

hostel vending

enero - febrero 2011 | nº 57

CALIDAD SERVICIO

El operador de OCS no puede soportar el mareante encarecimiento de los precios al que hemos asistido en la segunda mitad del 2010

EL CAFÉ VUELVE A SUBIR

EUROVENDING

Se celebrará en Ifema (Madrid), los días 23, 24 y 25 de noviembre

VASOS Y PALETINAS

Las soluciones sostenibles, más que una moda



Saeco Aliseo

La nueva generación con ADN ecológico

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

Saeco comprometida con la protección del medioambiente

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



Saeco Ibérica, S.A.

Sant Ferran, 34-36 P.I. Almeda 08940 Cornellà de Ll. Barcelona
 Tel: 934740017 Fax: 934740434
 Delegación Madrid: P.I. Prado de Regordoño, Torres Quevedo,
 nave 18 28936 Móstoles - Madrid Tel. 916475750 Fax: 916475195
 e-mail: saeco.saecolberica@philips.com Web: www.saecovending.es

Saeco

Espresso Feeling



Solista:
 grandes prestaciones,
 en dimensiones
 muy compactas

LA SOLUCIÓN IDEAL PARA PEQUEÑOS EMPLAZAMIENTOS

El nuevo modelo Table Top de Necta atrae con su diseño innovador, elegante y tecnológicamente avanzado. Grandes prestaciones: el grupo de café expreso Z4000 y la tecnología Freemix para solubles, garantizan una elevada calidad de las bebidas suministradas.



NECTA

ES UNA MARCA DE
N&W

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

www.nicola-crescenzi.com



SUMARIO 57

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

LAS ESTRELLAS DEL OCS 2011



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

Empresa

8 / Comestero encara el 2011 con soluciones de pago para todos los sectores

El fabricante italiano presentó tres lanzamientos: RR6 HD, el primer monedero de cambio; los sistemas cashless World Key y World Key Lite, basados en la plataforma tecnológica Mifare, y Apollo XL, el nuevo sistema de descuento para máquinas de bar y Horeca.

10 / 5.000 expendedoras de Coca-Cola incorporarán el pago por teléfono móvil

Bélgica y Luxemburgo se convertirán en los primeros países europeos que integren el pago por teléfono móvil en máquinas expendedoras de Coca-Cola. El sistema de pago, a través de recargas, es realmente innovador y cómodo para el usuario.

12 / Servint se introduce en el OCS como distribuidor exclusivo de Nespresso

Ofrecerán cafeteras, cápsulas y servicio técnico de manera integral a sus clientes en la zona sur de Madrid, Toledo y provincias colindantes. "Teníamos claro que queríamos estar presentes en este sector, y que si lo hacíamos debía ser con alguien de calidad".

16 / Se confirma el ERE de Azkoyen Industrial, mientras el Grupo sube en Bolsa

Al cierre de la edición, de los 145 empleados de esta división se planeaba despedir a 50. Estas medidas adquiridas por la empresa navarra han sido satisfactorias para los inversores. Tras anunciar sus planes, Azkoyen experimentó una revalorización de un 12,01%.

17 / Eureka Vending: "Existen competidores en las tiendas 24 horas que importan maquinaria china"

La empresa asturiana apuesta desde sus comienzos por la calidad. Siempre han optado por productos fabricados en Europa. "Nuestras tiendas son iguales desde que instalamos la primera en el año 2000, la constancia y la calidad hace que creamos un producto 100% europeo", destaca su director comercial, Ramón Menéndez.

Noticias

43 / El tabaco en gasolineras aumentará hasta un 30% las ventas de otros productos

Los empresarios de estaciones de servicios se muestran optimistas por el aumento de ventas que puede generarles la mayor afluencia de clientes a sus tiendas, incluso personas sin vehículo. El tabaco servirá de reclamo para la venta de otros productos.

48 / El Gobierno promueve incentivos fiscales para las pymes y autónomos

Todas las empresas que facturen hasta 10 millones de euros tributarán por el tipo reducido, establecido en el 25%, por los primeros 300.000 euros de su base imponible, lo que beneficiará a unas 40.000 empresas según los cálculos del Gobierno.

50 / Más de 100 asistentes en el I Certamen de Profesionales de Andalucía

Más de 80 representantes de empresas del sector estuvieron presentes en el I Certamen de Profesionales de Andalucía. Cádiz, Almería, Málaga... "no faltó representación de ninguna provincia andaluza".

Especiales

20 / Las soluciones sostenibles en vasos y paletinas, más que una moda

Sin apoyo, ni financiación gubernamental y en medio de una etapa de encarecimiento de la materia prima, las empresas de vasos y paletinas siguen buscando vías para cuidar el medio ambiente y ser competitivas.

36 / Office Coffee Service: calidad y servicio contra la tiranía de los precios

Tras 6 meses subiendo a niveles estratosféricos, el precio del grano ha encarecido el vaso de café. El nivel de desempleo, la ley antitabaco... muchos son los factores en juego que condicionan la expansión del Vending de café para empresas.

Ferias

24 / El sector del Vending se embarca en la primera convención celebrada en un crucero

Los mismos responsables de Venditalia, con el apoyo de Confida (la asociación italiana), han programado un evento único: Vending Cruise 2011, la primera convención empresarial que se celebra en alta mar. Ojo, hace parada en Barcelona.

25 / El Vending español vuelve a celebrar su feria: Eurovending 2011

El Comité de Proveedores de Aneda, con el visto bueno de la asociación, ha confirmado que se encargará de la organización del evento. Eurovending 2011 no será una feria independiente, sino un salón que estará integrado dentro de Horeq, la feria de hostelería que se celebra en Ifema (Madrid), los días 23, 24 y 25 de noviembre.

26 / El café para oficina fue el gran protagonista de Hostelco 2010

Desde el mismo recinto de Fira de Barcelona Montjuïc, los enviados de HOSTEL VENDING se empaparon del carácter profesional del evento, que puso el broche al calendario ferístico del pasado año.

Licitaciones

44 / LICITACIÓN pública de vending

Productos

56 / Novedades del sector

Lavazza inaugura su nuevo Centro de Innovación en Turín



El pasado octubre la empresa italiana inauguró nuevas instalaciones. La sede de este departamento se encuentra en una ubicación histórica clave en el nacimiento de la empresa: la planta de producción de Settimo Torinese.

El nuevo Centro de Innovación simboliza el crecimiento continuado de Lavazza. También indica su capacidad para poder competir en el panorama internacional. La decisión de mantener en Turín el alma máter de la compañía está en línea con el plan trazado respecto a su desarrollo industrial, que va mucho más allá de las fronteras nacionales y tiene su mirada puesta en los mercados internacionales, tanto en aquellos ya consolidados como en aquellos en desarrollo.

Este recién inaugurado Centro de Innovación, y futura sede de la compañía, albergará nuevos proyectos en colaboración con prestigiosas instituciones, así como con la Politécnica y la Universidad de Turín.

Los valores que defiende Lavazza – sostenibilidad, transparencia, flexibilidad y confort – son la principal fuente de inspiración

del proyecto y han querido reflejarse en el diseño del Centro, que cuenta con una superficie aproximada de 4.000 m² entre laboratorios, salas de reuniones y oficinas.

MÁS DE CIENTO TRABAJADORES

El centro albergará a más de cien trabajadores distribuidos en tres departamentos diferentes: Investigación y desarrollo, Appliance Engineering y Diseño, y dará igualmente cabida a su prestigioso Training Center; un centro de formación que es hoy día un punto de referencia para la difusión de la cultura del auténtico espresso italiano en todo el mundo.

Lavazza es un ejemplo de cómo la competitividad de un área puede ser un activo para el crecimiento de la compañía y para su capacidad de conquista de mercados internacionales.

La inauguración del centro sirvió asimismo de telón de fondo para celebrar la conferencia *Fare Industria a Torino: l'esperienza Lavazza* (Hacer industria en Turín: la experiencia Lavazza) y para debatir el papel de Lavazza en el futuro industrial de Turín.

Autobar adquiere el 100% de Demas, líder en Andalucía

Autobar Spain, uno de los principales operadores del sector del vending en España, con 600 empleados y casi 20.000 máquinas expendedoras instaladas, ha adquirido el 100% del capital social de Demas, S.L., operador líder en Andalucía, con un parque de aproximadamente 4.500 máquinas instaladas en Málaga, Algeciras, Almería, Granada, Córdoba, Sevilla, Jaén y Murcia y 100 empleados.

Con esta adquisición, Autobar considera que se genera una excelente oportunidad

para impulsar el crecimiento de ambas compañías en el sur de España. Autobar Spain forma parte del Grupo Autobar, uno de los operadores líderes en el mercado del vending en Europa, con más de 100.000 clientes en 11 países y una facturación anual por encima de los 600 millones de euros.

El Director General de Demas, Juan Francisco Pareja, ha declarado, "La unión de Demas y Autobar, dos operadores de referencia en el sector del vending de España, supone una importante plataforma para impulsar el crecimiento en el Sur de España, y aportará beneficios tanto a sus empleados como a sus clientes. Estoy muy satisfecho por formar parte del proyecto de Autobar y trabajar conjuntamente con su equipo directivo."

Las empresas de minivending también saben usar las tecnologías de la información

Con actualizaciones diarias de sus productos, Peñastigi, empresa distribuidora e importadora de artículos de ociovending y cápsulas, pone en marcha su nueva página web, una atractiva herramienta de comercialización y comunicación con sus clientes. "Hemos apostado de forma decidida por el desarrollo de esta web que nos va a permitir llegar a todos nuestros clientes", señala su gerente, José Gabriel Peña.

La web integra en una misma solución el catálogo de productos completo de Peñastigi, así como la posibilidad de acceder al sistema de compra-venta a través de un medio de pago rápido y seguro. Todos los días, el cliente puede encontrar nuevos y variados artículos tanto en la sección de productos destacados como en las diferentes categorías en que se dividen.

Peñastigi comercializa, a través de su nueva página, máquinas expendedoras y de vending divididas según su uso en: billares, cápsulas, futbolines, latas y botes, pimballs, repuestos y saltarinas. Asimismo, distingue entre artículos de regalos, colecciones, cápsulas (tanto llenas como vacías), saltarinas, minivending, botes y productos de confitería. De su catálogo destaca que disponen de cápsulas y saltarinas "de todos los tamaños posibles", explica José Gabriel. Los regalos van desde los 50 a los 100 milímetros, al igual que las cápsulas vacías, mientras que las cápsulas llenas van de los 35 a los 100 milímetros y las saltarinas de los 27 a los 63.

La web es la mejor manera de estar al día de las últimas novedades y mantener contactos ya que también está presente en Facebook, posibilitando así una comunicación bidireccional con el cliente.

La responsabilidad corporativa se premia

El mundo empresarial se encuentra cada vez más comprometido con las obras sociales. La crisis afecta a todos los sectores, y uno de los más perjudicados son los asociaciones sin ánimo de lucro. Ahora más que nunca, la empresa valenciana de snacks Velarte continúa las labores que inició hace unos años en esta línea.

Este trabajo ha sido galardonado por COCEMFE – Confederación Coordinadora Estatal de Minusválidos Físicos de España –, que le ha concedido el premio al compromiso en la integración laboral de personas con discapacidad física y orgánica.

A lo largo de 2010, Productos Velarte ha colaborado con varias ONGs y eventos benéficos; como por ejemplo el concierto a favor de Haití. Entre las asociaciones destacan: Aspanion (Asociación de Padres de niños con cáncer de la CV), APNAV (Asociación Valenciana de Padres de Autistas), Asindown, Asprona, Cruz Roja y Casa de la Caridad Valenciana, entre otros.

Vending entre París y Barcelona

Coincidiendo con la puesta en marcha de la línea de alta velocidad Barcelona-París, la empresa Serunión Vending ha inaugurado una zona de vending en la estación del AVE en Figueras Vilafant en Gerona.

Los pasajeros que estrenaron el trayecto el pasado domingo 19 de diciembre tuvieron la oportunidad de recuperar energías durante el tiempo de espera entre transbordos en la zona vending de Serunión, un espacio acogedor de más de 140m², equipado con taburetes, mesas altas (tipo barra) y máquinas expendedoras de bebidas, alimentos y café. "Con esta innovadora modalidad de servicio, que reemplaza a la clásica cafetería de estación, ADIF apuesta una vez más por el vending para ofrecer un servicio completo a sus clientes" destacó Antonio Martínez, Director Regional de Serunión Vending para Cataluña y Aragón.

Según ha explicado el responsable de servicios transversales de AVE y larga distancia de Renfe, Félix Martín, unas 1.500 personas transitaban por la nueva estación en los cuatro viajes que se realizaron entre Barcelona y París durante la jornada del domingo. Un movimiento que, según las previsiones, irá incrementándose con el paso del tiempo, a medida que se amplien los horarios y la frecuencia del servicio. Por el momento, 4 trenes saldrán cada día desde la nueva estación, 2 hacia Barcelona y 2 a París, con lo que, según estimaciones de RENFE, se incrementará en 20% número de viajeros hasta alcanzar una afluencia de 235.000 pasajeros durante su primer año.

Serunión pertenece al grupo de restauración francés Elixor y cuenta con una cartera de 2.600 clientes. Tiene 30 oficinas (una de ellas en Portugal), 5 delegaciones de vending, 15 cocinas centrales repartidas por toda España y emplea a más de 15.000 trabajadores. Esta infraestructura le permite prestar servicio a 314.000 comensales diarios.



N&W anuncia sus planes para el nuevo año: cambio de sede, nuevas máquinas y mejor servicio técnico para el cliente

de un área de modificación y configuración de máquinas "para poder personalizar bajo pedido cualquier modelo a disposición en el catálogo".

La inauguración de la sede tendrá lugar el próximo 3 de febrero. Durante este evento tendrá lugar la presentación en el mercado español del nuevo modelo Table Top de la marca Necta: Solista.

NUEVA WEB

La nueva página de internet de la empresa se estrenará a principios de 2011. La web estará disponible en todos los idiomas, incluidos el español y el portugués. "Fácil de usar, atractiva, interactiva, permite acceder fácilmente a la información y a los modelos de todas nuestras gamas", explican desde la empresa. Para mayor efectividad del servicio, primero aparecerá la versión .com y después las demás.

El grupo dispondrá de más novedades para el 2011. Sin duda, N&W apuesta por un nuevo año repleto de innovación para aumentar su tradicional calidad y servicio en sus productos. Haciendo especial hincapié en el servicio post-venta, motivo por el que firmó con la empresa Nomes Vending.

El relevo se hizo efectivo desde el día 10 de enero de 2011. La motivación del cambio ha sido iniciativa del propio Rojas, que pasa a ocupar el puesto de Presidente de Consejo de Administración.

CAMBIO EN LA GERENCIA DE N&W GLOBAL VENDING

El hasta ahora Consejero Delegado de la firma, Ángel Rojas Millán, cedió su cargo a Davide Mapelli, hasta entonces Director Comercial de N&W.

El relevo se hizo efectivo desde el día 10 de enero de 2011. La motivación del cambio ha sido iniciativa del propio Rojas, que pasa a ocupar el puesto de Presidente de Consejo de Administración.

Davide Mapelli es una persona muy cercana al mercado de la Península Ibérica, ya que dentro de su amplia trayectoria dentro del fabricante italiano de expendedoras, ha desarrollado su labor como Director Comercial en España y Portugal en los últimos años.

La empresa ha confirmado que este relevo generacional no supondrá ningún tipo de cambio inesperado en otros niveles, y que el resto de la organización permanecerá intacto.

La empresa ha firmado una joint venture con NomesVending, especializados en "brindar a los profesionales toda clase de servicios técnicos, post-venta, atención al cliente y formación que se precise", según ha comunicado el fabricante.

Esto ha propiciado que en enero N&W Global Vending se mude de las actuales oficinas de Barcelona a la nueva nave sita en Vía Trajana. La delegación de esta provincia se convertirá "en una plataforma de servicio de venta y post-venta". Las nuevas instalaciones albergarán un stock permanente de "más de 15.000 artículos". Por consiguiente, estas medidas propiciarán la venta inmediata de cualquier pieza para reparar inmediatamente el aparato.

Con estas medidas, la empresa pretende ampliar y mejorar la cartera de servicios en tres líneas de negocio: vending, Horeca y OCS. Este objetivo ha propiciado la creación

La Vending School anuncia sus nuevos cursos on-line

La Plataforma de Formación online Vending School comienza el año con la incorporación de nuevos módulos y cursos para los profesionales de la venta automática. Alguno de los nuevos programas formativos que se estrenan este año son los módulos de "Máquinas de Bebidas Calientes" y "Grupos de Frío de Nivel I". Ambos forman parte del curso de Técnico de Vending de Nivel I pero se pueden realizar de forma independiente. Es decir, aquellos estudiantes que sólo quieran profundizar en uno de estos módulos ahora también lo pueden hacer sin tener que llevar a cabo todo el contenido del curso de Técnico de Nivel I.

El módulo de Máquinas de Bebidas Calientes incorpora también prácticas en formato flash así como vídeos con prácticas que complementan la parte teórica. El módulo de Grupos de Frío

Nivel I incorpora también vídeos que complementan la parte teórica. Todos los módulos incorporan cuestionarios de evaluación para supervisar los avances de los asistentes.

Otro de los programas que se han incorporado a la Plataforma es el "Curso para Comerciales de Vending", a través del cual se enseñará a adquirir técnicas de venta, utilizar una cuenta de explotación, identificar y captar nuevos clientes potenciales, etc.

Como el resto de cursos on-line y presenciales este curso es bonificable a través de la fundación Tripartita. Cada curso tiene uno o dos tutores asignados que supervisan el trabajo de los alumnos y les aclaran posibles dudas o conceptos. Los alumnos pueden consultar a los tutores en tiempo real a través de un foro o bien mediante correo electrónico.

Los cursos están organizados por TPC Netgrup, que imparte formación para profesionales del sector del Vending desde hace más de 10 años. Toda la oferta formativa puede ofrecerse también en formato presencial o semi-presencial.

● máquina para nuevas generaciones



rheavendors ●
españa

a branch of rheavendors group



Comestero encara el 2011 con soluciones de pago para todos los sectores

Comestergroup estuvo presente en Vending Paris 2010 con cuatro importantes innovaciones de producto y una gama para satisfacer las exigencias de todos los mercados: distribución automática, OCS y Horeca.

"Hemos decidido seguir invirtiendo en innovación para fortalecer nuestra presencia en el mercado y volveremos el productor de sistemas de pago con la gama más amplia y articulada, proponiendo productos con un alto contenido de novedades y tecnología", declaran los miembros del equipo de marketing.

Durante la feria de París, el fabricante italiano presentó tres lanzamientos: RR6 HD, el primer monedero de cambio de la marca; los sistemas cashless World Key y World Key Lite, basados en la plataforma tecnológica Mifare, y Apollo XL, el nuevo sistema de descuento para máquinas de bar y Horeca.

El monedero de cambio RR6 HD tiene la caja de tubos "con la mayor capacidad de monedas actualmente en el mercado", asegura Comestero. Es sumamente flexible en cuanto a configuración y exportación de los datos contables. El empleo de los varios materiales y componentes asegura la larga duración de sus prestaciones.

Entre los grandes puntos fuertes de RR6 HD el fabricante destaca "su exactitud y rapi-

dez de pago, gracias a un grupo extractor, patente exclusiva de Comestergroup, la extraordinaria seguridad que garantiza la tecnología de validación HD (High Discrimination) y la facilidad de uso y mantenimiento".

Los sistemas cashless World Key y World Key Lite se basan en la plataforma tecnológica Mifare, que garantiza altos niveles de seguridad al mismo tiempo que la gestión de numerosas aplicaciones. Ambas aplicaciones soportan todos los tipos de protocolo más difundidos (Executive, MDB, BDV).

World Key está preparado para incorporar las interfaces Ethernet, RS485, CAN BUS y ccTalk. Por su parte, World Key Lite está diseñado expresamente para satisfacer las exigencias de conexión y de facilidad de uso del sector Vending.

