRESIDENTE DE EVE PASA REVISTA Y PREPARA EL IX ENCUENTRO DE PROFESIONALES

Más de cien personas participaron en los cursos organizados por la asociación de Vending de Euskadi. "El centro IMH de Elgoidar y ADEGI – asociación de empresarios de Guipúzcoa – fueron los encargados de gestionarlos y tramitarlos", explica el presidente de EVE, José Manuel Atxaga.

Las clases se daban en horario de tarde, para que "los alumnos pudiesen asistir después del trabajo". La oferta fue muy variada, y ajustada a las necesidades de los operadores: "Curso de fríos", "Contabilidad básica", "Electricidad básica" y "Marketing de ventas".

Atxaga se muestra satisfecho con los resultados obtenidos con las clases impartidas. En total se han dado 92 horas de cursos en grupos, como máximo, de 18 personas. Incluso, el presidente manifiesta que no se pudo albergar a todos los interesados. Aunque, destaca que en el "Curso de fríos", por el interés masivo que obtuvo por parte de los operadores de la provincia, se hizo una excepción y se dividió en dos grupos de quince personas.

El lugar donde se recibían las clases, variaba en función de la temática impartida. Cada curso tuvo una ubicación diferente. Por ejemplo, el aula de "contabilidad básica" fue cedida por el IMH de Elgoidar, y las clases se impartieron por una empresa "que se dedica a dar cursos de formación", explica.

Para el próximo año, aún no se han definido la temática de las clases, ni los emplazamientos para impartirlos, pero se está gestionando para que se realicen en los mismo centros. "Tuvimos mucho éxito, y no pudimos acoger a todos los interesados", comenta Atxaga. Algunos cursos tendrán continuidad; por ejemplo se EVE euskadi pais vasco vending asociacion maquinas expendedoras machines prevé un curso de contabilidad un poco más avanzada. "Aunque aún está por confirmar", comenta.

IX ENCUENTRO DE PROFESIONALES DE VENDING

El pasado jueves 7 de septiembre, los

miembros del comité de la asociación, se reunieron en asamblea para terminar de perfilar los temas del IX Encuentro de Profesionales de Vending, que se celebra el próximo 25 de noviembre.

Este año los temas principales serán "Innovar para avanzar" y la "Alimentación sana en el vending". Dos de las principales inquietudes del sector: "Estamos hablando con los distintos proveedores para ver que es lo que tienen más novedoso en telemetría, productos de pago, y demás", destaca Atxaga.

VISIÓN NACIONAL DEL VENDING

Aparte de la inquietud por la alimentación sana, en boga en el sector; el presidente destaca que la crisis sigue siendo el mayor problema con el que luchan los operadores. "Somos empresas de servicios, por lo que nos afecta directamente lo que le ocurre a otras", explica. Además, en ocasiones los distribuidores luchan directamente con la "mala guerra comercial, con el que operan algunos empresarios", concluye.

CONSTITUIDA EN SEPTIEMBRE LA ASOCIACIÓN VALENCIANA DE VENDING

El pasado viernes 24 de septiembre, los operadores valencianos se reunían para decidir si se constituía, en esta comunidad, la Asociación Valenciana de Vending. A la reunión asistieron 28 empresas de las tres provincias: Valencia, Alicante y Castellón. Por unanimidad, decidieron comenzar los trámites para componer la asociación.

Incluso, diez de las empresas a las que no les fue posible asistir "comunicaron su deseo de adherirse", según explicó uno de los responsables de la organización de esta reunión, Miguel Zarco. La cita del pasado viernes concluyó con la designación provisional del presidente, vicepresidente, secretario y tres vocales; estos últimos representarán a cada una de las provincias.

De esta manera, se han dado ya los pasos esenciales para la constitución definitiva de la Asociación Valenciana de Vending. Los responsables estiman que la primera asamblea oficial se celebrará a mediados de

octubre, para elegir la primera junta directiva y validar los estatutos definitivos, además de para confirmar la adhesión a la Federación de Asociaciones de Vending.

Sin duda, tras una noticia de este cariz, la Federación está cada vez más cerca; ya que según sus responsables se constituirá cuando exista el mayor número de asociaciones posibles. Esta iniciativa proviene, como viene informando puntualmente HOSTELVENDING.com, de 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).

BRUSELAS, ESCENARIO PARA LA ASAMBLEA DE LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE VENDING

La asociación europea de vending, EVA, está preparando su Asamblea General Anual del 2010. Tras la buena experiencia del pasado año (que se centró en la temática de la imagen), en esta ocasión se celebrará un evento doble. A la asamblea se le unirá una conferencia sobre el sector del vending como grupo de presión en la Unión Europea. Y qué mejor escenario que Bruselas.