ALGO NUEVO PARA EL CAFÉ

El sistema de descuento por tarjeta Apollo XL es el nuevo producto de Comestergroup para el mercado de las máquinas para bar y Horeca. Esta solución tecnológica permite "blindar" el uso de las máquinas, impidiendo la utilización de tipos de café distintos a los que distribuye el proveedor habitual.

Por otro lado, incluye una CPU de nueva generación que permite ampliar sin límites el sistema, tanto para modelos de máquinas



controlables como para las funciones adicionales ofrecidas por módulos opcionales, tales como: telemetría, display de servicio, herramientas de auditoría y contabilidad, etc.

"Pocos meses después de la presentación de Apollo en Venditalia 2010, ya tenemos unos 400 clientes que han comprado el starter kit y lo han instalado en sus máquinas OCS", comentan desde el departamento de Marketing. "Estamos convencidos que gracias a sus características exclusivas, Apollo XL contribuirá muy positivamente al mercado Horeca".

Fastcorp, inquietud por el mercado internacional

La presencia de la empresa estadounidense en la pasada edición de Venditalia fue una muestra de su interés por expandirse en el mercado internacional. "El mundo ama los helados", con esta premisa inició su andadura en el vending de productos congelados.

Ahora presenta una pequeña gran novedad en su tecnología. En anteriores modelos, su expendedora tenía oculta el sistema de extracción de productos y el cliente no podía observar el funcionamiento del apar-

to. En el nuevo modelo Evolution, los interesados en dispensarse un helado verán como una pequeña grúa extrae el artículo de un congelador. Éste se abre de manera automática cuando se acerca el brazo robótico.

Aparte del impacto visual para el cliente, la idea está pensada con el objetivo de preservar de forma más eficiente y fiable



los productos a temperaturas inferiores a los 0°C. De esta manera, se intenta preservar siempre la cadena de frío, no echar a perder la mercancía en caso de corte de electricidad, y reducir el gasto energético. Fastcorp busca distribuidores para montar una red internacional; inicialmente, están interesados en expandirse en los mercados de Europa y Asia, según aseguran en su web.

NESCAFÉ®



En cualquier lugar, en cualquier momento

Saeco anuncia novedades para todos los segmentos en el 2011

Con motivo del inicio del nuevo año y de una nueva campaña, el fabricante de máquinas expendedoras Saeco ha adelantado su cartera de lanzamientos. El más destacado e inminente, es la máquina freestanding de bebidas calientes Atlante 500. Posee las mismas innovaciones tecnológicas que su hermana mayor la Atlante 700, entre las que destaca el sistema Saeco Rotating Plate.

Como ya se ha explicado en otras ocasiones desde esta publicación, gracias al Rotating Plate las operaciones de mantenimiento son más rápidas y más simples ya que se puede acceder a todos los componentes funcionales de la máquina sin desmontar ningún elemento de la misma, simplemente rotando el soporte principal.

Así, la plataforma principal es capaz de

rotar 180° sobre sí misma sin extraer ningún componente, exceptuando el canal de caída de posos del café.

Además – y como ya pudimos comprobar en la pasada feria de Vending Paris – la combinación de este modelo junto a otra máquina de snacks, permite crear un área útil y elegante de bebidas calientes, bebidas frías y snacks para las empresas y sus empleados.

Esta máquina de dimensiones más reducidas le permite adaptarse a localizaciones medianas y se combina en batería con la máquina de snacks Saeco Aliseo.

MÁS MADERA

Otras de las novedades que verán la luz este año son la Corallo 1700, que por su misma altura permite combinarse perfec-



tamente con la Corallo 400. También serán novedades las versiones Slave de las máquinas de snacks de dos temperaturas Aliseo y Corallo, que permitirán combinarse con las versiones Master de la Atlante (500 y 700) y la Cristallo 600 respectivamente.

5.000 expendedoras de Coca-Cola incorporarán el pago por teléfono móvil



Bélgica y Luxemburgo se convertirán en los primeros países europeos que integren el pago por teléfono móvil en máquinas expendedoras de Coca-Cola. Según comunicó públicamente el proveedor de la tecnología, el inicio de la implementación está previsto para finales de este año.

La iniciativa engloba a un parque de máquinas de nada menos que 5.000 unidades. El acuerdo alcanzado entre el proveedor PingPing (filial del grupo de telecomunicaciones Belgacom) y la marca de refrescos

se ha cerrado esta misma semana, pero ya en abril del 2009 se había puesto en práctica un proyecto piloto. El sistema de pago es realmente innovador y cómodo para el usuario, aunque puede que su uso se acote a un perfil de población concreto; concretamente, a personas que tienen un acceso directo y diario a la tecnología informática.

¿CÓMO FUNCIONA?

Nos explicamos. El sistema PingPing consiste en una etiqueta adhesiva que se pega en

la parte trasera del teléfono móvil del cliente. La etiqueta tiene un número de recarga (al estilo de las tarjetas prepago), que el cliente introduce en su teléfono, recibiendo un código de confirmación. Basta con entrar en la página web del operador telefónico, identificarse como usuario e introducir el código, para activar la recarga.

Al interactuar con la máquina de vending, el cliente sólo tiene que pasar la etiqueta pegada a su móvil por el lector NFC (Near Field Communication). En segundos, se detecta y se proyecta por la pantalla el crédito del que se dispone antes y después de la compra.

Se trata, por tanto, de una tecnología alternativa dentro de lo que proponen los cada vez más numerosos medios *cashless* por móvil; si bien los sistemas prepago ya han sido utilizados en otras aplicaciones del Vending, como por ejemplo el sistema Apollo de Comestero para cafeteras OCS.

En un futuro, la empresa belga tiene previsto integrar la tecnología NFC en las tarjetas SIM, para prescindir de los adhesivos.



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_mock@t-online.de

FLO EUROPE Sas
Z.I. de Ruitz
Secteur des Hallots
F - 62620 Ruitz
Tel. +33 03 21 578980
Fax +33 03 21 578984
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



Servint se introduce en el OCS como distribuidor exclusivo de Nespresso

Jandro Velasco. Además, el servicio profesional que ofrece a sus clientes garantiza que si la máquina necesita reparación "ofrecen otra en cesión mientras la arreglan".

PREPARA OTRO "PELOTAZO"

Al margen de la distribución de la famosa marca de cápsulas, la empresa ha avanzado a HOSTEL VENDING que está preparando una novedad para marzo. Sin revelar, de momento, la naturaleza de esta máquina, Velasco se limitó a expresar que se trata de una expendedora "tanto para el vending público como el de interior, muy atractiva para el cliente". Esa instalación, posiblemente, se haga a través de algún acuerdo con



el Ayuntamiento de Talavera, para el que ya instaló una expendedora de artículos de natación y otra de tenis en un centro deportivo de la localidad.

La empresa se adentra en el mercado del Office Coffe Service con Nespresso Internacional. Ofrecerán cafeteras, cápsulas y servicio técnico de manera integral a sus clientes en la zona sur de Madrid, Toledo y provincias colindantes. "Teníamos claro que queríamos estar presentes en este sector, y que si lo hacíamos debía ser con alguien de calidad", destaca su director comercial, Ale-

Kellogg nombra nuevo director de ventas para España y Portugal

Kellogg, la empresa líder del mercado español de cereales y fabricante de algunos productos para vending como barritas de cereales, waffles, galletas y crackers de sus conocidas marcas, ha nombrado a su nuevo director de ventas para España y Portugal. Carlos Oliveira Sánchez-Moliní será el responsable de este departamento a partir del 15

de Febrero de 2011, en sustitución de Javier Letamendia, que ha sido promocionado a Director Regional de Ventas de Kellogg's Latinoamérica.

Carlos Oliveira Sánchez-Moliní ha desarrollado su trayectoria profesional en Johnson & Johnson España, compañía en la que ha permanecido desde 1998 hasta su incorporación en Kello-

gg, desempeñando en los últimos años los puestos de Iberia Managing Director (Vision Care) y Director de Ventas para España desde 2009.

Oliveira es licenciado en Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. Además, posee un Master en Administración de Empresas (MBA).

Llega el tech-vending: máquinas expendedoras inteligentes

Los burgaleses de Tequipo están dispuestos a cambiar de chip al sector del vending. Además de integrar cuatro tecnologías que raramente conviven juntas (Vending, Gprs, Web y lectores de identificación personal), revisan con la empresa contratante el almacén de material no productivo y hacen un estudio para analizar qué productos/consumibles es más rentable para el cliente distribuir a través de los equipos de vending.

De esta manera llevan este sistema automático a un nuevo ámbito, el control, gestión y distribución de los consumibles

de las empresas, sea cual sea su sector de actividad (Fabricación, Industria, Oficinas, Hospitales, Farmacias, Biotecnología, Laboratorios, etc.).

Tequipo ha querido convertir las máquinas de vending en equipos inteligentes capaces de estar conectados a Internet las 24 horas del día, los 365 días del año. Sus equipos cuentan además con conexiones inalámbricas GPRS capaces de enviar toda la información que generan sus usuarios y de recibir órdenes del exterior por esta vía.

También disponen de lectores de tarjetas o huellas dactilares para identificar

a sus usuarios. Estos innovadores equipos permiten el acceso a todas las prestaciones del sistema, a sus bases de datos, informes, resultados, etc. vía web.

El cliente es consciente en todo momento de qué productos entran o salen de la máquina y puede tomar decisiones sobre ellos y sobre quienes los utilizan. Por todo ello la empresa ha acuñado el término "Tech-Vending" para denominar esta forma de trabajo, que aporta un importante ahorro de costes y una nueva gama de servicios que mejoran sustancialmente los sistemas tradicionales de distribución.

estreno inmediato

Simat
te presenta a sus nuevas estrellas

Choco sport
energía para empezar el día
CALIDAD GRANULADO Simat

Choco bombón
una dulce pausa
CALIDAD GRANULADO Simat

cao fondant

Preparado alimenticio en polvo a base de cacao

Preparado alimenticio en polvo a base de cacao

Preparado alimenticio en polvo a base de cacao

1 Kg e

15.02812/B CEE

Empresa certificada N° 8002136

podrás tenerlas en tus máquinas ya pidelas a tu distribuidor habitual

grupo **Simat**

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



Antica Tradizione se atreve con el vending de snacks

Esta firma española está presente con su soluble de chocolate para máquinas automáticas de café y bebidas calientes, pero desconocían las posibilidades del resto de sus productos en este canal de distribución. Hostelco les sirvió para comenzar en un nuevo campo: las máquinas expendedoras.

Antica Tradizione distribuye sus productos en el sector de las cafeterías. "Nuestra marca es la primera empresa a nivel nacional", explica su Director General, Juan Carlos Mercadé. En concreto, "el chocolate es nuestro fuerte".

La nueva gama Snacking's, que hizo su

presentación ante el público durante la feria de Barcelona, ha provocado un especial interés entre los operadores. Se trata de unos snacks saludables, un sector que ahora se encuentra en alza con motivo de la nueva propuesta de Ley de Seguridad Alimentaria y la distribución para centros escolares.

SIN COLESTEROL

La línea tiene cuatro sabores diferentes: finas hierbas, queso, mediterráneas y rústicas. Saladitos que tienen como composición principal la harina. Además, "dos de ellas sin colesterol y elaboradas con aceite de oliva

virgen", destaca.

La extensa gama de productos de la marca también está provocando interés en el canal de la venta automática. "Hostelco nos ha abierto el camino para contactar con este sector", arguye. De hecho, "nos están animando para adaptar otros productos para las expendedoras".

La empresa española, con fábrica en Italia, no había previsto este salto. Aunque sí que el formato que presentaron de snack sabían que podría "encajar" en "ambos canales": cafetería y vending. "El producto está hecho con la doble idea".

A raíz del interés mostrado en la feria están planteándose introducir más productos. "Estamos tratando con muchos operadores, pero aún no tenemos nada decidido", concluye.

Pentair amplía su gama de filtrado de agua para máquinas automáticas de café y vending con un modelo XXL

Con su nuevo cartucho Claris XXL, Pentair (una de las principales firmas del mercado en filtración y desmineralización de agua) ha logrado aunar gran capacidad con manejabilidad, cubriendo una necesidad creciente en el mercado de expendedoras de bebidas.

El XXL ofrece además todas las ventajas de la gama Everpure Claris: excelente filtrado de agua para un sabor de las bebidas mucho más puro y desmineralización para eliminar la dureza de carbonatos y alargar considerablemente la vida de su equipo.

El nuevo cartucho Claris XXL es la alternativa perfecta al método tradicional de dos

vías (regeneración). Debido a su enorme capacidad, Claris XXL es un producto adecuado para consumidores de gran capacidad que usan máquinas de café y vending de grandes dimensiones, hornos de vapor e incluso pequeños lavavajillas.

El cartucho XXL ofrece un 60% más de capacidad con respecto al cartucho líder del mercado XL y proporciona los usuarios con hasta 13.000 litros de capacidad a 10°kH o hasta 76.000 servicios. Incluso en zonas de alta dureza, hasta 20°kH, el XXL ofrece a los usuarios una vida útil de hasta 40.000 servicios.

Esto representa un incremento considerable sobre otros sistemas que actualmente están presentes en el mercado.

Claris XXL se coloca en el mismo cabezal de alto rendimiento al igual que todos los demás cartuchos de la gama Claris; por lo tanto no requiere ningún trabajo de instalación adicional para mejorar su capacidad, se coloca fácilmente donde se usaba previamente cualquier filtro Claris.

Los sistemas Claris, según informa la marca, ya son la primera elección para miles de puntos de venta en los mercados del café y del vending de todo el mundo.

Pizza recién hecha, un negocio redondo para el vending que ya triunfa en Francia

La empresa catalana DT Vending fabricante de Hotfoodmatic, la gama más amplia de máquinas expendedoras automáticas de sándwiches y bocadillos calientes de alta calidad, lanzó en la pasada Feria del Vending Paris el nuevo modelo de máquina expendedora de pizzas Hotfoodmatic (conocida como PZ3). Ante el éxito obtenido en la capital francesa, DT Vending presentará en la próxima Feria Mundial de la Restauración y Hostelería de Lyon Sirha 2011, que se celebra del 22 al 26 de febrero, una novedosa máquina expendedora de baguettes calientes.

La pizzería automática PZ3 cocina al momento (entre 2,50 a 3,00 minutos) una pizza de 28cm de diámetro, de hasta 6 variedades diferentes. La pizza se recoge en una caja de cartón de 30 x 30 x 3 cm y el sistema permite también comprarla sin tostar para quien prefiera llevarla a casa. Lo que diferencia a las máquinas de DT Vending, tan-

to las de pizzas como las de bocadillos, de otras del mercado es su sistema de cocción de planchas calientes, patentado por la marca, mientras que otras utilizan microondas.

El producto se suministra envasado idóneamente para ser tostado a temperatura de cocción, cumpliendo el envase con la normativa de calidad e higiene de alimentos. La caja lleva incorporada una etiqueta informativa, mostrando nombre del fabricante, número de registro sanitario, fecha de caducidad e ingredientes. El frigorífico dispone de un termostato de seguridad para evitar que el producto pudiera ser suministrado en malas condiciones en caso de fallo eléctrico. No se requiere limpieza especial al tratarse de productos envasados. Un display LCD frontal informa al consumidor de la temperatura del frigorífico, tiempo de espera restante, etc.

La PZ3 tiene una capacidad para 62 unidades, en dos almacenes de 31 unidades



separadas. El producto se almacena refrigerado entre 1° y 5°C. Además, dispone de sistema de telemetría y de un monitor de 15" para publicidad o información.



Porque la calidad es nuestro mejor ingrediente

MARCILLA
COFFEE SYSTEMS

- Confía en nuestra **Experiencia**, sabemos que cada vez eres más exigente.
- Te ofrecemos mucho **Más que Café**: delicioso cacao, cremoso cappuccino, té al limón, ...
- **Marcas líderes** Marcilla, Good Origin, Senseo, Hornimans, Natreen ¡La mejor garantía de **Calidad!**
- La **Sostenibilidad** es nuestro ingrediente clave. Te ofrecemos una gama de productos sostenibles certificados por UTZ, Good Origin, El Sabor del Compromiso

LLámanos para pedir información o para hacer tu pedido
MARCILLA COFFEE SYSTEMS
 vending.marcilla@saralee.com • Teléfono: 93 462 55 39







Blender refuerza su posición en el mercado

La empresa, gracias a su departamento de I+D, lanza su nueva línea Basic. Una propuesta requerida por sus clientes para ofertar "lácteos más cremosos", explica su gerente, Saul Álvarez.

Blender no es una marca nueva en el sector, ya que entró en el vending en el 2.000. Sin embargo, la incorporación de su nuevo director en julio del 2010 ha propiciado que la empresa obtenga una mejor posición en el mercado. Álvarez confirma que el negocio ha "recuperado una amplia cartera de clientes, y además hemos captado otros nuevos". Unos resultados que tilda de "satisfactorios" ante la actual crisis económica.

La sede central se encuentra en Toledo. Desde ahí, elaboran y comercializan la gama de solubles Deval, que ahora amplían con la línea Basic. Una nueva oferta en la que se "aúna el sabor más auténtico de leche y cacao", arguye. "Esta gama está orientada al cliente que se decanta por un producto de calidad al

precio más competitivo".

La gama la componen preparados lácteos, cacao, café en grano, caldo de pollo, té... una amplia oferta que "funciona muy bien" en las expendedoras.

EXPANSIÓN

El negocio ahora mismo distribuye sus productos en España, Francia y Portugal. Ahora, anuncian la expansión en Países del Este, Inglaterra, Holanda e Italia. "Ya tenemos gente gestionando la distribución en estos lugares", destaca Álvarez.

Poco a poco la empresa está consiguiendo reforzar su posición en el mercado. El departamento de I+D continúa con nuevas investigaciones para ampliar sus ofertas, haciéndose eco de las solicitudes que les realizan sus clientes. "Siempre sin perder la calidad y el precio competitivo", concluye Álvarez.

Se confirma el ERE de Azkoyen Industrial, mientras el Grupo sube en Bolsa

El expediente de regulación de empleo para la filial del Grupo se hizo oficial el pasado jueves 2 de diciembre. Al cierre de la edición, de los 145 empleados de esta división se planedaba despedir a 50. Esta publicación ya informó que el grupo navarro había enviado un informe al Comité Nacional del Mercado de Valores, que afectaría en total a 69 de sus 290 empleados.

Los otros 19 despidos esperan solventarlos con bajas voluntarias o, si procede, a través de despidos individuales, según informa el *Diario de Navarra*. A los empleados se les ha ofrecido bajas de 30 días por año, con un tope de 12 meses. En principio, esto afectará a 12 trabajadores de la sociedad de Medios de Pago y 7 de Azkoyen SA. En principio, la compañía declaró que esperaba resolver la situación con las citadas bajas voluntarias.

Por otro lado, Azkoyen Industrial ha recortado sus ventas un 30% desde 2007. "Acumula pérdidas consecutivas desde 2007", indica el *Diario de Navarra*. "Esta resolución es imprescindible para garantizar el empleo futuro en Azkoyen" según noti-

ficó el Grupo. La necesidad de renegociar la actual deuda bancaria, que asciende a 55 millones, ha propiciado estas medidas.

12,01% DE SUBIDA EN LA BOLSA

Por otra parte, estas medidas adquiridas por la empresa navarra han sido satisfactorias para los inversores. Tras anunciar sus planes, Azkoyen experimentó una "revalorización de un 12,01%", según los datos publicados en el citado medio local.

En una jornada bursátil complicada, el grupo navarro consiguió unos resultados muy positivos. Una subida que transcurrió apenas unos días después del comunicado oficial del ERE, que afectaría especialmente a su división Industrial.

AZKOYEN CONSIGUE EL SELLO DE EXCELENCIA EUROPEA EFQM 400+

En otro orden de cosas, Azkoyen Medios de Pago ha conseguido el Sello de Excelencia Europea que acredita una puntuación que supera el nivel de 400 puntos. Se trata del reconocimiento a la Excelencia en la Gestión más prestigioso en Europa.

El Sello de Excelencia Europea supone un reconocimiento externo a la eficacia en la gestión de la sección de Medios de Pago del grupo navarro. Las empresas de cualquier tipo de sector reciben esta distinción tras superar una exhaustiva evaluación, basada en el Modelo EFQM.

La concesión de este sello se otorga en función del resultado obtenido en dicha



evaluación, que valora todos los puntos del modelo EFQM y por tanto la gestión global de la organización. En este caso ha sido la entidad certificadora "Fundación Navarra para la Excelencia" la encargada de llevar a cabo este proceso de evaluación.

El grupo de evaluadores ha valorado los puntos fuertes de Azkoyen Medios de Pago, destacando la gestión por procesos, la estrategia centrada en los grupos de interés y su alta implicación con la mejora continua de todos los procesos.

La empresa mantiene desde hace varios años un cuidado especial en esta faceta, y fue en el año 2007 cuando adoptó por primera vez el Modelo EFQM como referente para la mejora e implantación del Sistema de Gestión. Durante todos estos años la empresa se ha volcado en la mejora continua y la calidad total, lo que le ha permitido ir consolidando su camino a la Excelencia.

"Existen competidores en las tiendas 24 horas que importan maquinaria china"

La empresa asturiana apuesta desde sus comienzos por la calidad. Siempre han optado por productos fabricados en Europa. Sus diez años de experiencia les avalan en el sector: "Nuestras tiendas son iguales desde que instalamos la primera en el año 2000, la constancia y la calidad hace que creamos en un producto 100% europeo", destaca su director comercial, Ramón Menéndez.

Vending Eureka está prácticamente "en todas las comunidades autónomas". Y a pesar de la crisis económica, se mantiene estable. "No es época de crecimiento, pero sí de mantenimiento", explica Menéndez. "Y eso lo hemos logrado, e incluso la próxima semana [en el momento de publicación, ndr.] se inaugura una tienda en Valencia".

La apuesta por productos europeos es una premisa inamovible de la empresa. "Actualmente existen competidores que importan maquinaria china y en su web se autodenominan fabricantes", arguye con indignación. "De hecho, estas dispensadoras les cuestan un 40% más baratas que las europeas, y al cliente se las venden un 10% más económicas que éstas". Esto hace que exista vending que no proporcione "la calidad requerida, ya



que algunas empresas dejan de fabricar esa maquinaria, y los clientes de recibir un servicio adecuado, por lo que este canal de distribución se ve afectado".

TODO BENEFICIOS

Vending Eureka funciona como una franquicia, pero los clientes no tienen que pagar ni canon ni royalty. "Les damos todas las ventajas de un franquiciado", comenta. Por ejemplo, "una vez el cliente acepta el presupuesto buscamos local".

De hecho, "somos la primera tienda 24 horas que comenzó en España". La empresa ofrece servicio técnico oficial, ya que cuentan con la agencia oficial del fabricante. "Sólo trabajamos con máquinas europeas, principalmente con FAS International".

La empresa lleva diez años instalando tiendas. "En todo este tiempo siem-

pre hemos contado con este fabricante no por obligación sino por convicción". Menéndez reconoce que FAS les "garantiza calidad" a sus clientes.

Además, resalta que sólo cuentan con "otros fabricantes" cuando no tienen un producto concreto. "Eso nos ocurrió con una máquina limpia zapatos que nos demandaban los hoteles, y para ello contamos con aparatos fabricados en Alemania".

Por otro lado, tienen varias tiendas 24 horas en propiedad. Así, antes de ofrecer un producto a sus clientes, prueban su funcionamiento. "Garantizar la calidad es nuestra premisa".

Otra ventaja que ofrecen, hace referencia a las tiendas a pie de calle situada en los escaparates de los locales. Las expendedoras no se encuentran ancladas al suelo, sino que se sitúan en unos railes. De esta manera, se evita tener que realizar la "recaudación a pie de calle". Además, también facilita el trabajo de la reposición de las máquinas.

Este sistema lo han utilizado desde que comenzaron su andadura en 2000. "En diez años nuestras tiendas no han cambiado, y eso no es producto de la casualidad", concluye.

Abierto 25 Horas inaugura tres nuevas tiendas

Abierto 25 Horas continúa con su expansión nacional apoyándose en la franquicia de su marca. La principal cadena de tiendas de vending non-stop cerró el año con 185 tiendas. Las tres nuevas tiendas automatizadas se han inaugurado en los últimos días del año en Sevilla, Marbella y Valladolid.

Las nuevas tiendas de vending cuentan con 6 equipos expendedores de última generación: 3 equipos expendedores de snacks, bebidas y sandwich; 1 equipo expendedor de gominolas; 1 equipo expendedor de recargas teléfonos; 1 equipo expendedor de palomitas recién hechas.

En los primeros meses del año, La Era de la Venta Automática S.L., propietaria de la marca, abrirá 4 nuevas tiendas en Navarra, Toledo, Madrid y Valencia.



Boxes pisó el acelerador en la feria de Muestras de Almería

La empresa Serferguer, desde hace casi dos años, gestiona la base corporativa de Boxes. "Un diseño innovador y llamativo para las tiendas automáticas 24 horas", explica su gerente Sebastián Fernández. El diseño está acorde con el significado que quieren aplicar a su concepto, "servicio rápido". De hecho, el nombre está "inspirado en las carreras de Fórmula 1", explica.

Aunque la idea de empresas 24 horas no es nueva, y llevan "más de 20 años montándolas", el diseño "triumfa". En la Feria de Muestras de Almería así quedó constatado. "La gente se ha interesado muchísimo". De hecho, desde varias provincias de Andalucía se ha incrementado el interés en el producto.

Serferguer ofrece este diseño como base corporativa al potencial cliente y le proporciona todos los servicios que ofrece una franquicia. "Aunque, ahora mismo, no lo somos", explica Fernández. El gerente considera que, con la actual crisis económica, no es el momento de añadir trabas a su propuesta. "De esta manera nuestro cliente se ahorra



el canon", argumenta.

A pesar de no ser una franquicia, ofrece un servicio completo al interesado; algunos son servicios adicionales que aporta la empresa: sistemas de vigilancia, seguro a todo riesgo, seguimiento de rentabilidades, entre otros. "Asesoramos al cliente para elegir el mejor local para este negocio", destaca. Además, también se puede contratar servicios a la carta de mantenimiento, "según las necesidades".

Boxes está compuesto por máquinas expendedoras de: hielo, comida caliente, bebidas frías, snack, bebidas calientes, parafarmacia y recarga de móviles. Su apuesta por la calidad hace que sean distribuidores oficiales de Jofemar; lo que aporta disponibilidad de recambios, rapidez y responsabilidad sobre

la marca. Ventajas que se añaden al servicio técnico directo del fabricante. "Ofrecemos las máquinas más fiables del mercado para estas tiendas", resalta Fernández.

Por otro lado, los acuerdos de la empresa con las principales entidades financieras, facilitan el acceso del negocio a los interesados. "Con nuestro asesoramiento para aconsejar cuál podría ser la mejor opción en cada caso", explica. Además, los cálculos de la empresa estiman en un año el tiempo de amortización del negocio.

Otro valor añadido para los potenciales propietarios, las clases particulares que se imparten a los interesados. "Ofrecemos cursos personalizados para conocer todo el negocio". Y después, "siempre estamos a disposición para solucionar dudas", concluye.

Candy celebra su primer cumpleaños con 100 máquinas y muchas golosinas

Intermedit celebra en enero de 2011 el primer año de sus expendedoras de golosinas Candy. Las cifras de su cumpleaños son "de dulce": con 100 máquinas repartidas por todo el país y más de 300.000 usuarios totales, la empresa murciana se está preparando para dar el salto al resto de Europa a mediados de año.

Las expendedoras Candy han sido una de las principales innovaciones en sistemas

de vending que conocimos durante 2010. Se trata de una expendedora de caramelos a granel en la que el usuario puede elegir la cantidad que quiere, de cada uno de sus hasta 28 tipos de golosinas disponibles en cada aparato de vending.

La mayor parte de su centenar de máquinas se encuentran en el norte de la península, principalmente en el País Vasco, Navarra y Barcelona, le siguen las comunidades de Murcia y Alicante. Para 2011, Intermedit ha desarrollado un plan para aumentar su presencia en Valencia y Andalucía. En febrero empezará a notarse su presencia en Galicia como resultado de su labor durante los últimos meses de 2010.

Buena parte de las expendedoras están situadas en tiendas de vending 24 horas. Las

estaciones de tren, metro y autobuses son también un espacio propio para este original y divertido sistema de compra de caramelos. De hecho, la empresa ya tiene bastante avanzadas las gestiones para instalar máquinas en todos los aeropuertos españoles. Actualmente tienen ya una unidad en Barajas, que es una de las que mejores resultados económicos está aportando. El rendimiento de la expendedora de chucherías Candy es precisamente su gran fuerte, con un margen económico que ronda el 400%.

La empresa tiene en marcha un proceso de patente para un nuevo sistema que estará previsiblemente en la calle antes de verano y de el sólo sabemos que es un poco más "salado" que el anterior. Además, visitará la feria EuVend 2011, en Colonia.

MONEDERO DE CAMBIO RR6^{HD}



GRUPO EXTRACTOR PATENTADO
...el CAMBIO más tecnológico

TARJETA SD-CARD E INTERFACE USB
...el CAMBIO más versátil

ALTA CAPACIDAD DE DISCRIMINACIÓN
...el CAMBIO a la más segura

6 TUBOS PARA UNA CAPACIDAD RECORD
...el CAMBIO a mayor capacidad

el
CAMBIO es...
Comestero

 Comestero group

www.comestergroup.es



Comencemos aclarando términos. ¿Qué se puede entender por vaso ecológico, dadas las herramientas y la materia prima con la que actualmente pueden trabajar estos fabricantes? Hoy en día, cabe calificar estos intentos de soluciones sostenibles.

“No existe ningún vaso de plástico para vending de bebidas calientes que sea biodegradable”, asevera Inés Guillemín de Veriplast. “Y los vasos de papel que se publicitan como biodegradables en realidad son un engaño, porque están cubiertos con una capa de polietileno”, asesta la responsable de la empresa francesa. En efecto, actualmente los materiales más respetuosos con el medio ambiente (hechos a base de almidón de maíz) no aceptan un chorro a más de 40°, que es la temperatura a la que suelen erogar las máquinas automáticas de café y bebidas calientes.

“Incluso resultan menos ecológicos, porque no se pueden reciclar; habría que separar el plástico del papel y eso no hay quien lo pueda hacer”, destaca Inés. Una opinión que comparte Nicolás Alonso, director comercial del distribuidor barcelonés Envalia: “El papel, por su fabricación y reciclaje, es más contaminante que el plástico. Aunque está claro que no es un material biodegradable, el plástico es 100% reciclable y reutilizable porque es monomaterial. Al final, el papel y el cartón tardan el mismo tiempo en descomponerse a la intemperie que el plástico”. La polémica está servida.

¿BIODEGRADABLE? NO, COMPOSTABLE

Tal y como aclara Silke Ruschke, especialista en vasos y paletinas de la EVA, “no manejamos cifras de lo rápido o lento que se puedan degradar estos productos en la intemperie. ¡Pero no es la manera correcta de ver las cosas! Los residuos deben ser tratados de forma responsable, en sus plantas de compostaje. Si no



Las soluciones **SOSTENIBLES**, más que una moda

SIN APOYO NI FINANCIACIÓN GUBERNAMENTAL Y EN MEDIO DE UNA ETAPA DE ENCARECIMIENTO DE LA MATERIA PRIMA, LAS EMPRESAS DE VASOS Y PALETINAS SIGUEN BUSCANDO VÍAS PARA CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE

EN LAS ÚLTIMAS GRANDES FERIAS DE VENDING Y HOSTELERÍA –HOSTELCO, VENDING PARIS, ETC.– NO PUDIMOS EVITAR FIJARNOS EN LA PROMOCIÓN QUE SE LE HA DADO A UN NUEVO TIPO DE GAMA DENTRO DE LA OFERTA QUE PRESENTAN NORMALMENTE LOS FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES DE VASOS Y PALETINAS. ACOSTUMBRADOS AL CLÁSICO VASO DE PLÁSTICO BLANCO O BEIGE (QUE, DICHO SEA DE PASO, NUNCA ESTÁ DE MÁS), NOS HEMOS PERCATADO DE QUE LOS COLORES HAN INUNDADO LA IMAGEN DE LOS VASOS, ESPECIALMENTE POR LA BUENA ACEPTACIÓN DE LA PERSONALIZACIÓN PARA MARCAS. PERO, DE ENTRE TODOS LOS COLORES, EL QUE MÁS SE LLEVA ES EL VERDE O, MEJOR DICHO, LO VERDE. SON LOS VASOS ECOLÓGICOS.

se llevan a estos centros, que tratan los residuos con un grado especial de humedad y a altas temperaturas, no se pueden descomponer”. Silke, además de desempeñar una labor informativa para la asociación europea, es también directora de marketing de Huhtamaki, probablemente el fabricante que ha apostado con mayor fuerza por los vasos compostables, con su gama BioWare. “En la mayoría de paí-

ses del Centro de Europa los residuos se incineran. Estos vasos, hechos de almidón de maíz con una capa de bioplástico (en lugar de totalmente de PLA), al quemarse, emiten tan poco CO2 a la atmósfera como lo harían los granos de maíz de los que están hechos”, informa Silke. En caso de tratarse en las adecuadas plantas de compostaje, los vasos de la multinacional finlandesa se degradan totalmente, de for-

ma totalmente aprovechable como compost o humus, en el plazo de 40 a 60 días, como da fe de ello la normativa europea EN13432 sobre materiales bioplast.

¿Dónde están estos centros de compostaje? En España, desde luego, haberlos haylos. Según declara José Maldonado, del departamento de reciclaje de Ecoembes (empresa responsable de la gestión de los “puntos verdes” en España), “sí que existe este tipo de plantas de compostaje. Ahora bien, el almidón de maíz es un material poco común; habría que realizar un estudio sobre granulometría para ver si este tipo de residuos puede tratarse allí”.

“Aquí, el BioWare es una novedad, todavía se está empezando”, declara Inma Sanjuán de Huhtamaki España. “Se están registrando pedidos en cantidades tímidas, pero donde sí tienen mucha más demanda es en países como Alemania o Finlandia, etc.” Está claro que no estamos

preparados aún, ya que no existe como mínimo una cultura de recogida selectiva. “Y es que, normalmente, las empresas que compran estos vasos ya están comprometidas con el procesamiento selectivo. Por ejemplo, hay muchas iniciativas de este tipo en grandes festivales, donde ya se tiene programado de antemano que se separarán los residuos como es debido, habilitando contenedores para ello”.

NO PONGAMOS BARRERAS

Al final, como concluye Inma, “cada uno tiene sus perspectivas de hacer negocio”. Más efectivas o menos, las iniciativas verdes son siempre bienvenidas en el Vending. No es de agrado que se pueda utilizar la protección del medio ambiente como recurso fácil de marketing, pero tampoco lo es poner barreras a una propuesta que acaba de nacer y que lo hace con una intención sana. Ni que las



PRODUCCIÓN EN SUELO ESPAÑOL

El título de única empresa de vasos y paletinas con producción en suelo español se lo puede adjudicar Paif. Aunque forma parte de un grupo empresarial italiano, la firma cuenta con la única planta de producción de vasos para vending del país, en Zaragoza concretamente. Además, cuenta con el know-how de ser la firma que renace de parte de las cenizas de Eurous, líder en vasos de plástico en España durante varias décadas. Aunque ya comercializa varias gamas para la hostelería y el catering, la empresa se prepara ahora para su puesta de largo en el Vending, que se producirá en el mes de marzo.

“Vamos a dar guerra”, avisa el director comercial Joan Recordá, hombre de longeva experiencia en el sector. “Ha costado una inversión adicional, porque desde que iniciamos el proyecto hace un año el precio del poliestileno ha subido un 35%, pero estamos preparados para sorprender con una gama que se adaptará a grandes y pequeños”. Joan se refiere a que darán un servicio adaptado a todas las necesidades, desde las ventas al por mayor a pedidos reducidos de incluso dos palets. Pero también a que ofrecerán una mayor amplitud “de hasta 7 u 8 colores, con la capacidad de realizar impresiones personalizadas a través de una maquinaria de máxima resolución y la mayor cantidad de colores posible”, asegura. Lo mismo para sus paletinas, blancas o de cristal, y presentadas en diversos formatos, desde la bolsita individual a paquetes de 500 unidades.

Por último, el representante de Paif también ha revelado que están haciendo pruebas, a través de una empresa asociada, para conseguir un aditivo que establezca la vida útil del vaso en 1 año. Los resultados, “en el segundo semestre”.





ponente que lo convierte en biodegradable al cabo de cinco años", afirma Daniela Clerici, que destaca que "al contrario que puede ocurrir con las paletinas de madera, no suelta taninos, ni es perjudicial para la salud, ni deja mal gusto en las bebidas calientes. El problema con la biodegradabilidad es que todo el mundo habla, pero a la hora de la verdad muchos se echan atrás porque el precio es más elevado".

Ignoradas por las subvenciones y fondos gubernamentales, estas empresas realizan una labor encomiable, ya que suficiente tienen con aguantar la presión que ejerce el encarecimiento de la materia prima.

Al igual que sucede con los productores de café, leche o azúcar, los fabricantes de vasos y paletinas han visto cómo los indicadores del coste de los plásticos subían como un termómetro en Écija: el PLATTS (índice más utilizado por estas empresas) pasaba de 1.000 euros por tonelada en enero de 2010, a 1.570 euros

cuenta el impacto ecológico que genera el transporte de productos. Además de invertir en I+D relacionados con el producto, también lo ha hecho, y con fuerza, en reubicar la producción cerca de los mercados de destino, con el fin de que la mercancía haga menos kilómetros de viaje".

De hecho, el aprovechamiento correcto del transporte, el almacenamiento y el embalaje de los productos está sirviendo a las empresas para poder recortar en gastos y hacer más llevadero el índice desorbitado de los precios. Desde Envalia, de hecho, incluso aseguran haber rebajado el precio de venta de su gama, tras haber aplicado mejoras en materia de logística: "No somos los más baratos, pero ofrecemos calidad al cliente, plazos de entrega y un buen producto", atestigua Nicolás Alonso.

Como ejemplo más ilustrativo se puede tomar a Veriplast, que ha conseguido reducir el cartónaje (cajas de menor espe-



empresas fabricantes se quedaron de brazos cruzados; de hecho, tanto desde Veriplast como Huhtamaki o la española Paif – según nos informan – se está invirtiendo mucho tiempo y dinero en encontrar nuevos materiales que, definitivamente, sean 100% ecológicos además de útiles en el Vending de bebidas calientes.

En las paletinas ya se está aplicando igualmente. El fabricante italiano Ni.Si. ha lanzado su paletina "bio", elaborada a base de poliestireno cristal, un material que por sí solo no es recuperable. "Pero, en nuestro caso, le hemos añadido un com-

en diciembre. Para estas alturas (enero de 2011), ya podría estar alcanzando los 1.700 euros. Y se esperan más sustos.

OPTIMIZANDO, QUE ES GERUNDIO

La filosofía sostenible no acaba en la búsqueda del material ideal. Se han llevado a cabo otras iniciativas de carácter ecológico, como explica Lorenzo Bassi, comercial de vending de la italiana Flo: "La nuestra fue una de las primeras empresas en Europa que ofrece soluciones para la reducción de peso y la optimización de la logística, especialmente teniendo en

tor y más bajas), con lo que pueden añadir una línea más de género en el mismo palet. Una medida de éxito, según la califica Inés Guillemin, que viene acompañada de novedades: "En el mercado español, de cara a febrero, vamos a lanzar un modelo de 160cc y 3,2gr; y estamos probando otro para máquinas automáticas freestanding".