De hecho, por primera vez, se organizará un cocktail de bienvenida en el Parlamento Europeo, donde los participantes tendrán la oportunidad de conversar algunos de los eurodiputados de todos los países de la UE.

En este evento, que transcurrirá entre los días 8 y 9 de diciembre, se debatirán las decisiones que marcan el camino del sector a nivel europeo. Además, es una ocasión para intercambiar información con otros profesionales, y para conocer de primera mano las operaciones y logros conseguidos por la asociación.

Al mismo tiempo, la EVA presentará su Plan de Negocio para los próximos dos años. Los no miembros también están invitados a participar en la Asamblea.

Por último, además de crear un nuevo logotipo hace unos meses, la asociación ha lanzado recientemente su nueva página web, que muestra un aspecto renovado.

Las franquicias de tiendas automáticas embrujan a Sevilla

Abierto 25 horas participó en la feria de las franquicias de Sevilla, como ya se avanzó en esta publicación. Los organizadores del evento gestionaron más de 250 citas de 20 minutos para las franquicias que participaron. ElVending, representado por la empresa Eraventa, ha tenido una gran aceptación, y los responsables de la franquicia de tiendas automáticas 24 horas están satisfechos de los resultados obtenidos. "La aceptación ha sido muy buena", explica a HOSTELVENDING.com el representante de la empresa en Sevilla, Oscar Castaño. "Teníamos la agenda completa", añade.

Los interesados en unirse a esta red de tiendas self-service conocían "ligeramente" en qué consistía la empresa, "la mayoría sólo estaban interesados en matizar algunas dudas", comenta Castaño.

Para una persona que se plantea abrir un local de máquinas expendedoras "Abierto

25 horas", lo primero que los responsables le indican es que deben "tener ganas de emprender un negocio sin riesgo, novedoso, rentable y con un total apoyo". De hecho, la mayoría de las preguntas que han hecho los entrevistados han ido dirigidas hacia "la rentabilidad de la inversión" y cómo se gestionaba el "suministro de mercancía". Pero, la mayor preocupación ha estado en "la financiación", arguye Castaño.

La feria andaluza ha sido muy provechosa para Eraventa; ya que han conseguido transmitir los valores de la venta automática, y más concretamente la oportunidades que presenta su franquicia: "muchos de los candidatos salieron totalmente decididos a embarcarse en la aventura de abrir este negocio".

Además, los candidatos han valorado positivamente las ventajas que presenta una franquicia de máquinas expendedoras. "Es



algo muy distinto al resto que se presentaban en la feria; funciona 24 horas y sin personal, ¿quién lo iba a decir!", concluye Castaño.

vasos **chocolate** **paletinas** **azucar**
monodosis **leche** **te** **café**

Café en grano y productos solubles
 Completa gama de artículos para el vending y minivending
 Primeras marcas:

CoffeePot **ristora**

Telf. 93 729 64 20
 Fax 93 747 90 39
vendiser
 www.vendiser.com - info@vendiser.com

EN 2010, ECOEMBES SUBIÓ SU TARIFA UN 35%

La denuncia a Ecoembes por la tasa de los puntos verdes sigue su curso

A PRINCIPIOS DE AÑO, ANFEL (ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES E IMPORTADORES DE ELECTRODOMÉSTICOS DE LÍNEA BLANCA) Y E-FAPE (ASOCIACIÓN FABRICANTES PEQUEÑOS ELECTRODOMÉSTICOS) INTERPUSIERON UNA DEMANDA ANTE LA COMISIÓN NACIONAL DE LA COMPETENCIA A ECOEMBES; SOCIEDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO QUE GESTIONA LOS PUNTOS VERDES EN ESPAÑA-. EN 2010, ESTA ORGANIZACIÓN SUBIÓ SU TARIFA UN 35%. LAS EMPRESAS DEL SECTOR INTENTARON NEGOCIAR LA SUBIDA, PERO "NO HA HABIDO POSIBILIDAD DE NEGOCIACIÓN", SEGÚN HA DECLARADO A HOSTEL VENDING EL DIRECTOR GENERAL DE ANFEL, ALBERTO ZAPATERO.

Las empresas que generan esta clase de residuos (entre los que se encuentran los fabricantes de envases, vasos y demás tipo de packaging usado en la industria del Vending) tienen obligación de pagar la tasa del punto verde, gestionado en exclusividad por Ecoembes, para que se hagan cargo de los residuos. Así lo estipula el artículo 10 de la ley 11/97 de Envases y Residuos.