Al igual que sus "hermanos" del Office Coffee Service, la receta para los vasos y paletinas es la misma: calidad y servicio. Y si es ecológico, mejor.

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

eurowending.sales@meigroup.com

The Complete Payment Solution

mei.
www.meigroup.com

El SECTOR DEL VENDING se embarca en la primera convención celebrada en un CRUCERO



EL ITINERARIO PASA POR VARIAS CIUDADES MEDITERRÁNEAS, POR LO QUE LOS INTERESADOS EN ASISTIR PODRÁN EMBARCAR EN CUALQUIERA DE LAS CIUDADES QUE A CONTINUACIÓN SEÑALAMOS:

7 de mayo. Puerto de Savona.
SALIDA: 17:00
8 de mayo. Puerto de Barcelona.
LLEGADA: 13:00; SALIDA: 19:00
9 de mayo. Puerto de Ajaccio.
LLEGADA: 13:00; SALIDA: 19:00
10 de mayo. Puerto de Savona.
LLEGADA: 09:00.

Para el que eche de menos la experiencia de Venditalia, la feria italiana del Vending y una de las mayores y más entretenidas citas de la industria internacional de la venta automática, no tendrá que esperar hasta el 2012. Los mismos responsables de Venditalia, con el apoyo de Confida (la asociación italiana), han programado un evento único: Vending Cruise 2011, la primera convención empresarial que se celebra en alta mar.

La propuesta ya es de por sí lo suficientemente atractiva para que las empresas se fijen en ella. Cuatro días en el crucero Costa Deliziosa, la última perla de la flota de Costa Cruceros, en los que se podrá hacer negocio, presentar proyectos, sacarle todo el jugo a la oferta de ocio del crucero y, por encima de todo, compartir la experiencia con otros colegas del sector.

"FARE SISTEMA PER CREARE VALORE"

El lema de Vending Cruise 2011 ("elaborar un sistema para crear valores") es un reflejo de la filosofía de este evento. Aquí se antepone la creación y consolidación de relaciones empresariales en un entorno adecuado para la conversación relajada, en contraposición al frenético ritmo que caracteriza por lo general a las grandes ferias. El objetivo es crear unión y cohesión dentro del sector. Además de disfrutar de muchos momentos de diversión (la organización ha confirmado que se habilitarán la discoteca y el piano bar para actos especiales), se ha confeccionado una programación de conferencias y talleres. Los responsables de Confida, con su presidente Lucio Pinetti al frente, se encargaran de presentar su campaña "Comuniquemos nuestros valores" y la conferencia "El futuro del Vending".

EUROVENDING - Madrid

El Vending español vuelve a contar con su feria

El Comité de Proveedores de Aneda, con el visto bueno de la asociación, ha confirmado que se encargará de la organización del evento. Eurovending 2011 no será una feria independiente, sino un salón que estará integrado dentro de Horeq, la feria de hostelería que se celebra en Ifema (Madrid), los días 23, 24 y 25 de noviembre.

A continuación, reproducimos íntegramente el comunicado emitido por el Comité de Proveedores de Aneda:

"A principios de 2010 y dadas las dificultades que atravesaba la economía española y, concretamente, el sector del vending, varios fabricantes y suministradores del sector se vieron obligados a renunciar, entre otras cosas, a su participación en la Feria del Sector organizada históricamente por Eurovending. Desgraciadamente, la Edición de 2010 de la Feria tuvo que ser desconvocada.

No obstante, conscientes de la importancia que supone disponer de un punto de exposición y encuentro en el sector, varios proveedores crearon, con el visto bueno de la directiva de Aneda y siempre amparados por la Asociación, el "Comité de Proveedores" de Aneda.

Este Comité tiene un único objetivo: Ayudar a mejorar, en la medida de sus posibilidades, la imagen y profesionalidad del sector, conscientes de que solo así puede progresar. Esto es una labor de todos y, en ese sentido, al día de hoy, 19 empresas suministradoras y/o fabricantes constituyen dicho Comité que sigue abierto a cuantos quieran incorporar-se al mismo.

Entre los temas trabajados a lo largo del año se encuentran:

- Mejora de imagen del sector. Publicidad y promoción en común.
- Confección de estadísticas de consumo y suministro.
- Nuevas legislaciones y manera de abordarlas: Morosidad, transferencia de pagos, legislación andaluza que afecta a las máquinas vending, etc.
- Feria del Vending como representación e imagen del sector.

Concretamente, respecto al punto de la Feria del Vending, este Comité quiere informar que ha trabajado buscando todas las opciones posibles que puedan garantizar la máxima asistencia tanto de expositores como de visitantes y, tras negociar con diferentes insti-

tuciones feriales y valorar todas las opciones (disponibilidad de fechas, posibilidades de promoción, costes, situación, etc.), se ha llegado a definir que la próxima feria del sector del vending se realizará en el recinto ferial de Madrid, coincidiendo con Horeq los próximos 23 al 25 de Noviembre.

Para garantizar que se cumplan los objetivos negociados con Ifema (organizador de Horeq), se ha creado una Comisión de Seguimiento que trabajará directamente con la organización, colaborando y supervisando todas las labores que puedan afectar al éxito de esta edición, buscando dar a nuestro sector la máxima relevancia en aras de conseguir una mejora de su imagen y su prestigio y, por lo tanto, conseguir una repercusión directa en su crecimiento y profesionalidad.

Ayudar a mejorar el sector del vending en nuestro país es labor de todos los que participamos en él. En este sentido, este Comité solicita la ayuda y colaboración de todos los Agentes implicados: Asociaciones, Medios de prensa, Operadores, Fabricantes, Distribuidores y, en general de todos aquellos que, con sus acciones diarias, influyen en el desarrollo y en la imagen del mismo".

ONESHOW - Chicago

La feria de Estados Unidos demuestra su profesionalidad

En apenas tres meses dará comienzo OneShow 2011, la mayor feria de máquinas expendedoras de los Estados Unidos y, por extensión, el mayor evento del sector al otro lado del Atlántico.

Entre los días 27 y 29 de abril, el McCormick Place North de Chicago dará cabida a alrededor de 230 empresas y más de 3.700 visitantes, si como mínimo se mantienen las cifras registradas en la pasada edición. Uno de los participantes será HOSTEL VENDING, que repartirá su edición de marzo-abril desde su propio stand.

Una de las actividades más esperadas por los profesionales norteamericanos es el "NAMA Supervisor Development Program", un programa lectivo con consejos prácticos para directivos de vending que este año presentará mejoras. "Queremos abarcar todas las necesidades del sector", comenta LyNae Schleyer, responsable de la organización del OneShow. "Vamos a ampliar las sesiones y a introducir un nuevo taller de Dirección de Proyectos. No sólo será interesante para los cargos de dirección; también para cualquiera que quiere que su plantilla

sea capaz de llevar la empresa un paso adelante. Aporta grandes beneficios a nivel personal y, en consecuencia, a nivel empresarial".

El programa se adentra en casos reales y factibles de producirse en cualquier negocio de vending. Los expertos promoverán el diálogo entre los participantes. Entre los temas más recurrentes: cómo tomar decisiones ejecutivas, ordenación del tiempo, comunicación, solución de problemas, liderazgo, capacidad comercial personal, relación con el consumidor; y dirección práctica del personal.

En definitiva, el "Development Program" es una prueba más de las iniciativas proactivas de la asociación norteamericana para apoyar de forma directa y útil a los profesionales del sector; algo que se echa en falta por estos lares y del que se puede aprender una lección.

El café para oficina fue el gran protagonista de Hostelco 2010

El café tenía todas las de ganar en la feria Hostelco de Barcelona. La demanda continua de un servicio de bebidas calientes en las oficinas y fábricas, unido a las características de la feria (donde confluyen los sectores de la hostelería

y la venta automática) han ensalzado al sector del OCS como el indiscutible protagonista de esta edición.

Desde el mismo recinto de Fira de Barcelona Montjuïc, los enviados de HOSTELVENDING se

empaparon del carácter eminentemente profesional del evento, que puso el broche al calendario ferístico del pasado año.

Si bien se pudo palpar la sensación de que el número de empresas participantes se había redu-

cido en esta ocasión, no pudo decirse lo mismo del número de visitantes, que mantuvo la afluencia de la edición del 2008; en especial los dos primeros días de feria. Encontramos, igualmente, otra dicotomía en cuanto al número de novedades expuestas (un tanto escaso), que se compensó por el innegable carácter de la feria como marco ideal para la proliferación de acuerdos, contactos y negocios, entre las empresas y con los profesionales asistentes. Eso sí, nuevos lanzamientos no faltaron, como es el caso de Saeco que estuvo presentando varios modelos.

CAFÉ PARA TODOS

Como veníamos diciendo, en una feria de hostelería y colectividades, que incluso albergó un área especialmente dedicada a la cultura del café (Área Café), cabía esperar que las

empresas de Vending y proveedores se iban a volcar en el Office Coffee Service (OCS).

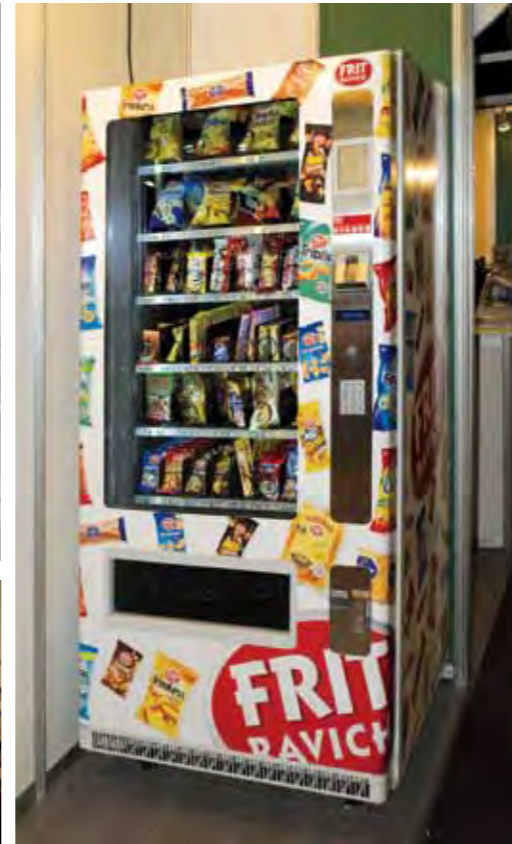
El público no dejó de mostrar un gran interés por estas soluciones de café para empresas, tanto en los modelos de pie (free-standing) como los de sobremesa (table top). Las firmas, por su parte, se encargaron de recordar el papel de aliado que juegan estas máquinas dentro del entorno laboral, como creadoras de los momentos de relax y conversación proactiva de los empleados y los directivos.

Asimismo, se incidió mucho en la importancia de la profesionalización de este servicio, que se concreta en la apuesta por máquinas fiables y adaptadas a las necesidades de cada empresa; así como en la vital importancia de ofrecer un servicio técnico 24 horas, que apoye al operador ante cualquier inci-

dencia. Firmas como Vendomat, Natribom, Aromat y Alice Forever; entre otros, están dando fe de ello.

Este esfuerzo por apartar – de una vez por todas – las máquinas a precio de saldo con prestaciones ínfimas y nula asistencia técnica retribuye positivamente en las firmas proveedoras. Y no sólo eso, es su compromiso como componentes esenciales de esta cadena asistir también en la medida de lo posible al operador, para ofrecer la mayor calidad posible al cliente.

Las marcas de proveedores, como Nestlé, Tupinamba o Cafés Novell, demuestran haber aprendido esta lección y desarrollaron un papel encomiable en Hostelco; de hecho, sus stands, además de ser algunos de los más imponentes, son los que más tráfico de visitantes consiguieron atraer.



Hostelco se despide hasta la próxima dejando muchos protagonistas

Aunque el café lideró la Feria de Hostelco, productos como el té y los snacks lograron llamar la atención de los visitantes. La presencia de varias empresas orientadas hacia el sector del picoteo despuntaron con sus novedades en la zona dedicada al canal vending. Empresas como Frit Ravich y Antica Tradizione presentaron sus nuevas gamas destinadas al canal impulso.

Frit Ravich tiene una amplia selección de productos en diferentes envases: las tradicionales bolsas y las latas de pequeño formato. En él contienen desde patatas hasta golosinas. Antica Tradizione se estrena en el vending con sus snacks saludables. Su oferta de salados de pan introduce nuevos formatos y sensaciones. Los enviados de HOSTEL VENDING observaron cómo la empresa Churruca descubrió el potencial que podrían tener en este canal, aunque aún no se encuentran en él. Tiempo al tiempo.

Mención especial merecen Revena y ETN Vending. Tradicionalmente, el sector del minivending/ocio vending asiste a ferias de la industria del azar y el recreativo y no suele mostrar sus ofertas en eventos dirigidos hacia la hostelería o el vending tradicional. Estas empresas arriesgaron, presentando sus máquinas de ocio y pequeña distribución en Hostelco y acertaron de pleno; su stand estuvo muy concurrido. Una apuesta arriesgada que cosechó triunfos.

TÉ CON LECHE Y AGUA

Tupinamba presentó su nueva gama en cápsulas de Té de la India "Moupy". Con una variedad para cualquier paladar; desde té verde hasta té con esencia de limón. En líneas generales, las perspectivas de venta en la feria "alcanzaron las expectativas", según indicaron el Director Manager de Vending OCS, Eugenio Martínez, y su Director Comercial,

Salvador Munné. "Aunque aún falta concretar algunos negocios", señalaron.

Como ya informó esta publicación, Tupinamba se ha convertido en representante de Regilait en España y han detectado cómo el mercado "está aceptando positivamente" las cápsulas de leche Pura UHT y leche concentrada.

La presencia de Everpure y Water & More también se hizo notar, convirtiéndose en representantes de las empresas de filtros de agua. Huhtamaki tampoco faltó a la cita con su gama de vasos personalizados. También estuvo presente Fresh con sus cepillos de viaje y la Asociación AEV.

En general, una variada oferta liderada por las empresas centradas en el Office Coffee Service. Las más de 700 firmas y 62.000 visitantes (en toda la feria) así lo atestiguan. Hasta la próxima ocasión, que ya será en el 2012.



La CULTURA y la TRADICIÓN originaria del vending

PRESENTAMOS LA MEJOR Y MÁS
EXTENSA GAMA EN ACABADOS Y
PRESENTACIONES PARA EL OPERADOR



EN VASOS Y PALETINAS

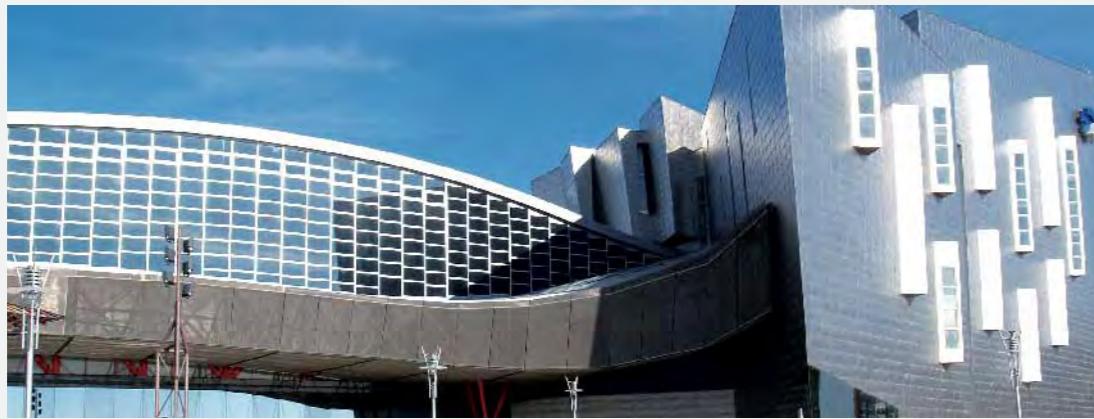
TAMBIÉN PERSONALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Sistema de gestión certificado en ISO 9001:2008

(Made in Spain)

HOSTELEQUIP 2011 - Málaga

La unión de ExpoAehcos y Hostelequip referencia del sector en el Mediterráneo



Hostelequip, el 15º Salón Profesional del Equipamiento, Servicios, Alimentación y Bebidas para Hostelería y Colectividades, se unirá este año con la celebración del principal evento de los Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol ExpoAehcos, que venía reuniendo, desde hace 20 años en el Palacio de Ferias de Torremolinos, a los profesionales de la industria hotelera de la Costa del Sol. Ambas ferias se celebrarán del 6 al 9 de marzo de 2011 en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

Con esta convocatoria la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS) y el Palacio de

Ferias y Congresos de Málaga, junto con la Asociación de Empresarios de Hostelería de la provincia de Málaga (AEHMA), buscan reunir a todo el sector hostelero y hotelero en un único evento, más enriquecido y con más atractivos para expositores y visitantes profesionales.

Bajo el eslogan Sumamos para crecer se presenta esta nueva convocatoria que reunirá en un único espacio las últimas tendencias en servicios, equipamiento, alimentos, bebidas, y soluciones tecnológicas para la hostelería y las colectividades y será el punto de encuentro profesional de referencia en el Sur de España y la ribera del Mediterráneo.

CHINA VENDING & OCS SHOW - Shanghai

Tiempo para plantearse el mercado asiático

Los organizadores de la feria de vending de China han transmitido a la prensa del sector el primer anuncio sobre su próxima edición, que se celebrará entre los días 22 y 24 de junio del 2011. Las empresas interesadas en aventurarse a descubrir cómo es y que ofrece el mercado asiático de la venta automática tienen, de este modo, el margen necesario de tiempo para ir gestionando su viaje a Shanghai.

La relevancia de este evento es cada vez más notable; en gran parte por el crecimiento exponencial de visitantes y expositores que ha experimentado en apenas ocho ediciones: el año pasado el número de expositores se incrementó hasta un 25%. De hecho, el comité organizador del China Vending &

OCS Show 2011 ya ha adelantado las primeras expectativas de visita; se esperan, por tanto, más de 8.000 profesionales en el palacio de congresos Shanghai Mart.

Pero en esta ocasión, además, la feria resulta especialmente atractiva por la ausencia de una feria de notoriedad internacional en el vecino Japón. Si el pasado año se pudieron observar las novedades de este mercado tan innovador en la feria multisectorial Retailtech/Vendex Japan, los responsables de este evento han confirmado a HOSTELVENDING.com que, en el 2011, no existirá un espacio o programa dedicado a las máquinas expendedoras. En consecuencia, y al no disponer de una alternativa en Japón, la feria de China debería absorber

parte de las firmas y visitantes interesados en el mercado asiático.

LOS GRANDES NO FALTARÁN

Al igual que sucedió en la pasada edición, el carácter internacional del China Vending Show es inapelable. Aparte de que 2.000 de los 8.000 visitantes sean extranjeros, muchas de las principales firmas de máquinas expendedoras, OCS, medios de pago y componentes de todo el mundo ya han confirmado su participación. La feria cuenta con el apoyo de la cámara de comercio de la Federación china, así como de las grandes asociaciones del sector: NAMA (Estados Unidos), que participó activamente en las ponencias del pasado año; EVA (Europa) y JVMA (Japón).





COMPañÍA LEVANTINA DE REDUCTORES

**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

"WCKIT" www.wckit.es

RENTABILIZA tu negocio

¡NOVEDAD!

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

Todas estos productos están realizados en **MATERIALES REICLADOS 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 CERZO - C/Historiador Cardús, 23 TERRASSA (Barcelona)
Tfno.: 607 83 73 55 • cerzodiver@yahoo.es

Pack Higiene
100% Biodegradable



EASYFAIRS 2011 - Madrid



El salón de vending y restauración de Madrid presenta un programa formativo completo

easyFairs Restauración Moderna 2011, que se celebrará los días 16 y 17 de febrero en el pabellón 1 de IFEMA Madrid, ofrece un completo ciclo de seminarios gratuitos, especializados y dirigidos exclusivamente a profesionales del sector. Ponentes de reconocido prestigio analizarán las tendencias del sector de la restauración y la venta automática en más 20 de conferencias y casos de éxito.

SALA "TENDENCIAS EN CATERING Y RESTAURACIÓN"

Se abordarán temáticas tan diversas como los nuevos procesos y tecnologías en la elaboración de platos preparados, el impacto de la Ley de seguridad Alimentaria, el papel del consumidor en el desarrollo de nuevos productos, APPCC en restauración, claves para detectar franquicias seguras y cómo saber si el propio negocio es franquiciable, el capital humano en el HoReCa... entre otros.

Algunos de los ponentes destacados en este bloque serán: Xavier Torrents, director de hostelería técnica I+D de Grupo Áreas; Santiago Barbadillo, director general de Barbadillo Asociados; José Ferrer, jefe del departamento de legislación de AINIA; Jor-

ge Comas, director de Sephoreca o Blanca Esteban, responsable del servicio de dietética de la Asociación de Celiacos de Madrid.

Además, los visitantes podrán conocer de forma directa nuevos ingredientes y procesos con catas y demostraciones en directo. Ya está confirmada la asistencia de Beatriz Sotelo (1 Estrella Michelin y ganadora de la segunda edición del Concurso Cocinero del Año) y José Carlos Fuentes (ganador de la tercera edición del Concurso Cocinero del Año), quienes ofrecerán el jueves 17 de febrero una clase magistral con varias recetas seleccionadas.

SALA "NOVEDADES Y TENDENCIAS DE LA RESTAURACIÓN ORGANIZADA"

Con la colaboración de FEHCAREM, Asociación Española de Cadenas de Restauración Moderna, se analizarán las claves para el lanzamiento de nuevos establecimientos y la internacionalización, planificación estratégica en cadenas de restauración y restauración en ruta, nuevas tecnologías y herramientas online aplicadas al sector. También se abordará la competitividad en tiempos de crisis o nuevos consumos del vino.

José Miguel Herrero, subdirector gene-

ral de estructura de cadena alimentaria del Ministerio MARM; Andrés Jover, director internacional de Eat Out Group; Antonio Negro, Industry Manager de Google; Octavio Llamas, director de marketing de Autogrill, y Rafael del Rey, director general del Observatorio Español del Mercado del Vino, son algunos de los expertos que compartirán con el visitante las tendencias y casos de éxito de la Restauración Organizada.

PARA PROFESIONALES ESPECIALIZADOS

Por otra parte, el salón easyFairs Restauración Moderna continúa creciendo en oferta expositiva. El visitante podrá descubrir las novedades en alimentación (con especial relevancia de la IV y V gama) y bebidas, maquinaria y equipamiento, vending y auto-servicio, franquiciadores y servicios para el catering, de la mano de empresas relevantes del sector.

easyFairs Restauración Moderna se concibe como un salón exclusivo, estrictamente profesional y altamente especializado que permite a expositores y visitantes ampliar, en tan solo 2 días, su red de clientes y proveedores y su fuente de ideas para sus negocios.

HOREXPO - Lisboa

La oportunidad para conocer el estado del Vending en Portugal

La feria Alimentaria & Horexpo, que se celebrará del 27 al 30 de marzo de 2011, sumará tres ofertas feriales y atraerá a todos los visitantes profesionales tanto del canal de distribución de alimentos y bebidas como del canal Horeca, la industria alimentaria y de tecnologías de la alimentación.

Dentro de esta oferta ferial, Horexpo se convierte en punto de encuentro para todos los profesionales de la hostelería, la restauración, el café y el vending de toda la Península Ibérica. Precisamente, el canal Horeca supone una de las principales actividades económicas de Portugal. Con una dilatada trayectoria, Horexpo cuenta con el apoyo y presencia de los más destacados operadores económicos y de las principales asociaciones

y empresas del país. En total, durante sus cinco ediciones, Horexpo ha acogido más de 100.000 visitantes profesionales, un total de 3.000 empresas expositoras y 1.700 expositores directos; unas cifras que la sitúan entre las principales citas del sector ferial europeo.

POTENCIAL DE LA HOSTELERÍA EN PORTUGAL

Según AHRESP (Asociación de Hostelería, Restauración y similares de Portugal), el mercado portugués cuenta con un alto nivel de consumo en el canal Horeca, con un índice de alimentación fuera del hogar que supera el 50% del gasto alimentario. Portugal goza de cerca de 100.000 establecimientos de restauración, con un volumen de negocio superior a

los 15.000 millones de euros al año. La economía de Portugal está marcada por la importancia del mercado turístico, el cual supone un 6% del PIB nacional y ocupa a cerca del 8% de la población activa en términos directos, según el INE (Instituto Nacional de Estadística). La mayor parte de los turistas que visitan Portugal proceden de la Unión Europea, conjuntamente con Brasil y Estados Unidos.

EL MERCADO DEL CATERING EN PORTUGAL AGUANTA EL TIRÓN

Según los últimos datos de la consultora DBK, el mercado de catering en Portugal se vio afectado en 2009 por el desfavorable comportamiento de la actividad económica pero gracias a la creciente externalización del servicio, especialmente en hospitales y centros de enseñanza, el volumen de negocio sectorial registró una variación positiva. De este modo, el mercado aumentó un 1% respecto al año anterior, situándose en los 598 millones de euros.

interMedit

REFRÉSCATE CON TU COCKTAIL GOLOSINAS

- **CALIDAD E HIGIENE:** porque el producto está refrigerado continuamente, manteniéndolo con la humedad y textura de consumo idónea, además no está expuesto a elementos externos.
- **NOVEDAD:** algo que el sector del vending necesita para seguir creciendo.
- **DEMANDA:** el consumo de golosinas crece aún en épocas de crisis.
- **RENTABILIDAD:** sin duda la más rentable

LA PRUEBA EXPENDIDORA DE GOLOSINAS A GRANAL

24 HORAS
De diversión.

CANDY

INTERMEDIT, S.L. 30500 Murcia (España) Tel. +34 968 641 870 www.intermedit.es - info@intermedit.es

Los profesionales de Vending del País Vasco demostraron implicarse en la innovación

Más de un centenar de personas se habían inscrito en el IX Encuentro de Profesionales de Vending de Euskadi. No faltó ni uno sólo de los 109 asistentes a la cita, celebrada el pasado jueves, 25 de noviembre, en el Hotel NH Villa de Bilbao.

Como ya había adelantado el presidente de la Asociación de venta automática del País Vasco (EVE), José Manuel Atxaga, el evento se iba a concentra en la dinamización de las empresas a nivel tecnológico. "Innovar para avanzar", rezaba de hecho el lema del Encuentro. El enviado de esta publicación a Bilbao pudo dar fe de ello.

La jornada se desarrolló según lo programado, con Atxaga abriendo la serie de conferencias en un breve discurso en el que agradeció la presencia de los asistentes a la cita.

SEGURIDAD ALIMENTARIA

La primera de las ponencias, a cargo de la responsable del área de alimentos de los Laboratorios Biotalde, Mireya Álvarez, dejó la frase más rotunda del día: "Los explotadores de las empresas alimentarias son los únicos responsables legales principales de la seguridad alimentaria".

Álvarez distinguió los diferentes peligros que comprometen esta seguridad: químicos (componentes de plásticos y bases de los envasados), físicos (cualquier cuerpo extraño que haya en los alimentos) y biológicos (bacterias, insectos, etc.). "Hay diferentes motivos por los que se puede desencadenar la contaminación de alimentos por causas microbiológicas", apuntó la responsable del laboratorio; "pero, principalmente, es debido a: la ruptura de la cadena de frío y la no realización o aplicación de los estudios sobre la vida útil de los alimentos". Otros motivos señalados: la falta de limpieza en los vehículos del manipulador; los vehículos no refrigerados; etc.

El discurso dejó claro que sobre los proveedores de alimentos y sobre los operadores de vending recae la responsabilidad de cumplir con la normativa; porque, como indicó Álvarez, "todo esto culmina con la redacción del texto de la Ley de Seguridad Alimentaria".



te de Selhosvi) mostró la tecnología *cashless* de la firma Nogasito, pioneros en la introducción de los medios de pago sin efectivo (tarjetas de crédito, prepago, móvil, etc.) en el País Vasco.

A renglón seguido, y en una suerte de inciso, el director general de TPC Netgrup, Francesc Güell, ofreció a los asistentes una panorámica de las propuestas de su firma en formación orientada al Vending. Por último, Bernardo Pena, de Altec B2B, explicó los servicios de su empresa como partner tecnológico, completando de esta manera el círculo de presentaciones orientadas a la innovación, tal y como pretendía el Encuentro.



Cambiando de tercio, las siguientes ponencias se orientaron a la presentación de nuevas soluciones tecnológicas aplicadas al vending. NRI, Nogasito y Altec B2B – cada uno en su propia presentación – fueron ejemplos ilustrativos de su propio segmento. Así pues, Juan Ramón Navarro, director técnico de NRI, se encargó de explicar el nuevo sistema de alerta por SMS y telemetría integrado en su monedero currenza c². Por su parte, José Luis Calvo (geren-

UNA CITA QUE NO DEFRAUDA

La celebración se cerró con una exquisita cena en el restaurante La Pérgola. Como ya es costumbre en las reuniones organizadas por EVE, el IX Encuentro resultó un nuevo acierto. Se echó en falta, eso sí, y como comentaron los mismo asistentes, una mesa de debate para dialogar sobre los temas de las ponencias. Obviando este detalle, las sensaciones que quedaron tras la jornada fueron más que satisfactorias.

IX Encuentro de Profesionales de Vending de Euskadi



hostelequip

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

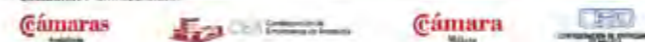
Málaga 2011
6 - 9
marzo

su puesta a punto

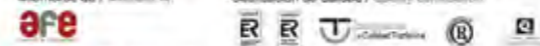
15º salón profesional del equipamiento, servicios, alimentación y bebidas para hostelería y colectividades

www.hostelequip.com

Colaboran / Colaborators:



Miembros de / Members of:



Transporte Oficial / Official Carrier



CALIDAD Y SERVICIO contra la tiranía de los precios

AL TRABAJADOR LE HACE FALTA SU CAFÉ. ES MÁS, LE HACE MUCHO BIEN. NI FALTA HACE RECORDAR AL LECTOR PROFESIONAL (AUNQUE LO HAREMOS PORQUE LA OCASIÓN LO REQUIERE) QUE EL CAFÉ ES ESE MOMENTO DE RELAJACIÓN, ESA CUOTA DE SOSIEGO EN MEDIO DE LA JORNADA LABORAL Y, A LA VEZ, ESE PEQUEÑO EMPUJONCITO QUE SE NECESITA PARA LLEVAR ADELANTE LA MAÑANA CON MÁS ENERGÍA Y MEJOR SABOR DE BOCA. EN DEFINITIVA, EL TRABAJADOR NO SE VA A PRIVAR DE TOMAR SU “CAFELITO”, POR MUCHA CRISIS QUE HAYA. ¿CÓMO EXPLICAR, SI NO, QUE LAS MÁQUINAS DE CÁPSULAS HAYAN SIDO EL REGALO DE MODA DE ESTAS NAVIDADES?

El meollo de la cuestión, aunque parezca evidente, es que al Office Coffee Service, al café de máquina para oficinas y empresas, se le está yendo el público... a la cola del paro. Y el que tiene la suerte de seguir trabajando, ahora tiene que pagar un pellizco más por su taza. ¿Cómo vender a un público más reducido un producto que, aunque fiable, es más caro?

Recordemos la coyuntura del mercado laboral en España, porque exige de los que

estamos en este negocio de un acto de fe, determinación y confianza en el producto estrella del Vending, el café. Así las cosas, y a estas alturas, a nadie sorprende y a todos duele recordar que, en los últimos 12 meses, la cifra total de desempleados ha aumentado en 451.000 personas, para un total de 4.574.000 desempleados en todo el país y una tasa de paro del 19,8%. A finales del 2007, era del 8,6%.

“Brotos verdes” y políticas de recorte

social aparte, queda aún pie para la recuperación. De acuerdo con la Encuesta de Población Activa elaborada por el Instituto Nacional de Estadística, durante el tercer trimestre de 2010 se ha registrado un nuevo incremento de la ocupación (69.900 personas), que ha hecho reducir la tasa de paro en tres décimas. Visto desde los entornos target del OCS, el resultado es dispar: el sector Servicios ha añadido 144.000 nuevos trabajadores; mientras que en Industria se han producido 18.300 ceses de actividad laboral.

Esto da pie a refrescar la memoria sobre la distribución de las empresas en España. Según los últimos datos del INE, DIRCE 2009 (a 1 de enero de 2009), se contabiliza un total de 3.350.972 empresas, de las cuales la inmensa mayoría, el 99,88% son PYMES (entendiéndolas como empresas con un máximo de 250 asalariados) y sólo el 0,12% (es decir, 4.069 firmas) alcanzan la dimensión de gran empresa. De las 3.346.903 PYMES, un poco menos de la mitad cuentan con trabajadores asalariados. Si a éstas les sumamos las más de 4.000 grandes empresas, tenemos un total de 1.585.193 oportunidades de instalar una máquina de café para los empleados.

CUESTIÓN DE CONFIANZA

A veces es cuestión de creer. El Indicador de Confianza del Consumidor, que elabora el ICO cada mes, parece el recorrido de una montaña rusa desde mediados del 2009 (ver cuadro adjunto). Pasado ya el “bajón” que sufrió el consumidor español al inicio de la crisis (de la segunda mitad del 2007 pasando por todo el 2008), la perspectiva sobre la situación actual de la economía española, la economía familiar y el empleo ha retoma-

cont. pág 38

DESEMPLEO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS*				
	OCUPADOS	PARADOS	TASA ACTIVIDAD	TASA PARO
TOTAL	18,546.8	4,574.7	60.08	19.79
Andalucía	2,826.8	1,129.5	58.48	28.55
Aragón	553.0	87.2	57.66	13.62
Asturias	413.4	68.9	51.83	14.29
Balears (Illes)	506.0	104.5	68.13	17.12
Canarias	771.9	310.2	62.00	28.67
Cantabria	241.2	33.4	55.47	12.18
Castilla y León	1,013.7	181.4	55.64	15.18
Castilla La Mancha	785.2	192.6	57.50	19.70
Cataluña	3,176.1	669.4	63.27	17.41
Comunitat Valenciana	1,927.1	588.9	60.40	23.41
Extremadura	385.3	111.3	54.79	22.41
Galicia	1,118.7	195.3	55.14	14.86
Madrid (Comunid.de)	2,870.4	545.6	64.93	15.97
Murcia (Región de)	562.9	177.3	62.34	23.95
Navarra (C.Foral de)	270.2	38.5	60.16	12.47
País Vasco	941.0	104.3	57.41	9.98
Rioja (La)	136.8	22.3	60.29	13.99
Ceuta	24.8	7.2	53.85	22.44
Melilla	22.3	6.8	52.11	23.37
*Tercer Trimestre 2010 (7/7)				

INFORME DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ

6 meses de SUBIDA ESTRATOSFÉRICA en el precio del CAFÉ



EL PRECIO DEL CAFÉ REGISTRÓ UNA SUBIDA NOTABLE (UNA VEZ MÁS) DURANTE EL PASADO MES DE DICIEMBRE. ASÍ, EL PROMEDIO MENSUAL DEL PRECIO INDICATIVO COMPUESTO DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ PASÓ DE 173,90 (EN NOVIEMBRE) A 184,26 CÉNTIMOS DE DÓLAR POR LIBRA. ESTE ES EL PROMEDIO MENSUAL MÁS ELEVADO QUE SE REGISTRA DESDE OCTUBRE DE 1994.

El precio del café registró una subida notable (una vez más) durante el pasado mes de diciembre. Así, el promedio mensual del precio indicativo compuesto de la Organización Internacional del Café pasó de 173,90 (en noviembre) a 184,26 céntimos de dólar por libra. Este es el promedio mensual más elevado que se registra desde

octubre de 1994. Sobre una base anual, el promedio de 2010 fue de 147,24 centavos de dólar por libra, un récord que la OIC no registraba desde 1986.

Como veníamos advirtiendo desde HOSTELVENDING, el incremento del 45% en el precio medio del café durante este último año está obligando a los operadores de Vending (y, podríamos añadir sin temor a equivocarnos, a las cafeterías) a valorar seriamente encarecer la taza de café.

Hasta hace poco, muchas marcas que distribuyen el producto a los operadores de vending o al consumidor final habían optado por no elevar el precio. Incluso, no lo olvidemos, han tenido que soportar el peso adicional que supuso el incremento en la tasa del IVA, efectivo desde el pasado 1 de julio. “Llevamos soportando esta subida desde el mes de septiembre hasta ahora”, señala Javier Morilla, uno de los responsables de la empresa operadora Vendiser. Estos datos han provocado que se les informe a las empresas que consumen esta materia prima que el precio del producto se les podría incrementar hasta en un 40%, tal y como indican desde Vendiser. Sin embargo, esta empresa (como otras en el sector) va a propiciar que sus clientes no sufran esa subida en su totalidad, por lo que incrementarán a partir de enero tan

sólo entre un 25 y 30 por ciento sus precios.

¿QUÉ OCURRE EN EL MERCADO?

Según indica la propia Organización, el comportamiento de los precios es un claro reflejo de la incertidumbre en torno a la provisión de café a corto plazo. La producción actual no puede hacer frente a la demanda mundial, y las condiciones meteorológicas adversas en varios de los países caficultores (Indonesia, Vietnam, Colombia y algunas regiones centroamericanas) no ayudan a que el mercado se abastezca de nuevo material.

La bajada en el nivel de exportaciones – un 3,3% menos, hasta los 78,9 millones de sacas, comparando los diez primeros meses de 2009 y 2010 – corrobora la insuficiencia a la hora de abastecer la demanda mundial. Con todo, cabe destacar que, dentro de este panorama, Brasil llegó a exportar una cifra récord de 3,4 millones de sacas durante el mes de octubre.

SE MANTIENE EL NERVIOSISMO

Igualmente, la OIC sigue opinando que la producción durante el año cafetero 2010/11 debería alcanzar los 133 millones de sacas. Sin embargo, el año que ya ha acabado (2009/10) ha dejado un pobre balance de 119,8 millones de sacas, al reducir en un 6,4% la producción respecto a la temporada anterior.

El consumo mundial durante este año que ya finaliza debería superar – apunta la OIC – los 130 millones de sacas, lo que supone más de 10 millones por encima de lo que se ha podido producir; el resultado es que las reservas están bajo mínimos. En esta misma línea, se está detectando que, en muchos países importadores, el invierno actual está siendo más frío que de costumbre, lo cual es muy probable que ayude a elevar el consumo.

En conclusión, aunque se espera que la producción se recupere en esta nueva temporada cafetera, el mercado sigue en un estado de elevado nerviosismo, tal y como lo describe la máxima autoridad organizativa en el negocio del café.

Fuente:
Organización Internacional del Café

ESPECIAL OFFICE COFFEE SERVICE - ESPECIAL OFFICE COFFEE SERVICE - ESPECIAL



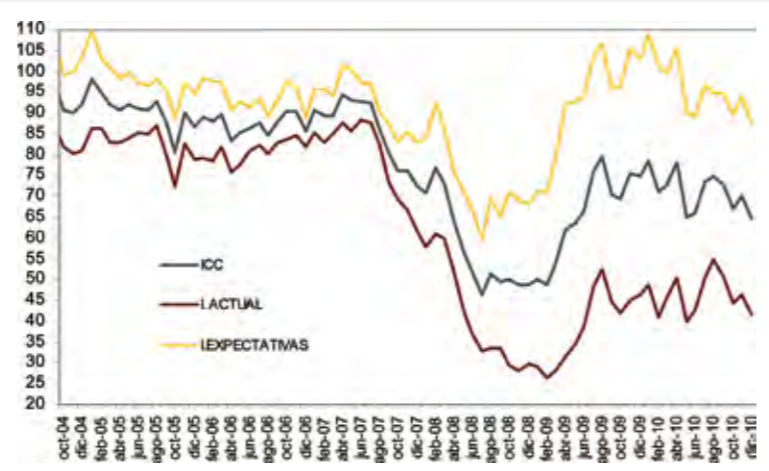
do un poco el vuelo, aunque con grandes altibajos. En el último mes de diciembre de 2010, el ICC se sitúa en 64,6 puntos, haciendo una media entre la situación actual (41,6 puntos) y el nivel de expectativas para los próximos seis meses (87,5). Conclusión: los españoles no vemos claro esto de la "recuperación económica" pero, pese a ello, seguimos teniendo fe en mejorar.