"Los sistemas integrados de gestión se financiarán mediante la aportación por los envasadores de una cantidad por cada producto envasado puesto por primera vez en el mercado nacional, acordada, en función de los diferentes tipos de envases, por la entidad a la que se le asigne la gestión del sistema, con los agentes económicos participantes en el mismo.

Esta cantidad, idéntica en todo el ámbito territorial del sistema integrado de que se trate, no tendrá la consideración de precio ni estará sujeta a tributación alguna y su abono dará derecho a la utilización en el envase del símbolo acreditativo del sistema integrado".

Esta ordenanza se elaboró para que España cumpliera el compromiso adquirido con la Unión Europea en materia de medio ambiente y desarrollo sostenible, cuando se adhirió a la Directiva 94/62/CE.

El territorio español sólo dispone de una única organización para gestionar estos puntos: Ecoembes. Por ello, Anfel y e-Fape denunciaron a la organización; ya que se impuso una subida del 35%. Actual-

mente, la Comisión Nacional de la Competencia ha admitido a trámite la denuncia. Y los demandantes se encuentran a la espera de la resolución. "Nuestros abogados no nos han dado mucho información, sólo nos han dicho que probablemente se conozca la resolución antes de que finalice el año", explica Zapatero. Aunque la denuncia se haya admitido a trámite, las empresas deben continuar pagando la tasa; ya que de lo contrario estarían in-

curriendo en un delito.

Este tema preocupa obviamente al sector de las máquinas expendedoras; ya que muchos de los fabricantes de los productos dispensados deben pagar esta tarifa, encareciendo su precio. Por ello, el Vending se solidariza con la denuncia y actualmente, este tema se está tratando en el Comité de Proveedores de ANEDA, tal y como informó Javier Bobo Ibañez, de Azkoyen.



ANTONIO BARRÓN, DIRECTOR DE EMPRESAS ADHERIDAS Y COMUNICACIÓN DE ECOEMBES

"Si las tarifas no hubieran subido un 35%, Ecoembes habría entrado en quiebra"

¿Ecoembes es una sociedad independiente del gobierno?

Sí. Ecoembes es una sociedad sin ánimo de lucro fundada por la industria envasadora para crear y diseñar un Sistema Integrado de Gestión (SIG) que permitiera, de acuerdo a la Ley de Envases, la recuperación y el reciclaje de los envases ligeros (envases de plástico, briks y latas) y envases de cartón y papel. Es la herramienta creada por la industria envasadora para dar cumplimiento a unas obligaciones legales (Ley de Envases) de la forma más eficiente posible.

¿Por qué Ecoembes realizó una subida del 35%?

La Comisión Delegada de Ecoembes aprobó una subida media de las tarifas del Punto Verde de un 35,8% para los ejercicios 2010 y 2011 para hacer frente al grave déficit de Ecoembes provocado por la crisis económica, y así.

En 2008 y 2009, los ingresos de Ecoembes descendieron, tanto por la menor venta de productos envasados (las empresas pagan a Ecoembes en función de los envases que ponen en el mercado), como por la caída de los precios de venta de los materiales recuperados (ingresos utilizados para minorar la aportación que tienen que hacer las empresas), en mínimos históricos. Por el contrario, los gastos de la recogida selectiva que realiza a los Ayuntamientos mantuvieron una tendencia alcista, motivada por la creciente aportación ciudadana de envases a los contenedores (kilogramos por habitante y año).

La subida de tarifas fue aprobada por la Comisión Delegada de Ecoembes, que representa a los amplios sectores de las empresas envasadoras que crearon la sociedad. Se trata, por lo tanto, de una decisión colegiada, tomada por las propias empresas.

¿Qué motivos, principalmente, le llevaron a tomar esta decisión empresarial?

Si no se hubiese subido las tarifas, Ecoembes hubiera quebrado y no hay que olvidar que Ecoembes es la herramienta crea-



Después de hacernos eco de la denuncia sobre Ecoembes (que, a fecha de edición, sigue su curso), la sociedad se puso en contacto para exponer su versión de una situación que afecta directamente al sector del Vending. Según Antonio Barrón, Director de Empresas Adheridas y Comunicación de Ecoembes, la tarifa sobre la recogida de residuos de envases aumentó en un 35,8% para hacer frente a su grave déficit; ya que se trata de una sociedad sin ánimo de lucro creada por la industria del packaging. Además, Barrón también explica por qué las tarifas no pueden ser negociadas.

da por las propias empresas para cumplir con la Ley de Envases de la forma más eficiente posible.

¿Está prevista tener alguna reunión con las empresas afectadas por la subida?

Ecoembes ha realizado y está realizando permanentemente reuniones periódicas con todas las asociaciones empresariales y empresas con el objetivo de explicarles la situación financiera, los motivos de la subida de tarifas, así como las perspectivas, y medidas a tomar, contempladas para los próxi-

mos años en el Plan Estratégico. Ha sido siempre voluntad de Ecoembes mantener todas las reuniones necesarias para explicar nuestros argumentos a las empresas y escuchar atentamente toda sus razones o dudas.

Al parecer, nos han comunicado que Ecoembes, no dio posibilidad de negociación. ¿Se le solicitó una reunión para negociar el incremento en la factura? ¿Antes de interponer la demanda Anfel y e-fape?

La subida de las tarifas del Punto Verde fue propuesta por la Comisión Técnica de Materiales, donde están presentes empresas de todos los sectores, y es aprobada por la Comisión Delegada de Ecoembes, órgano que representa a los accionistas, entre los que las propias empresas envasadoras representan el 55%.

Hay que destacar también que las tarifas del Punto Verde no pueden ser negociadas ya que están calculadas en función de los costes que se deben financiar, por Ley, a los ayuntamientos y entidades locales en concepto de recogida selectiva (contenedores, plantas de selección, servicio de recogida de residuos, etc.). Ecoembes es una empresa sin ánimo de lucro, no es una empresa comercializadora que reparta beneficios. Si las tarifas no hubieran subido en ese porcentaje, Ecoembes hubiera entrado en quiebra.

Esto se explicó en las reuniones mantenidas con todas las asociaciones empresariales excepto las dos mencionadas, las que no dieron opción a Ecoembes a poderse lo explicar personalmente.

¿Se sabe cómo va la tramitación de la denuncia?

Por lo que sabemos, el proceso sigue su cauce normal. Ecoembes recibió un requerimiento de información por parte de la Comisión Nacional de Competencia al cual dimos procedimiento hace casi un año y la CNC aún no se ha pronunciado sobre si admitirá a trámite la denuncia o si, a la vista de la información aportada, la archivará definitivamente.



Cuatro tazas de café al día para prevenir el cáncer

A las propiedades tradicionales atribuidas al café, ahora un estudio de la Universidad de Utah le atribuye la prevención del cáncer de cabeza y cuello, según publicó la revista especializada *Cancer Epidemiology, Biomarkers & Prevention* de la Asociación Americana para la Investigación del Cáncer. Los investigadores utilizaron los datos de nueve estudios en donde se analizaban a los bebedores asiduos de café, con una media de cuatro tazas al día; junto con personas que no lo consumían nunca. Se descubrió que los apasionados por el oro líquido tenían un 39% menos de probabilidad a padecer cáncer de boca y faringe.

CON MESURA

Sin embargo, otro estudio elaborado por expertos del Imperial College de Londres, y publicado en la misma revista, indicaba que los bebedores asiduos del oro líquido eran más propensos a desarrollar angiomias. Este riesgo se detectó en las personas

que bebían más de cinco tazas de café o té al día. Ya se sabe: todo en su justa medida. A pesar de ello, Mia Hashibe, investigadora titular del estudio de Utah, resalta que el valor de sus resultados radica en que utilizan una muestra mayor que otras investigaciones; ya que utilizan las entrevistas realizadas para nueve estudios diferentes. Esto, según indica, hace únicos los resultados obtenidos y otorga un mayor poder estadístico para detectar asociaciones entre el café y el cáncer.

CAFÉ Y FELICIDAD

No es la primera vez que HOSTEL VENDING se hace eco de estudios relacionados con el café; ya que dentro del vending ocupa un lugar muy especial. Esta publicación ya informo sobre cómo el descanso de diez minutos para el café reparte felicidad en el lugar del trabajo, tal y como indicaba una investigación de la Universidad Autónoma de Madrid

Prevención sanitaria para las máquinas de café en México



La Secretaría de Salud de Tabasco (México), encabezada por Luís F. Graham Zapata, reforzará las inspecciones sanitarias a las máquinas expendedoras de café. Los aparatos, sin un debido cuidado, pueden convertirse en focos de infección, "dándose casos de salmonelosis y de otras toxinas que causan enfermedades", según publica el diario El Heraldo.