Un último dato de gran relevancia; el ICC también registra un aumento en las perspectivas de inflación para los próximos 12 meses por parte de los consumidores. La gente sabe y está preparada para aceptar que los precios van a subir:

nas de bebidas calientes. Sin lugar a duda, los precios volverán a subir lo antes mencionado, debido a que la leche en polvo, el chocolate, etc., también llevan un porcentaje de azúcar. Además repercutirá en los productos para las máquinas de snack, dulces, chocolatinas, caramelos, chicles, etc."

Hasta los fabricantes de vasos y paletinas, por culpa del alto precio del petróleo y los plásticos, también han tenido que reajustar el precio de sus catálogos. Es decir, el paquete básico al completo de lo que es el Office Coffee Service. A eso hay que añadir el miedo entre los operadores a repercutir estas subidas; y es que al no existir una asociación

EL INDICADOR DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR MUESTRA UNA CIERTA RECUPERACIÓN DESDE MEDIADOS DEL 2009, AUNQUE CON GRANDES ALTIBAJOS



LA TIRANÍA DE LOS PRECIOS

Está claro que el operador de OCS no puede soportar el mareante encarecimiento de los precios al que hemos asistido en la segunda mitad del 2010. Y no sólo en el grano de café (ver despiece adjunto), sino también en el chocolate, la leche y el azúcar. Este último, sin ir más lejos, se ha incrementado en un 140% desde el pasado mes de junio, según el índice del NYBoT-ICE (Junta de Comercio de Nueva York), hasta alcanzar una cifra récord de 33,65 centavos de dólar por libra que no se registraba desde enero de 1981. Desde la perspectiva de las azucareras españolas, el precio se ha elevado en un 58% entre septiembre de 2010 y enero de 2011.

Las palabras de Fernando Japón, gerente de la operadora sevillana Japón Vending, ilustran la preocupación de todo un sector: "No sé donde vamos a llegar con estas constantes subidas de los consumibles para las máqui-

que represente fehacientemente los intereses del sector a nivel nacional, en aquellas autonomías españolas donde aún no se ha constituido una asociación regional, los operadores siguen sin poder ponerse de acuerdo sobre un precio común.

EPPUR SI MUOVE

"Y sin embargo se mueve", dijo Galileo. Lo mismo podemos aplicar al sector del café automático de oficina, que no deja de moverse. Tal y como vaticina Albert Busoms, director comercial de Cafés Arabo: "Consideramos que en los próximos años todavía seguirá el aumento en este sector; pero con más variedades de máquinas y productos". El OCS se mueve y camina.

Las vías son múltiples y cada empresa escoge cómo hacer su camino, pero todas parecen apuntar a una misma dirección: calidad y servicio.

"El consumidor está demandando café espresso; es cada vez más exigente y en



LAVAZZA - ESPRESSO POINT EP PLUS

La compañía ha perfeccionado el sistema Espresso Point añadiendo dos tolvas (cono invertido abierto por abajo cuyo mecanismo filtra el café) de fácil uso para solubles. Esto hace posible ampliar el servicio para las oficinas con nuevos productos; además de preparar el café clásico también se pueden degustar otras bebidas como el capuchino o el "latte macchiato".

Es una máquina funcional, ya que dispone de un estante de apoyo para la taza regulable, un depósito de 4,5 litros y un cajón con capacidad para 30 cápsulas. Con carcasa negra y líneas minimalistas, el diseño de EP PLUS destaca en elegancia y sobriedad.



AZKOYEN - VITALE S

Myriam Erro, del departamento de marketing de Azkoyen tiene claro el producto estrella de la marca navarra para el OCS en 2011: "La Vitale S con display, que incorporará nuevas funcionalidades como el descuento de servicios y un sistema cashless integrado".

A su vez destaca que "tiene un diseño atractivo con paneles de gran tamaño fácilmente personalizables y botones de selección iluminados por LEDs; son máquinas cuya calidad de café es extraordinaria ya que incluyen grupos de café profesionales tanto en las versiones espresso como instant". A su vez las máquinas son fáciles de manejar por el usuario final, simplificando tareas como el llenado de las tolvas con producto y del depósito de agua, o el vaciado del cajón de marros.



BIANCHI VENDING - DUO

Para el OCS Bianchi apuesta por introducir un nuevo concepto: una máquina sin sistema de pago y servicio mixto. El módulo está compuesto por un dispensador de agua, al que se le puede incorporar un botellón de 20 litros o conectar a la corriente de agua, y una máquina de café semiautomática externa. "Todo en un mismo mueble", explica el representante de Bianchi en España, Javier Sáez. Un idea diferente que aúna agua y café para las oficinas y que, según ha confirmado Sáez, se empezará a comercializar a partir del segundo cuatrimestre del año.



N&W GLOBAL VENDING - PODSY

Para el sector de oficinas, el Product & Sales manager Horeca y OCS de la marca, Guillermo López, destaca el lanzamiento del nuevo modelo monodosis bajo la marca SGL: "Podsy es una máquina para cialdas de papel con expulsión automática y de diseño y fabricación italiana". Con un diseño elegante y atractivo de dimensiones muy reducidas, esta máquina ofrece una bebida de gran calidad gracias a posibilidad de dosificar las cantidades del café y a la innovadora descarga semiautomática de las cápsulas. Además lleva lanza de vapor y chip card.



RHEAVENDORS - XX_OC

"En 2011 tenemos previsto presentar la que será una evolución de la XX_OC que, de nuevo, esperamos genere una revolución en el OCS. Controlada por telemetría, permitirá al operador saber en todo momento cuando debe reponer producto o cuando debe realizar alguna labor de mantenimiento", informa Manuel Díaz, director general de Rheavendors España; quien recuerda que "en 2005 salió al mercado el modelo XX_OC para poder cubrir huecos todavía más pequeños y su éxito fue arrollador".



SAECO - PHEDRA

A la pregunta de cuál será el producto estrella de su marca en 2011, Juan José Mach, Country Manager de Saeco Ibérica contesta: "Phedra, porque además de trabajar con café en grano, puede dispensar productos solubles como chocolate, leche, té, descafeinado, o infusiones, lo que le permite satisfacer todo tipo de necesidades".

Gracias a su contenedor para café en grano, y a sus tres contenedores para soluble, puede dispensar hasta 8 bebidas diferentes directas y 14 con preselección. Además, sus pulsadores de fácil lectura se pueden personalizar cómodamente en función de las bebidas que se desee suministrar. De esta manera permite que cada usuario pueda seleccionar de una manera rápida y sencilla su bebida preferida.



ESPECIAL OFFICE COFFEE SERVICE – ESPECIAL OFFICE COFFEE SERVICE – ESPECIAL

ESPECIAL OFFICE COFFEE SERVICE – ESPECIAL OFFICE COFFEE SERVICE – ESPECIAL



EL TRABAJADOR YA NO ESTÁ DISPUESTO A "TRAGARSE" CUALQUIER CAFÉ DE MÁQUINA Y, AHORA QUE CUESTA MÁS CARO, TODAVÍA MENOS

muchos casos querrá consumir en el trabajo el mismo café que su casa", apunta Mónica Miernau de Marcilla. "El consumidor quiere elegir, por eso apuesta por marcas que ofrecen variedad y es, además, cada vez más responsable en su decisión de compra por lo que empiezan a sobresalir los café certificados o sostenibles". Para la marca del Grupo Sara Lee, el futuro de las pequeñas oficinas de 5 a 20 empleados está en las monodosis – "están ganando terreno ya que son sistemas fáciles de usar, prácticos, higiénicos, y de calidad constante" –, y ellos apuestan por su sistema Senseo.

Otro proveedor de consumibles con un discurso similar es Vendin, que no tiene dudas en que el futuro está en las cápsulas y, en concreto, en los cafés naturales con un blend plano de arábicas y robustas. El vaticinio se lo apuntamos a Antonio Elvira, OCS sales manager de la empresa, quien también destaca que "en este entorno, el consumidor es diferente al de Vending, por influencia de los medios de comunicación, la publicidad y los que ya conocen el café en monodosis por consumirlo en su propio hogar".

En resumidas cuentas, el trabajador ya no está dispuesto a "tragarse" cualquier café de

máquina y, ahora que cuesta más caro, todavía menos. Pero eso sí, ahora que ya ni merece la pena bajar a la cafetería de abajo porque han prohibido el "cigarrito", ¿para qué quiere gastarse 1,30 euros si tiene en su oficina un café igual o mejor y le va a costar la mitad?

Esta es la filosofía de calidad que persiguen empresas como Lavazza y Vendomat International. Según un análisis práctico de esta última, al instalar una máquina en oficinas de unas 10 personas, la empresa se ahorra alrededor de 1.600 euros al mes, ya que cada empleado (que puede cobrar una media de 1.300 euros/mes) pierde una media hora en bajar a la cafetería, lo que da un total de 200 horas al mes que no se echan a perder: En definitiva, una fórmula comercial y una forma de entender el OCS que se adapta a la tesitura actual. "Todo debe estar orientado a conseguir un mismo objetivo: reconocer un trabajo muy complejo que está desvalorizado por su propio precio. Ofreciendo el café a 30 céntimos y los refrescos a 60, el sector no puede avanzar: ¿Cuánto cuesta un café con leche natural? ¿Cuánto cuesta una Coca-Cola en Carrefour?", se pregunta Alberto Cipelli, director general Vendomat International. "Considero que el futuro pasa por profesionalizar el servicio y por ofrecer nuevas herramientas para que el operador vuelva a confiar en este segmento tan amplio, que además supone un riesgo muy reducido por su baja inversión y riesgo fragmentado". La empresa más representativa del café Lavazza para oficinas en España tiene planeado introducir nuevas máquinas y ofrecer café más caro, sí, pero también de mayor calidad; todo guiado al formato monodosis como visión de futuro.

EL DE TODA LA VIDA

"El café soluble se adapta perfectamente a las necesidades de consumo tipo OCS, puesto que es un producto adaptado a diferentes poderes adquisitivos, rápido de preparar y muy sencillo. La mayoría de las de vending y dispensing utilizan café soluble", recuerda Rebeca Rodríguez de Seda Solubles.

Cierto. Además, ofrecen mayor flexibilidad. Como explica Manuel Díaz, director general de Rheavendors España: "Las máquinas tradicionales permiten al operador estar libre de compromisos con marcas, torrefactores o fabricantes de cápsulas. En cada

EL ESFUERZO POR APARTAR (DE UNA VEZ POR TODAS) LAS MÁQUINAS A PRECIO DE SALDO CON PRESTACIONES ÍNFIMAS Y NULA ASISTENCIA RETRIBUYE POSITIVAMENTE EN LOS PROVEEDORES. TOCA IMPLICARSE

momento, el operador elige el producto que mejor se adecúa a sus necesidades y cambia si considera que su proveedor no le aporta el valor que necesita".

Desde Saeco Ibérica, Juan José Mach, está de acuerdo: "Las máquinas más demandadas en el mercado del Office Coffee Service son las de café en grano, que además también pueden suministrar producto soluble. El mercado del OCS ofrece un enorme potencial, ya que la mayoría de empresas tiene un número reducido de trabajadores, lo que les conviene disponer de este tipo de máquinas. Para ello, tienen que ser máquinas muy versátiles e intuitivas para el usuario".

Por su parte, Jofemar propone otro punto de vista más global: agrupar las oficinas incluso de compañías independientes en un punto vending, con máquinas de buena capacidad y las mejores prestaciones. Esto permite al operador ofrecer un servicio optimizado, más productos, mejores máquinas, mayor higiene etc. Una manera de asegurar una buena rentabilidad.

¿CÓMO ESTÁ EL SERVICIO!

Los cambios que se produzcan en el OCS son un poco como los caminos del Señor; "En cualquier caso, los cambios posibles" – advierte el especialista de Vendin – "vendrán demandados por los propios explotadores de este negocio, que cada vez aparecen más en el mercado de OCS". En efecto, cada vez más operadores se apuntan a suministrar café de máquina a las empresas y oficinas. Pero, ¿pueden muchos de ellos garantizar un servicio y una asistencia técnica óptimos? Y aún podríamos decir más: ¿caso esta responsabilidad tiene que recaer necesaria y únicamente en el operador?

Guillermo López (product & sales manager Horeca y OCS) habla de la capacidad de respuesta de N&W: "Tenemos una tarifa de precios donde brindamos cada tipo de asistencia y con cobertura nacional. Depende del tipo de acuerdo de colaboración, tenemos diferentes opciones". La empresa comenzará a colaborar este año con Nomes Vending, para reforzar su servicio técnico, post-venta, atención al cliente y formación.

En Rheavendors comparten un servicio similar: "Nuestros productos a profesionales están garantizados por un año contra posibles defectos de fabricación. En primer lugar, a cualquier nuevo cliente le damos un cur-

so de formación sobre el modelo específico que vaya a trabajar. Un mayor conocimiento de la máquina evita averías y permite al cliente conocer todas las posibilidades de la misma. Según zonas geográficas, también les aportamos nuestro servicio técnico propio o a través de colaboradores. Dada la sencillez de las máquinas, lo normal es que el operador pueda realizar la sustitución del componente que no funciona correctamente. Nuestro servicio de recambios, garantiza la entrega de los mismos en 24 horas en cualquier punto de la Península. Si el operador opta por solicitar la visita de uno de nuestros técnicos, según áreas geográficas, esta suele realizarse en un plazo máximo de 48 horas. Y si opta por enviarnos la máquina a nuestras instalaciones, normalmente, se revisa en el mismo momento de recibirla por lo que, suele salir en el día".

No todas las empresas siguen esta filosofía, aunque ello no significa que no pongan empeño en conocer férreamente a sus colaboradores. "Nosotros no vendemos directamente las máquinas", avisa Myriam Erro de Azkoyen, "con lo cual simplemente acordamos unas condiciones de garantía con nuestros distribuidores oficiales. Luego son bien ellos, bien los operadores, quienes ofrecen sus garantías al cliente final". Desde Saeco, por ejemplo, también dejan recaer todo peso sobre el operador: "el servicio técnico depende básicamente de los operadores que realizan la instalación de las máquinas en las diferentes ubicaciones", informan.

Los actores implicados en este negocio (operador, proveedor/distribuidor y fabricante de la máquina) deberían tomar conciencia de que, a la hora de garantizar un servicio como Dios manda, todos están implicados y de todos es responsabilidad. Y con esto nos referimos a que la empresa no se desespere por que su máquina de café se ha averiado y no viene el técnico a repararla o sustituirla; la cafetera no tiene suficientes selecciones para todos los gustos; la capacidad de la máquina es insuficiente o exagerada para el número de trabajadores; el café no sale con la calidad que se le presume, etc.

¿Quién paga los platos rotos? Si no hay coordinación entre las partes implicadas, al cliente final poco le importa quién se haga cargo. El cliente quiere soluciones y las quiere ya. Si tiene que pagar más por su café, ¿qué menos que darle algo mejor?

Ley antitabaco • Ley antitabaco • Ley antitabaco • Ley antitabaco • Ley antitabaco • Ley antitabaco • Ley antitabaco • Ley antitabaco •

Modificación de la ley del tabaco

Si alguno tenía la esperanza de que los cambios promovidos sobre la Ley Antitabaco de 2005 sólo fuesen un espejismo, sólo tiene que echar una mirada al Boletín Oficial del Estado del viernes 31 de diciembre.

En su sección primera, página 109188, queda publicada la Ley 42/2010, de 30 de diciembre, que modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco. La Ley es vigente, como todo el mundo sabe, desde el 2 de enero de 2011.

De su contenido sólo recordar varios conceptos, entre ellos, la modificación que afecta al apartado b) del artículo 4:

"Las máquinas expendedoras de productos del tabaco sólo podrán ubicarse en el inte-

rior de quioscos de prensa situados en la vía pública y en locales cuya actividad principal sea la venta de prensa con acceso directo a la vía pública, en las tiendas de conveniencia previstas en el artículo 5.4 de la Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales, que estén ubicadas en estaciones de servicio, así como en aquellos locales a los que se refieren las letras k), t) y u) del artículo 7 en una localización que permita la vigilancia directa y permanente de su uso por parte del titular del local o de sus trabajadores.

En paralelo a la venta a través de máquinas expendedoras, se permitirá la venta manual de cigarrillos y cigarrillos provistos de capa natural en dichos locales que cuenten con la autorización administrativa otorgada por el Comisionado para el Mercado de Tabaco".

En cuanto a lo que afecta directamen-

te al juego, dentro de los espacios en los que se prohíbe taxativamente fumar (artículo 7) están los ya sabidos: "Salas de fiesta, establecimientos de juego o de uso público en general, salvo en los espacios al aire libre" y "bares, restaurantes y demás establecimientos de restauración cerrados".

Así se cierra un año y se comienza otro, aumentando las prohibiciones, a pesar de la oposición empresarial, en un intento por reducir el tabaquismo y sus consecuencias por encima de sus posibles repercusiones económicas.

No obstante, la ley permite la instalación de expendedoras de tabaco en tiendas de conveniencia, medida que se espera beneficie a las empresas distribuidoras de vending y a los fabricantes de máquinas de venta automática.

vascos afirma que "la mayoría de los locales mantienen estas máquinas como servicio al cliente", ya que la rentabilidad es en muchos casos igual a cero. Sin embargo, Gago se muestra seguro de que el Gobierno seguirá subiendo los impuestos del tabaco conforme baje la demanda, para compensar los suculentos ingresos que le genera al Estado este producto. Por todo ello, Ángel Gago advierte que la campaña de los hosteleros contra esta ley "va a durar meses" y recuerda que en la década de los '90 pasó algo parecido con el sector de los Juegos de Azar, "de las 12.000 máquinas que tenían entonces en la Comunidad hoy solo quedan 6.000".

Al igual que hicieron el pasado año, a mediados de 2011 la Federación de hosteleros del País Vasco realizará otra encuesta entre 600 empresas, esta vez para comprobar si la nueva ley antitabaco ha afectado de manera negativa al funcionamiento de los establecimientos hosteleros y ver cuántas máquinas expendedoras se han suprimido finalmente.

Recordemos que el texto de la nueva Ley Antitabaco ya ha sido publicado en el BOE. Pueden volver a consultar las modificaciones referentes a las máquinas expendedoras de tabaco en HOSTELVENDING.com.

Los hosteleros vascos podrían retirar las máquinas de tabaco "para darle al Gobierno donde más le duele"

La propuesta de suprimir los puntos de venta automática de tabaco en locales de hostelería, hecha pública el pasado día 30 de diciembre por la Federación de Hostelería del País Vasco, forma parte de una serie de recomendaciones para evitar problemas en el cumplimiento de la Ley Antitabaco. Su secretario General, Ángel Gago, reconoce que aunque este es "sólo uno de los puntos que recoge el boletín de la Federación" enviado el pasado día 30 de diciembre, el objetivo es protestar por la desconsideración del Gobierno hacia su sector en la nueva ley. Los hosteleros vascos, en palabras de su secretario general, esperan con esta medida "darle al Gobierno donde más le duele, en la recaudación". Gago recuerda que en 2009 el Gobierno recaudó más de 9.450 millones de euros por la venta de tabaco, mientras que los establecimientos con máquinas expendedoras apenas reciben 0,15 céntimos por paquete desde que se congeló el incentivo

que establece el Estado por cajetilla. Teniendo en cuenta que "de media un establecimiento vende 30 cajetillas por día, por lo que la recaudación apenas alcanza los 4,50 euros" denuncia el secretario de los hosteleros vascos. Una cantidad mínima, asevera el representante de FHPV, en comparación con los problemas que puede generar y a la que hay que sumar los gastos eléctricos y la tasa que hay que abonar al Comisionado del Tabaco.