Aunque son totalmente preventivas porque, en 2009, se realizaron 451 supervisiones sanitarias, y los aparatos salieron victoriosos.

Esta inspección se hizo en base a la normativa 093 SSA I 1994 que se aplica para regular las prácticas de higiene y sanidad en la preparación de alimentos que se ofrecen en establecimientos fijos. Lo que se va a hacer ahora, consiste en reforzar los análisis de las 300 máquinas de café ubicadas en hospitales y oficinas.

Las máquinas de vending de café, realizan la mezcla con leche granulada y agua caliente. Dada la delicadeza de estos alimentos y la temperatura a la que se tratan, el Jefe de Productos y Servicios de la Secretaría de Salud, Víctor Torres, estimó oportuno reforzar las medidas preventivas, con el fin de evitar focos de infección en la localidad.

México lleva tiempo luchando para evitar infecciones alimentarias en este sector, de hecho, en junio se clausuraron tres aparatos que dispensaban zumos en Durango, según informó El Siglo de Torreón.

Estas medidas apartan a los operadores poco serios, y dignifican un sector de distribución con un alto grado de profesionalidad internacional.

Los profesionales de la salud son los que más café toman en el trabajo



Con motivo de la celebración del "Día Nacional del Café" en Estados Unidos, el miércoles 29 de septiembre, la agencia Harris Interactive preparó una encuesta online para sondear cuáles son los profesionales que más café consumen en el país y cuáles son algunos de sus hábitos de consumo más destacados.

La encuesta está promovida por la cadena de cafeterías Dunkin' Donuts y la web de empleo CareerBuilder. En ella se ha tenido en cuenta la opinión de más de 3.600 trabajadores de todo el país; funcionarios y de empresa privada, a jornada completa y no autónomos.

Teniendo en cuenta este perfil de consumidor, se ha llegado a varias conclusiones realmente interesantes para el operador de vending de bebidas calientes.

Por ejemplo, la lista de profesiones que más café consumen durante su jornada laboral está encabezada por los enfermeros y los médicos; un dato que viene a corroborar la importancia que tienen los hospitales y centros sanitarios como nichos de mercado para el vending.

Dentro del ranking de consumidores, el tercer lugar del cajón lo ocupan los empleados hoteleros. Recordemos que, en este sector, se está produciendo un uso más frecuente de las

máquinas expendedoras por parte de las cadenas hoteleras, en especial las llamadas low-cost.

La lista se completa con: diseñadores, comerciales de seguros, manipuladores de alimentos, ingenieros, profesores, empleados de marketing, científicos, operadores de maquinaria y funcionarios administrativos.

EL CAFÉ, UN AMIGO

Como siempre hemos apoyado desde esta publicación, hacer un descanso en el trabajo para tomar un café incrementa la productividad y mejora las relaciones entre los trabajadores.

La encuesta de Harris nos vuelve a dar la razón, ya que casi tres de cada cinco trabajadores norteamericanos reconocen que son menos productivos sin una taza de café en el cuerpo.

De hecho, el 37% de los encuestados toma al menos dos cafés durante su jornada laboral. Otro de los datos que interesará sobremanera al empresario de máquinas expendedoras es que la conveniencia es un factor clave: el 75% de los empleados no recorren más de 400 metros para su "cafelito".

Una vez más, las máquinas automáticas están ahí cuando se las necesita.

En todo el mundo, los filtros de agua EVERPURE ofrecen la solución ideal para los problemas de la calidad del agua en el "Vending" y "Hostelería". Por su experiencia de más de 65 años, EVERPURE es el Especialista (Leader) en la fabricación de filtros de agua en el punto de consumo.

Filtros de agua EVERPURE para expendedores de bebidas frías y calientes

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

ScaleKleen™
 un producto desincrustante basado sobre ácido cítrico activado.
 ■ eficaz, pero no corrosivo.
 ■ ecológico: biodegradable a 100%, no necesita un tratamiento neutralizante, antes de arrojarlo en el sistema de aguas residuales.
 ■ sin riesgo: tan eficaz como ácidos minerales, pero sin sus inconvenientes.
 ■ práctico: puede aplicarse en el punto de consumo.

KIT DESCALCIFICADOR PARA VENDING

El sistema BWSO-2000
 una combinación de un filtro clásico EVERPURE y un cartucho de resina. El cartucho de resina puede regenerarse AUTOMÁTICAMENTE en el taller. Para todos los problemas de calidad de agua al consumo, no olvide de contactarnos.

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

EVERPURE (Europe)
 Industriepark wolfstee toekomstlaan, 30 cp b-2200 herentals - Belgium - tecnovending@tecnovending.com

EVERPURE

WATER YOU CAN TRUST.®



EMPRESA: N.I.SI

LAS CUCHARILLAS DEL CAFÉ SE VUELVEN ECOLÓGICAS

La empresa italiana N.I.SI srl está especializada en la elaboración de paletinas desde 1978. La compañía distribuye sus productos a las principales empresas de vending y Horeca (hostelería, restauración y catering).

Ahora, introduce en su gama de cucharillas la versión más ecológica de su oferta: paletina bio. Se trata de un producto elaborado con un componente biodegradable que permite su descomposición natural.

Su dilatada trayectoria en el vending, hace que las paletinas se adapten a las necesidades del sector. De hecho, también se ha mejorado el diseño de la paletina bio. Ahora se presenta con bordes redondeados que respetan la resistencia y rigidez necesario para las bebidas calientes.

Además, las máquinas expendedoras de café pueden dispensar mejor la paletina, gracias a esta transformación; ya que, los bordes opacos disminuyen la fricción de la cucharilla con el aparato.

EMPRESA: N&W GLOBAL VENDING

N&W PROFUNDIZA EN LA HOSTELERÍA HOSPITALARIA CON KOBALTO

Esta máquina dispensadora de bebidas calientes está especialmente diseñado para las oficinas, cocinas y otras dependencias administrativas de hospitales, centros geriátricos, residencias de ancianos, etc.

Es un modelo de máxima producción; de hecho admite tres salidas de café simultáneas, ahorra recursos y tiempo, ya que un hospital hay que servir plantas enteras. Y sobretodo es

un modelo versátil que permite trabajar con todo tipo de producto; no hay que olvidar que las recetas para los pacientes son más exigentes.

La máquina también admite la posibilidad de ampliar al doble la capacidad de los contenedores, gracias a un kit que el fabricante ha diseñado exclusivamente para garantizar mayor autonomía.



EMPRESA: VICENTE VIDAL

NUEVO FORMATO ADAPTADO AL VENDING, GAMA GRAN SELECCIÓN

La empresa valenciana Papas Vicente Vidal lleva 30 años en el sector. En la actualidad, cuenta con unas modernas instalaciones de 8.000 metros cuadrados. Sus productos se adaptan a los nuevos tiempos y sus demandas, y por ello han elaborado un nuevo formato adaptado al vending para la gama Gran Selección.

El nuevo envase de las patatas fritas Gran Selección se encuentra adaptado para la venta a través de máquinas de expendedoras con carril sencillo. Este snack salado se elabora en caldera extracrujiente, especial para los paladares más exigentes.

La bolsa convencional de estas patatas

mide 18 cm de alto y 12 cm de ancho. La gama Gran Selección, que se puede comprar en las máquinas expendedoras, presenta un formato de 16 cm de alto y 9 cm de ancho. 30 gr de patatas tradiciones, ideales para dispensarse en máquinas combo, es decir, aquellas que ofertan bebidas y alimentos sólidos.



EMPRESA: GRUPO MATARROMERA

EL PRIMER VINO SIN ALCOHOL PARA MÁQUINAS EXPENDEDORAS

El grupo bodeguero Matarromera lanza al mercado internacional el primer producto elaborado con vino desalcoholizado, con cero grados de volumen de alcohol. EminaZero es una bebida pionera que nace como respuesta a la cada vez mayor demanda, en España y en el resto del mundo, de personas que se inclinan hacia un consumo responsable y comprometido con la salud y el cuidado de su dieta. La empresa comercializará distintas variedades



des de EminaZero: tinto, blanco, rosado y espumoso, siendo éste último el primer champán 0,0% del mercado. EminaZero es pionero por ser el primero en su categoría pero también por presentarse de forma diferente: en botella convencional de 750 mililitros y en lata inoxidable de 200 mililitros. La versión en lata mantiene todas las propiedades de la versión en botella y es una solución pensada para todo tipo de situaciones y segmentos de población.

EMPRESA: SIMAT

LÍNEA PREMIUM: RENOVACIÓN E INNOVACIÓN

Simat renueva su Línea Premium de solubles. En el mercado, el primer producto top ventas de la marca que ya viene con el nuevo envase es la Leche Soluble Azul. También se renueva la imagen de sus actuales chocolates Cao y Fondant. Todos se presentan en renovada bolsa de fondo plano de 1 kg. Además, el relanzamiento viene acompañado de dos novedades con un toque muy dulce.