Por ello la Federación vasca recomienda que, conforme vayan agotando las tasas pagadas para poder vender tabaco en sus locales, no renueven las licencias. Según aclara Gago, esta medida es una opción libre de sus asociados. Pero avisa que, en una encuesta llevada a cabo a mediados de 2010, un 38% de los hosteleros se mostró dispuesto a retirar las máquinas de vending de cigarrillos de sus establecimientos.

El secretario general de los hosteleros

El tabaco en gasolineras aumentará hasta un 30% las ventas de otros productos

Con la entrada en vigor de la anterior ley antitabaco, el 1 de enero de 2006, las ventas de productos no derivados del petróleo en las tiendas de las gasolineras fueron decreciendo hasta un 30%. La prohibición coincidió con la limitación de vender alcohol a partir de las 22 horas. No obstante, las gasolineras esperan recuperar con la venta de tabaco el mismo nivel de 2005 en ventas cruzadas en sus establecimientos. Víctor García, secretario general de la Agrupación Española de Vendedores al por menor de Carburantes y Combustibles (AEVECAR), no está seguro de si se recuperará la totalidad de esa cifra, cree que "habrá que esperar unos meses para comprobar resultados", todavía ninguna gasolinera ha podido comenzar a vender y no hay datos sobre las solicitudes cursadas.

No obstante, los empresarios de estaciones de servicios se muestran optimistas por el aumento de ventas que puede generarles la mayor afluencia de clientes a sus tiendas, incluso personas sin vehículo. El tabaco servirá de reclamo para la venta de otros productos como agua, refrescos, chicles, snacks y prensa.

Una vez reciban los permisos correspondientes para su instalación, lo que puede llevarles hasta 15 días, empezarán a instalar las expendedoras de tabaco. Los fabricantes de expendedoras de cigarrillos tienen a sus comerciales trabajando a toda máquina, como nos informan desde GM Vending, aunque ninguna de las tres grandes firmas nacionales del sector (Azkoymen, GM Vending y Jofemar) tiene una previsión de cuántas expendedoras instalarán en las tiendas de las estaciones de repostaje. El secretario General de AEVECAR, por su parte, tampoco sabe cuántos establecimientos están decididos a instalar máquinas de vending de tabaco; pero lo gasolineras conveniencia tabaco antitabaco cigarrillos ley vending expendedoras maquinas que sí ha comprobado es que, la mayor parte de sus 2.500 asociados, prefieren las expendedoras de vending (con monedero) a las de dispensing (de cobro en caja), habituales en quioscos.

Actualmente, y según el último informe de la Asociación Española de Operadores

Petrolíferos, hay más de 9.226 gasolineras en España, pero no todas tienen tienda de conveniencia en la actualidad. Según un estudio elaborado por DBK, a finales del 2009 se contabiliza que 7.100 de estas gasolineras disponían de tiendas de conveniencia y durante el año se registró un incremento del 1,4%. La nueva norma puede animar a otras gasolineras a crear esta línea paralela de negocio.



Las cifras que han dado algunos medios, que hablan de la instalación de 15.000 nuevas máquinas de vending de tabaco, no parecen muy realistas en base a los establecimientos existentes. Máxime cuando algunas gasolineras no tendrán que adquirir nuevos aparatos de vending de tabaco, ya que muchas los mantenían en propiedad, guardadas en el almacén. El cálculo que se maneja en HOSTELVENDING, es que la instalación de nuevas máquinas expendedoras podría rondar entre las 3.000 y 8.000 unidades.

PERIODO DE ADAPTACIÓN Y DENUNCIAS

El endurecimiento normativo necesita cierto periodo de adaptación, tanto para fumadores como para propietarios de negocios, y así lo están entendiendo las Comunidades Autónomas, que más que incrementar la actividad sancionadora, orientarán sus políticas, al menos durante el primer mes, a "realizar una labor de información y notificación más activa", según nos informan desde el departamento de prensa de la Consejería de Sanidad de la Región de Murcia. Para ello están aumentando las campañas de informa-

ción en los establecimientos y la actividad de los inspectores se reforzará en la mayoría de los territorios, "aunque se prevé que su labor sea la misma que desde que entró en vigor la anterior Ley", explican desde el Gobierno Andaluz. "Se va a realizar un seguimiento exhaustivo, pero del mismo modo que lo hemos venido haciendo hasta ahora", insisten desde la delegación de Salud.

Y es que las administraciones confían tanto en la labor policial, como en las denuncias ciudadanas, una de las principales armas con las que cuenta el Ministerio de Sanidad para hacer cumplir las nuevas prohibiciones. Toda persona, de manera anónima o perfectamente identificada, puede tramitar una denuncia contra una institución o un establecimiento. "Lo pueden hacer mediante la hoja de reclamaciones, mediante una llamada a la policía municipal o a través de los formularios disponibles en todos los registros oficiales", manifiestan en la Consejería de Sanidad de Extremadura.

Para contribuir a esta labor de inspección ciudadana, FACUA-Consumidores en Acción ha habilitado una página web en la que los usuarios pueden denunciar los incumplimientos de la Ley. Los consumidores que detecten vulneraciones de la norma en establecimientos, recintos u organismos públicos sólo tienen que rellenar un formulario con sus datos y los de la irregularidad que quieran denunciar. La federación dará traslado de las denuncias a las autoridades sanitarias competentes solicitando que realicen inspecciones para verificar las irregularidades y, en su caso, aplicar las sanciones establecidas en la norma. No es la única web en funcionamiento para tal fin. Con este mismo cometido (centralización de las denuncias) encontramos la página Nofumadores.org

Los propietarios de establecimientos hosteleros, preocupados por tener que responder a multas de hasta 100.000 euros provocadas por clientes que no respetan la ley, también están realizando durante estos días minicampañas de información para aquellos que aún no se han dado por enterados. Los locales nocturnos tendrán que vigilar además que los que salgan a fumar no saquen la copa.

LICITACIÓN PÚBLICA DE VENDING

⇒ LICITACIÓN PARA EXPENDEDORAS EN ZARAGOZA, HUESCA Y TERUEL

La Diputación de Aragón ha abierto un proceso para presentar ofertas para la instalación y explotación de expendedoras en sus sedes de Zaragoza, Huesca y Teruel.

Con esta licitación, la Diputación de Aragón quiere cubrir el suministro bebidas frías, calientes y productos sólidos en los edificios adscritos al Departamento de Presidencia de Zaragoza, Huesca y Teruel.

La concesión será por un plazo de dos años, prorrogable hasta otros 24 meses. El importe neto estimado para el contrato es de 634.341,00 euros. La fecha límite de presentación de ofertas termina a las 14:00 horas del día 22 de febrero de 2011.

Las propuestas pueden presentarse por correo o directamente en el Registro General de la Diputación General de Aragón o en sus delegaciones territoriales de Huesca y Teruel.

⇒ ADIF SACA A CONCURSO 4 ESPACIOS VENDING PARA LA ESTACION DE MURCIA

La Dirección General de Explotación de la Infraestructura de ADIF ha publica-

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

do la oferta para la instalación, explotación, reposición y recaudación de 4 máquinas de vending de bebidas, sólidos y fríos en la estación de Murcia.

El pliego fija una vigencia de la concesión de 60 meses. Para la instalación se han reservado 12 metros cuadrados. El importe mínimo de la licitación es de 17.000 euros al año y se fija un aval provisional de 2.550 euros o el importe equivalente a una anualidad de la renta definitiva. El plazo para presentar las propuestas termina el 25 de febrero.

En la oferta debe constar la experiencia del proveedor del servicio, datos económicos del ejercicio anterior; número de máquinas instaladas, etc. Así como el plan de productos y precios previsto, mantenimiento y

atención al cliente, entre otras cuestiones.

⇒ EL SERVICIO DE VENDING DEL HOSPITAL MIGUEL SERVET YA TIENE DUEÑO

El entorno de los centros sanitarios sigue dando oportunidades de negocio al operador de máquinas de venta automática. Los últimos en hacerse con un jugoso contrato de este tipo han sido los compañeros de Vat Vending.

Esta empresa, con sede central en el Parque Tecnológico de Huesca, está poco a poco demostrando su capacidad de expansión e influencia en la región de Aragón.

La última noticia que nos llega de ellos, según se publica en el Boletín de la región, es que se han hecho con el contrato, valorado en 861.120 euros (canon total, IVA excluido), para el servicio de máquinas expendedoras de bebidas frías, calientes y alimentos en el Hospital Miguel Servet, C.M.E. San José y Ramón y Cajal y en los Centros de Salud del Sector Zaragoza II.

El anuncio del proceso de licitación ya fue publicado en su momento en HOSTELVENDING.com. Desde esta publicación, seguiremos haciéndonos eco de todos los procesos de contratación pública y las últimas novedades sobre centros hospitalarios.

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
- COMERCIALES DE VENDING **NUEVO**

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

www.vendingschool.es

info@vendingschool.net • Tel. 938 166 371 • Fax 938 142 483



Costa
CROCIERE

VendingCruise
Business on Board



El Vending Cruise

es un prestigioso evento itinerante. Un evento donde podrás profundizar en las relaciones de negocio y comunicación con los miembros más relevantes del sector. Quien participe en este proyecto **protagonizará el cambio** en el vending en Italia.

No sólo por la importancia que nuestra industria merece sino también por aquello que puede ofrecer.

El **domingo 8 de mayo de 2011** estaremos en el puerto de **Barcelona**. Embárcate en el mejor negocio. Te esperamos.

el futuro está a bordo

Únete para crear valor
7-10 Mayo 2011

Necocios
Unión
Comparte vivencias
Disfruta

Savona
Barcelona
Ajaccio

a bordo
de Costa Deliziosa

CONFIDA

Associazione Italiana Distribuzione Automatica

Venditalia Servizi

venditalia@venditalia.com
www.vendingcruise.com

tel +39 02 33 105 685 ra. | fax +39 02 33 105 705

Un municipio de Lanzarote abarata las tasas del Vending

El Ayuntamiento de Tías (Lanzarote) ha aprobado el abaratamiento de hasta un 50% de las tasas por uso de espacios de dominio público, lo que facilita la instalación de máquinas expendedoras de vending y aparatos mecánicos para público infantil.

Esta medida se produce debido a la actual situación económica, que ha provocado un descenso acusado del precio del suelo, y que haría tener que revisar la cifra que se ha utilizado como valor catastral medio por metro cuadrado del municipio. A partir de ahora, las calles de primera categoría pasarán a coeficiente 1, reduciendo el precio del m² de 1.958,48 a 979,24 euros; las de segunda categoría bajarán al coeficiente 0,7 y de los 979,24 euros a 685,46 euros; y las de tercera de coeficiente, de 0,7 a 0,5, y de 685,46 a 489,62 euros. Para la colocación de básculas, aparatos mecánicos o máquinas automáticas y análogos las tarifas pasarán de 392 a 196, de 196 a 138, y de 138 a 98 euros.

La ocupación de espacios de uso público con mesas, sillas, tribunas, tableros y otros elementos con finalidad lucrativa se reducirá de 8 a 6 euros en las de primera categoría y las de segunda y tercera pasarán de 6 a 4 euros por m² y mes. Entre otros, también se beneficiará de esta reducción la instalación de anuncios, carteles, rótulos, listas de precios/menú, expositores y cualquier otro elemento publicitario ocupando los terrenos de dominio público local que pasarán de 39 a 24,50, de 20 a 17 euros y de 14 a 12 euros.

Las redes sociales, una solución óptima para las franquicias

El Hotel Attica 21 de La Coruña acogerá la undécima edición de la feria FranquiAtlántico que se celebrará entre los días 25 y 26 de febrero. En esta ocasión, el evento se centrará en el diseño de planes de marketing para optimizar la presencia de las franquicias en los medios sociales que se localizan en Internet.

Las redes sociales como Facebook, Twitter, Tuenti... aglutinan a un gran número de personas. Muchos negocios intentan tener una mayor presencia en la Red y así "optimizar la construcción de su marca a través de nuevos canales de comunicación", según ha indicado FranquiAtlántico a los medios. FranquiAtlántico y Concepto05 – consultora de investigación y marketing en Internet – han creado el programa Franquicias 2.0, que protagonizará el evento. Se trata de un "servicio flexible" enfocada a las franquicias de todos los sectores.

La eficacia de este plan de marketing basa su trabajo en un "análisis sectorial y de perfiles objetivos, diseño de estrategia en función de los objetivos, definición de líneas editoriales para cada medio social y formación específica".

Las numerosas franquicias de tiendas automáticas 24 horas tienen una oportunidad para expandir su presencia en la Red, uno de los medios de captación de información más efectivos para estos negocios.

Obama retira los alimentos hipercalóricos de las expendedoras en colegios

El presidente de los Estados Unidos recupera el oxígeno en la Cámara de Representantes, donde perdió la mayoría, con votaciones de interés general como la recién aprobada normativa sobre la alimentación de los escolares (Child Nutrition Bill), que ahora se encuentra en el último paso para su formalización. La ley que promueve una alimentación saludable de los cada vez más obesos menores americanos. La normativa prohíbe la venta en expendedoras de alimentos con alto contenido en azúcares e hipercalóricos. De los dos proyectos económicos presentados, finalmente se aprobó, con influencia de la crisis económica, una inversión estatal en los colegios de 4.500 millones de dólares, la otra opción doblaba esta cantidad.

Michelle Obama, impulsora de numerosas medidas de educación alimentaria, algunas tan conocidas como la huerta que mantiene en la Casa Blanca, ha expresado su satisfacción al conocer que la Cámara de Representantes había aprobado el proyecto.



SWING 150 la vending machine
 (1500 ml) - Llave de seguridad y bloqueo

El resultado de una innovación continua

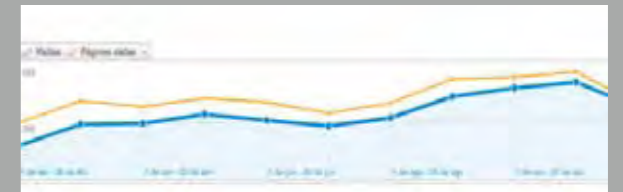
- Gracias a su huella táctil única, protege del calor
- Técnicamente perfecto, facilita el desembalado

www.veriplast.com
 espana@veriplast.com

veriplast
 veriplast smart, veriplast efficient.
 SOLUTIONS

El diario online del vending sigue al alza y registra un récord de visitas

HOSTELVENDING.com, el único diario online del sector de la venta automática de todo el mundo, ha mostrado una progresión constante el pasado año, especialmente en el segundo semestre, como se puede apreciar en el gráfico adjunto, elaborado por Google Analytics. En él, cada uno de los 12 puntos representa el volumen de visitas (línea azul) y las páginas vistas (línea amarilla) acumulados en cada uno de los doce meses del pasado año 2010.



La herramienta de Google no deja lugar a dudas: la curva ascendente demuestra un crecimiento que ha alcanzado sus cotas más altas en el mes de noviembre, donde se han rozado cifras cercanas a las 20.000 visitas/páginas.

Además, el portal online entra con fuerza en el 2011. Sólo durante el día de ayer, 3 de enero, primer día laboral del año, HOSTELVENDING.com recibió ya 1.145 visitas, por parte de 1.055 usuarios únicos, y registró hasta 2.678 páginas vistas.

TWITTEANDO EN LA RED

Por otro lado, la publicación sigue abriendo sus vías de comunicación dentro del enorme entramado que es Internet. Ahora, además de estar presente instantáneamente en Google News con cada una de sus noticias, y de llegar a los usuarios registra-

dos a través de un newsletter diario, hay que sumar la presencia en las redes sociales.

Aparte de la posibilidad de compartir cada una de las noticias de la web en sitios como Facebook, Myspace o Messenger, desde finales de año los lectores pueden recibir la última información de la venta automática, al momento, en su teléfono o dispositivo móvil, a través de Twitter, en @HostelVending.

Recordemos que, según los datos recogidos por Alexa, agencia independiente especialista en portales web del grupo Amazon, "los visitantes más frecuentes de HOSTELVENDING.com son hombres entre 45 y 54 años, con estudios y que miran este sitio desde su lugar de trabajo", lo cual da fe del carácter profesional del diario. Las empresas pueden aprovecharse de esta ventaja a través de una oferta conjunta: banner + publicidad.

Sinónimo de calidad, la marca italiana Coges es reconocida a nivel internacional como expresión de una empresa líder en el sector del Vending.

En cualquier país europeo hay presente una filial o distribuidor Coges donde podréis encontrar nuestros sistemas de pago cashless, los monederos de cambio, los lectores de billetes o los innovadores sistemas para la telemetría, recibiendo soporte y asistencia. Coges no conoce fronteras: tiene la solución ideal para cada distribuidor automático, se encuentre donde se encuentre.

international attraction

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

COGES
 experience + innovation

El Gobierno promueve incentivos fiscales para las pymes y autónomos

LAS MEDIDAS PARA INTENTAR REACTIVAR LA ECONOMÍA ESPAÑOLA AVANZAN A MARCHAS FORZADAS. EL GOBIERNO NECESITA CALMAR A MERCADOS Y ACREEDORES CON PROYECTOS DESTINADOS A LA GENERACIÓN DE RIQUEZA Y, SOBRE TODO, DE EMPLEO. JUNTO A LA PRIVATIZACIÓN DE EMBLEMÁTICAS EMPRESAS PÚBLICAS, COMO LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO O LOS AEROPUERTOS DE BARAJAS Y EL PRAT, EL EJECUTIVO IMPULSARÁ NUEVOS INCENTIVOS FISCALES DIRIGIDAS A PYMES Y AUTÓNOMOS.

Para empezar, se produce una rebaja del Impuesto de Sociedades. El primer tramo pasa de 120.000 a 300.000 euros, un beneficio que afectará a empresas de tamaño reducido, una consideración que también cambia, al ampliarse la facturación de 8 a 10 millones de euros.

Así, todas las empresas que facturen hasta 10 millones de euros tributarán por el tipo reducido, establecido en el 25%, por los primeros 300.000 euros de su base imponible, lo que beneficiará a unas 40.000 empresas según los cálculos del Gobierno.

NO MÁS TASAS ABSURDAS

Además, se propone la eliminación de la cuota que empresas y autónomos pagan a las cámaras de comercio, "algo que veníamos reclamando desde nuestra creación hace ya 20 años", explica Camilo Abiétar, presidente nacional de la Organización de Profesionales y Autónomos (OPA). Esta cuota consiste en un cantidad fija en relación al tamaño de la empresa y otra variable en arreglo al IRPF.

El Ejecutivo prevé que por este concepto las empresas puedan ahorrar unos 250 millones de euros anuales (90 de los cuales serán de las pymes), aunque no ha concretado cómo.

"Tendremos que esperar al desarrollo y ver hasta dónde va a llegar esa supresión, si va a ser total o sólo de una parte", señala Abiétar que se muestra prudente ante el anuncio al carecer de los detalles de esta supresión, así como de los tiempos y las condiciones con las que entrará en vigor. "Es absurdo que obliguen al pago de esta tasa cuando prácticamente el 80% de los autónomos no tiene conocimiento

de las Cámaras", señala.

Especialmente dirigida a los autónomos, la tercera de las medidas adelantadas por Zapatero consiste en facilitar la creación de empresas. Esta es una propuesta recogida en la Ley de Economía Sostenible, una norma que aún no está aprobada. Para agilizarla, el Gobierno empezará a aplicarla lo antes posible.