Choco Sport, chocolate con un toque avainillado, ofrece un equilibrado aporte nutricional para empezar con energía el día.



Y Choco Bombón, la bebida ideal para hacer una dulce pausa durante la jornada y degustar el mejor chocolate abombonado.

Las nuevas bolsas son ahora más estilizadas, en línea con los nuevos tiempos; porque degustar un chocolate es un placer para los sentidos y Simat ha hecho una apuesta para, además de ofrecer a sus clientes la más amplia gama de preparados lácteos, también demostrar al mercado que va a sorprender con los nuevos chocolates.



EMPRESA: A BUNCH OF CARROT FARMERS

EL SNACK DE ZANAHORIA

Baby Carrots es un snack que viene a romper todos los prejuicios o desventajas que pudiera tener el vending saludable. La nueva golosina no son más que pequeñas zanahorias, del tamaño y color de cualquier snack de patata de Cheetos, por ejemplo, pero con todas las propiedades

nutritivas de esta hortaliza. Los impulsores de esta idea tan arriesgada como genial son "una panda de agricultores de zanahorias". Literalmente. "A Bunch of Carrot Farmers", nombre del grupo empresarial, es una alianza de 50 agricultores de California (encabezados por Bolthouse Farms, gran productor agrícola de la Costa Oeste) que ha dicho

basta a la distribución con intermediarios y a la injusta fama del Vending como hogar de la "comida basura".

Además de una campaña en medios de 25 millones de dólares, la empresa también ha iniciado ya la implantación del producto en colegios e institutos de Estados Unidos, con máquinas instaladas en Cincinnati y Nueva York. Y todas ellas expendedoras, exclusivamente, bolsas de zanahorias.

EMPRESA: RHEAVENDORS



LA PRIMERA EXPENDEDORA DE CAFÉ INTERACTIVA

En la parcela de las bebidas calientes y el café, tótem del negocio del vending, existe ya un buen número de máquinas con displays LCD de todos los tamaños. Sin embargo, todavía no se había presentado un modelo que reuniese características interactivas. Este anhelo se materializa en la Luce x2 touchTV.

El monitor touch-screen es de 22 pulgadas y, además de su evidente capacidad de atracción, multiplica las posibilidades de personalización, abriendo a los gestores y usuarios un nuevo mundo de interactividad. El diseño del frontal se complementa con una original puerta cóncava, donde el compartimento para apoyar el vaso se ilumina (gracia a unos LEDs) cuando la bebida elegida está lista.

Las dos torretas independientes permiten el uso en varias combinaciones de vasos de diámetros distintos (70, 73, 78, 80), en cartón o plástico, con una autonomía de hasta 850 vasos.

Siguiendo con las innovaciones tecnológicas, la unidad está preparada para los sistemas de pago cashless (en paralelo, ejecutivo o MDB), además del tradicional pago con monedas.

Por otro lado, y para finalizar, cabe destacar el cuidado por optimizar el ahorro de energía, a través de varias soluciones, entre las cuales está la capacidad de programar el apagado y encendido de la máquina en determinadas fases horarias, durante las cuales el distribuidor permanece en stand-by.

EMPRESA: CEREZO DIVER

HIGIENE EN LOS SANITARIOS POR 1 EURO

El distribuidor Cerezo Diver propone una máquina de vending que dispensa packs higiénicos. Un aparato asequible para cualquier operador, además de útil y barato para el cliente. Esta máquina está pensada para bares o lugares públicos con mucho tránsito de gente; que es donde este producto tiene mayor rentabilidad.

El pack está compuesto por: un cubretaza para los sanitarios, papel higiénico de doble capa, una lamina de jabón y una toallita de celulosa para secarse las manos; y todo por un euro.

Además, todos los productos son 100% biodegradables, por los que después de su uso el consumidor puede tirarlos para el WC. El plástico de la bolsa se diluye al contactar con el agua sin atascar tuberías ni dañar el medio ambiente. Al operador se le entrega un certificado farmacéutico que lo acredita.

Según la empresa, la máquina se puede amortizar en dos meses y medio. La unidad se comercializa con dos cargas, cada una de ellas con 110 paquetes.

El tamaño de la dispensadora permite ubicarla en cualquier espacio cerca o dentro de los baños. Puede caber en cualquier establecimiento con aglomeración de gente. De hecho, se puede colocar en hospitales, bares, estaciones de trenes, entre otros lugares.

Este pack está especialmente pensado para el vending; aunque la empresa también se está abriendo a la venta directa en farmacia. A pesar de ello, el distribuidor resalta que su margen potencial de venta se encuentra sobre todo en las máquinas expendedoras.



EMPRESA: VENDIN

SOLUBLES DISEÑADOS ACORDE CON LA INNOVACIÓN



La empresa Vendin estrena nuevos diseños para sus packaging de la gama SpressoIn, orientada al operador de Office Coffe Service; mercado para el que la empresa ha introducido este año nue-

vos productos, ya que han incluido una amplia oferta de cápsulas de café, que se unen a los sobres de leche, chocolate, cacao y otros.

El nuevo diseño de los envoltorios se encuentra más acorde con la constante innovación que esta gama requiere.

Cabe recordar que la gama de solubles de esta empresa madrileña es genérica y, por tanto, se puede utilizar en cualquier máquinas cuyo grupo de café no sea de diseño exclusivo.

La renovación del envase respeta la conservación del producto en atmósfera protectora, asegurando de este modo su calidad durante una vida útil de 18 meses; un punto que los operadores de máquinas expendedoras tienen muy presente a la hora de adquirir y gestionar el volumen de consumibles para su negocio.

EMPRESA: PEPSICO

ÚLTIMAS NOVEDADES EN SNACKS

En otoño, Matutano apuesta por el vending de cacahuets y pistachos. La marca tiene una amplia gama de frutos secos: anacardos, almendras, cacahuets... Ahora, de cara a esta nueva campaña, incorpora a su selección dos nuevos productos: "Trimix", una mezcla de tres clases de cacahuets, y "Pistachos, receta campesina". Ambos snacks se presentan en bolsas de 35 gramos; lo que los hace ideales para su venta en máquinas expendedoras.

Trimix ofrece al consumidor "diferentes texturas en un mismo envase", tal y como reza el slogan de la nueva apuesta de Matu-

tano. Y es que, está compuesto de cacahuets fritos con sal, crujientes con sal y crujientes con sabor barbacoa.

Los pistachos, entran dentro de la gama vending de frutos secos, elaborados al horno con su especial receta campesina; que también utiliza la marca para sus patatas.



hasta el momento no habían ideado la forma de vender aceite a través de esta canal de distribución.

La normativa europea prohíbe la venta a granel de aceite, siempre debe estar debidamente envasado. Por ello, la máqui-

La empresa italiana Leche Sana ha diseñado un aparato de vending para dispensar aceite. El vending de este producto es diferente al de la leche, aunque surgió con la misma filosofía. Los intermediarios se llevan un porcentaje muy alto, y el agricultor obtiene un bajo beneficio de su trabajo. Pero,

EMPRESA: LECHE SANA

DE LA LECHE FRESCA, A LA EXPENDEDORA DE ACEITE

na que han diseñado es diferente a la de leche, y se ajusta perfectamente a esta normativa. Se dispensa el aceite embotellado y precintado, tal y como estipula la ley europea. El cliente debe llevar una botella de 1/2 litro o 75 cl, según el tipo de aparato.

La empresa propone una simulación de la rentabilidad del aparato: en 360 días, si el litro se ha vendido a 3,50€ y la máquina ha dispensado 20 litros al día se obtendría 3.200€ de beneficio neto, incluyendo el pago del aparato.

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



www.hostelvending.com

el mundo del vending en tus manos



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

abiertos a la actualidad del vending



Revolucione su negocio con
CashFlow® 8000



Gestión
total del
efectivo

Gama de
pago sin
efectivo
integrado con
MIFARE®

Data Merge™
La solución
más sencilla
para la captura
rápida de la
contabilidad

- **Gestión total del efectivo:**
 - Por primera vez puede acceder a todos los datos de contabilidad de todas sus máquinas
 - Un único punto de contabilidad le permite un proceso de captura sencillo y coherente y que elimina los errores
 - Disponible con la gama más completa de opciones para la captura de contabilidad, incluyendo USB y Bluetooth®
- **Diseñado para ofrecer un control completo del efectivo:**
 - Reloj en tiempo real que garantiza un control completo del efectivo y una reducción del hurto
 - Tecnología Autofloat™ patentada que optimiza la cantidad de cambio almacenado en los tubos
- **Diseñado para ofrecer más opciones de pago sin utilizar más hardware:**
 - La solución de pago con y sin efectivo más asequible, con opción cashless integrada
 - La libertad que ofrece el estándar abierto MIFARE®

Hacer que su parque de
máquinas sea más rentable
será mucho más fácil

Póngase en contacto con nosotros
para obtener más información:
917 497 516 o

eurovending.sales@meigroup.com

The Complete Payment Solution