Básicamente, se orienta a la reducción de los plazos y los costes de constitución de empresas que podrían ver la luz en 48 horas y con menos de cien euros en gastos. "Desde luego que puede ser un avance para los autónomos, aunque también es evidente que no son cambios suficientes", demanda Abiétar.

MÁS MEDIDAS FISCALES

En esta última línea se sitúa también la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos. Deben producirse más reformas fiscales. Este es el mensaje del colectivo que aboga por un plan integral y no "por medidas deslavazadas y estéticas", reclama su máximo responsable, Lorenzo Amor.

Desde la Federación confían en que planes como el de aprobar la libertad de amortización en el Impuesto de Sociedades para todas las empresas (medida en vigor para las pymes) se trasladen también a los autónomos, "dado que sólo 700.000 empresas tributan por el impuesto de sociedades, mientras que un millón de autónomos lo hacen por el sistema de módulos, y el resto, hasta los 3.100.000 actuales, pagan sus impuestos a través del sistema de estimación directa", afirman.

En palabras de su presidente "no es suficiente beneficiar a las empresas que

tributan por impuesto de sociedades". El peligro es que se acrecienta aún más las diferencias que existen con el resto de autónomos "que pagan sus impuestos en otros sistemas".

"Es incoherente que el Gobierno haya anunciado mantener los módulos tal y como están y sin embargo haya decidido incentivar a las pymes que están en impuestos de sociedades" critica.

Abiétar también apuesta por una reforma fiscal más ambiciosa. "Estamos esperando que se dé luz verde a la creación del Consejo Estatal de Trabajadores Autónomos, un organismo que podría empezar a funcionar a principios del año próximo y que permitiría analizar de una forma pormenorizada las necesidades de este colectivo tan importante", no en vano suman más de 3 millones de autónomos.

Camilo Abiétar ya explicó en agosto que en este contexto de crisis era necesario que tanto gobierno, partidos y agentes sociales "arrimaran el hombro". En este caso el presidente de OPA llamaba la atención sobre la reforma laboral. Ahora, las novedades podrían transformar la estructura de la economía del país. No hay que olvidar que las pymes son el motor económico de España.

De todos modos, tanto pymes como autónomos del sector del vending estarán muy atentos a las comparecencias tras el Consejo de Ministros que se celebra hoy. Aunque no se produzcan importantes cambios en la tributación, cualquier medida que pueda aliviar la situación de pequeños operadores, fabricantes de expendedoras, distribuidores... será bienvenida.

Los autónomos denuncian la repercusión del encarecimiento de la electricidad

La Organización de Profesionales y Autónomos (OPA) denuncia la repercusión que está teniendo en el tejido empresarial el nuevo aumento de la factura de luz, que ya alcanza casi un 50% frente a 2008, y el incremento del IVA que pasó del 16% al 18%, en un momento crítico por la caída del consumo. El sector autónomo se ve doblemente afectado y requiere urgentemente medidas para el acceso a liquidez de los autónomos, una de las grandes losas con las que el sector ha cargado desde el inicio de la crisis y que se verá agravada por las subidas de precios previstas.

El nuevo encarecimiento de la electricidad en un 9.8% refleja según la OPA la falta de un plan a largo plazo que ralentice los efectos de la crisis económica. Este aumento supone un incremento de la factura de entre 10 y 15

euros para los profesionales por cuenta propia que no tienen mayor consumo eléctrico, mientras para las pymes con alguna actividad industrial el aumento puede variar entre 25 y 40 euros al mes. El presidente nacional de OPA, organización que representa a más de 195.300 autónomos, señaló que "es necesario iniciar el próximo año con oportunidades y facilidades para mejorar la economía del país. Con estas medidas solamente desalienta a quienes tienen ganas de emprender y castiga a la economía familiar". Además, Camilo Abiétar recordó "la mayor preocupación ahora, es buscar incentivos al consumo y apostar por crear empleo, tomando en cuenta que la economía es una cadena de crecimiento, si se inyecta liquidez, se generan nuevos negocios y plazas de empleo, que a su vez reinvierten en el consumo."



SECURE SOLUTIONS FOR A GLOBAL ECONOMY



CURRENCY • TECHNOLOGY • SOLUTIONS



JCM Europe GmbH • +49 211 5306 4550 • +44 1908 377 331 • sales@jcmglobal.eu • jcmglobal.com



Más de 100 asistentes en el I Certamen de Profesionales de Andalucía

Esta iniciativa se celebró el pasado viernes 19 de noviembre en el hotel Barceló Renacimiento de Sevilla. Los organizadores se sorprendieron por la acogida, ya que superaron las expectativas previstas. "Más de 100 personas asistieron al evento", indica su organizador Javier Montoya. La inquietud en el sector del vending y la curiosidad por nuevos productos se hizo notar. HOSTEL VENDING no faltó a la cita.

La variada selección de empresas participantes – Café Arabo, Madrid Fas Machine, Grupo Laqtia, Proditema, Aquafresc y Apliven. – mostraron toda su oferta. Montoya destaca que los participantes quedaron "satisfechos" con los "resultados" del encuentro.

Un total de 87 representantes de empresas del sector estuvieron presentes en el I Certamen de Profesionales de Andalucía. Cádiz, Almería, Málaga... "no faltó representación de ninguna provincia andaluza".

Cada uno de los expositores obtuvo su protagonismo. Proditema despertó interés por sus expendedoras con wifi y los monederos para máquinas de cápsulas y cialdas (monodosis). Café Arabo sorprendió por su variada oferta del aromático y por su amplia gama de infusiones. Aquafresc destacó por su selección de filtros americanos.

La estrella de FAS fue la máquina de bebidas calientes Perla. Los productos de

Laqtia sorprendieron por no llevar aditivos que no sean naturales. Y por último, Apliven destacó por su propuesta para comprar cualquier repuesto sin pasar por distribuidores.

Sin duda, un día repleto de propuestas que tuvo asistencia hasta última hora de la tarde. "Desde Almería llegaron casi al final, porque no se lo quisieron perder", declaró Montoya.

ASOCIACIÓN ANDALUZA DE VENDING

Por otro lado, la estancia se aprovechó para conversar sobre la necesidad de constituir la Asociación Andaluza de Vending, hecho previsto para el 28 de enero, si todo marcha según lo

previsto.

A tenor de lo que se comentó y escuchó en este evento, la gente desea que surja esta iniciativa. Esto se demostró por "la asistencia y la inquietud latente" que se respiró a lo largo de esta jornada. Montoya declaró que en Andalucía el sector "está más desperdigado" que en el resto de España, y "beneficiaría que un equipo se animara a instituir esta asociación". De hecho, a él no le importaría formar parte de ese grupo.

Las asociaciones valenciana y asturiana de Vending, sin ir más lejos, comenzaron su andadura de la misma manera, y ya han celebrado sus primeras asambleas. La Federación de Asociaciones está cada vez más cerca.

La forma de pagar en una expendedora podría determinar los precios

Los clientes norteamericanos podrían empezar a pagar precios diferentes por un mismo artículo en una máquina expendedora... dependiendo de la forma de pago.

La asociación de venta automática de los Estados Unidos (NAMA), ha informado recientemente de la posibilidad de aplicar precios diferentes, según se pague en efectivo, con una tarjeta de crédito o con una tarjeta de débito (o sistema cashless equivalente, véase telefonía móvil o tarjetas y

llaves prepago).

La ley federal HR 4173 (Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act), en vigor desde el pasado 30 de junio, ha abierto esta posibilidad a los operadores de vending y café. En concreto, y según describe NAMA, la normativa permitiría ofrecer un descuento especial cuando el pago se realice en efectivo.

De hecho, también se advierte que, posiblemente, algunos estados y municipios vayan

a adecuar su normativa local, de forma que se regule la forma correcta de etiquetar y poner precio según el método de pago utilizado. Esta medida supone una buena noticia para los operadores de vending, como siempre ha de serlo una rebaja en los costes; pero por otro lado también cuesta pensar en si realmente será rentable "marear" al consumidor con diferentes tablas de precios, por no hablar del coste adicional de tiempo y dinero para adaptar el etiquetado de precios.

La oleada de vending saludable llega a los colegios de Buenos Aires

Los centros educativos porteños deben vender alimentos y bebidas saludables. La Cámara de Senadores de la provincia aprobó el proyecto consensuado presentado por los parlamentarios Diana Martínez, Helio Rebot, Alejandro García y Juan Cabandí. Desde el 20 de diciembre está vigente, en esta provincia, la denominada "Ley de kioscos saludables", que regula el programa de alimentación en los colegios.

Esta normativa regula los alimentos que se dispensan en los centros educativos tanto por gestión pública como privada. Por ello, las expendedoras situadas en estos lugares sólo pueden dispensar productos con pocas calorías y bajo contenido graso. El artículo 7 establece los siguientes:

"La autoridad de aplicación debe publicar para conocimiento de toda la comunidad educativa, al comienzo de cada año lectivo, una lista

de alimentos y bebidas con bajo tenor graso y calórico, como así también aquellos alimentos aptos para celíacos y diabéticos".

Por otro lado, la ley describe como kioscos saludables aquellos puntos de venta de "alimentos y bebidas" que se acojan debidamente a la normativa y que funcionen dentro de los "establecimientos educativos". Se ha establecido, para su debido cumplimiento, un Programa de Alimentación Saludable.

EL SISTEMA CLARIS LE APORTA MÚLTIPLES VENTAJAS

- Una agua de calidad superior
- Un sistema de fácil uso y mantenimiento
- Un tiempo de servicio optimizado
- Costes de gestión reducidos
- Cinco tamaños de cartuchos para más capacidad y una vida útil alargada

CONTACTE CON NOSOTROS PARA SOLICITAR MÁS INFORMACIÓN

sales@everpure-europe.com

EVERPURE
claris | water technology

XXL CAPACIDAD AUMENTADA EN UN 65%

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



LA CREACIÓN DE LA ASOCIACIÓN ANDALUZA DE VENDING INICIA SU CUENTA ATRÁS

El viernes 28 de enero de 2011, está convocada la primera reunión para la constitución de la Asociación de Vending de Andalucía- AVAn, cuyos objetivos son servir de punto de encuentro de las empresas y profesionales del sector; defender los intereses comunes a nivel estatal, servir de órgano consultivo y de autocontrol, favorecer la formación de los operadores en Andalucía y la representación en órganos y espacios estatales como la Federación de Asociaciones de Vending.

La Asociación de Vending de Andalucía- AVAn nace tras la reciente creación de las asociaciones de Valencia y Asturias, que junto a las de Cataluña y Euskadi, son un claro ejemplo de fortalecimiento del tejido empresarial del sector de la venta automática en nuestro país. AVAn quiere sumarse así a la inminente creación de una federación estatal que favorezca el fortalecimiento de este sector empresarial y la unidad de criterios del mismo.

Los interesados en contactar con los promotores de la asociación andaluza, pueden hacerlo a través de la siguiente dirección de correo electrónico: avanvending@gmail.com



LA ASOCIACIÓN ASTURIANA ACERCA AÚN MÁS LA FEDERACIÓN DE VENDING

La reciente consolidación de la Asociación Asturiana de Vending acerca posturas para crear definitivamente la agrupación nacional de asociaciones. Los operadores asturianos ya pueden presentar su solicitud de admisión como socios en la Junta Directiva. Para ello los interesados deberán presentar la petición de forma escrita y firmada. Según indica el documento legal esto "comporta la total e incondicional aceptación de los estatutos". El artículo 4 señala que pueden ser miembros de la asociación "las empresas o trabajadores autónomos o por cuenta propia que tengan trabajadores a su servicio, que lleven a cabo su activi-

dad de la distribución automática dentro del ámbito territorial." De hecho, los socios están establecidos en cuatro grupos: operadores, proveedores, colaboradores y honoríficos. Se establece también otra distinción dentro de los socios operadores y los proveedores. Los primeros pueden ser grandes, medios o pequeños. Entre los segundos existen dos tipos grandes y pequeños.

BENEFICIOS PARA LOS ASOCIADOS

Los estatutos establecen una serie de beneficios para todos aquellos que formen parte de la Asociación Asturiana de Vending. Uno de los fines principales de su constitución ha sido promover "en la sociedad y entre los empresarios la conciencia de los valores sociales civiles"; así como "desarrollar la solidaridad y la colaboración entre las empresas asociadas, en el contexto de una sociedad libre de desarrollo".

Además, servirá a los asociados como "entidad de enlace entre los profesionales del sector de la distribución automática". También buscará acuerdos con organizaciones similares o entidades nacionales y extranjeras. Aunque se constituyeron el pasado 3 de diciembre ya están gestionando acuerdos para que los socios -presentes y futuros- puedan obtener beneficios desde el minuto uno de su pertenencia a la asociación.

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

Haciendo gala de su rapidez ya tienen logo corporativo que los identifica. Esta unión se instituye como una oportunidad tanto para los agentes relacionados con el vending en Asturias como también para el resto de asociaciones de España; ya que esta agrupación en su primera asamblea aprobó por unanimidad su futura adhesión con la Federación de Asociaciones. De hecho, el acta fundacional reza así:

"Constituidos todos los presentes en Asamblea General y de conformidad con la competencia que le atribuye a dicha Asamblea el art 9. e) de los estatutos aprobados, acuerdan por unanimidad participar e impulsar la constitución de una futura Federación de Asociaciones de empresas dedicadas a la actividad del vending y actividades afines, e incorporarse a dicha Federación como socio fundador tan pronto como esté constituida. Asimismo, se faculta a la Junta Directiva de la Asociación para que designe a las personas que la han de representar en este cometido".

Esto indica que los actuales integrantes de la Asociación Asturiana de Vending se comprometen también, no sólo a formar parte de la futura Federación, sino también de promover e impulsar su constitución. Este canal de distribución obtendrá una representación nacional, uno de los grandes anhelos de la industria del vending, tal y como lo confirman las asociaciones que están surgiendo con este objetivo.

EVA REALIZA UN BALANCE DEL VENDING EUROPEO DURANTE SU ASAMBLEA GENERAL EN BRUSELAS

A la asamblea general, que celebró la European Vending Association los pasados 8 y 9 de diciembre en Bruselas, asistieron más de 60 empresas y Asociaciones Nacionales. Dos jornadas intensas que concluyeron con la aceptación del plan de negocio para 2011-2012 y la reforma de los estatutos.

El 8 de diciembre, la directora de EVA, Catherine Piana, presentó el informe anual de la asociación así como el plan de negocio para el próximo año. Tras someter los documentos a votación fueron aprobados por los asistentes.

El Comité ejecutivo solicitó un cambio en los estatutos. A partir de ahora, las multinacionales no están obligadas a pertenecer a la Asociación Nacional del país donde se encuentra su sede principal. Podrán solicitar adherirse a EVA, perteneciendo a una asociación nacional de cualquier estado europeo en el que estén presentes sus delegaciones.



ANEDA ANUNCIA UN TOUR DE SESIONES INFORMATIVAS POR CIUDADES DE TODA ESPAÑA

La asociación nacional de Vending (Aneda) a través de su Vicepresidente Javier Arquerons, ha anunciado que llevará a cabo una ronda de sesiones informativas por múltiples ciudades de toda España. Por lo pronto el calendario es el siguiente:

- Zaragoza, viernes 4 de febrero
- Málaga, jueves 10 de febrero
- Santiago, jueves 17 de febrero
- Sevilla, jueves 24 de febrero
- Barcelona, miércoles 2 de marzo
- Bilbao, jueves 10 de marzo
- Murcia, jueves 17 de marzo
- Valencia, jueves 31 de marzo
- Madrid, viernes 8 de abril

A lo largo de la primera jornada, uno de los miembros de la futura Asociación Nacional Noruega, Fredrik Larstorp, realizó una presentación sobre la estructura que va a tener. Además, reveló los puntos claves del negocio del vending en este país, que pasan – entre otros factores – por la introducción de los medios de pago cashless. Sin duda, algo que ocurre también en España.

Como colofón final de la jornada, Arnau van Amerongen invitó al resto de países a realizar una pequeña exposición para conocer hacia dónde se encamina este canal. Francia, Reino Unido, Alemania, Italia, Hungría, Suiza, Polonia, Austria, Bulgaria y Suiza realizaron una breve descripción del mercado en sus respectivas naciones.

SEGUNDA JORNADA

El 9 de diciembre comenzó con una conferencia titulada "The ins and outs of the European lobbying" (Cambios en los grupos de presión Comunitarios). La conclusión principal de la ponencia, presentada por Joanna Dober, consistía en una reflexión sobre los cambios significativos que ocurren en Bruselas; ya que el funcionamiento del Parlamento Europeo se ha convertido, en la zona euro, en primordial para los actores económicos de todas las áreas.

Por la tarde la reunión se dedicó, exclusivamente, a tratar temas intrínsecos del canal de la distribución automática. Piana moderó

El título de este tour de sesiones informativas es "Corren nuevos tiempos en el vending, corren nuevos tiempos en Aneda". En próximas ediciones ampliaremos más información sobre estas jornadas y sobre otras cuestiones de importancia, comenzando por el nuevo rumbo que la asociación ha anunciado que va a tomar.

De momento, y como ya anunciamos ayer, se sabe que Aneda ha delegado la organización de la feria Eurovending 2011 al Comité de Proveedores. Sí se ha confirmado, no obstante, que dentro del comité habrá un representante de Aneda, que será el mismo Xavier Arquerons.

CONTENIDO DE LAS PONENCIAS

Volviendo al tour de sesiones, la asociación también ha informado que entregará a todos los asistentes un manual titulado "ABC Vending". Y, en cuanto al contenido de las ponencias, Arquerons ha adelantado que, por un lado, quieren "dar a conocer a Aneda" entre los profesionales del sector

y, por otro lado, "explicar cómo debería ser la política de precios dentro de la industria de la venta automática; algo que ampliaremos con ejemplos prácticos", ha declarado el vicepresidente.

Por último, dentro de este tour también se hará una presentación de la oferta formativa en el sector; tanto a nivel presencial como a través de plataformas online. Esta parte correrá a cargo del gerente de TPC Netgrup, Francesc Güell, quien ha confirmado a HOSTEL VENDING que tomará parte de todas las sesiones. "Al parecer, Aneda quiere ofrecer nuevos servicios y uno de ellos es la formación", ha comentado Güell. "Teniendo en cuenta que tenemos 10 años de experiencia en la formación especializada para el vending y que somos prácticamente los únicos que ofrecen una oferta como la nuestra, entendemos que la asociación haya, en cierto modo, delegado este servicio en TPC". Francesc, sin embargo, también ha querido dejar claro que sus servicios de formación están abiertos a todas las propuestas y, de hecho, ha mostrado su interés por colaborar también con la futura Federación de Asociaciones

de Vending.

GRAN RESPALDO DEL SECTOR DEL VENDING EN LA PRIMERA ASAMBLEA DE AVV

La Asociación Valenciana de Vending celebró su primera asamblea el pasado viernes. A su término se constituyó un comité de trabajo para establecer los estatutos definitivos, que se someterán a votación en la próxima reunión prevista para el 21 de enero.

De las alrededor de 15 empresas que se esperaba inscribir; finalmente han sido hasta 42 los miembros que ya forman parte de AVV. El éxito de la constitución de la asociación ha sido, por tanto, un éxito; algo inicialmente inesperado por la masiva participación pero que, analizado detenidamente, da cuenta de la presencia del vending en la Comunidad Valenciana y del grado de implicación de los empresarios de esta región.

A la junta asistieron empresas representativas del sector en Valencia, e incluso algunas no habían estado en las anteriores reuniones. "Fue la primera vez que se

congregaba a tantos negocios del sector", explica uno de los responsables de la asociación, Miguel Zarco.

SIEMPRE CON EL SECTOR

Desde distribuidores oficiales de Azkoyen, Saeco, Bianchi, Necta, FAS... hasta proveedores y compañías con importantes parques de máquinas. Sin duda, la "difusión que ha realizado HOSTEL VENDING ha sido fundamental para lograr estos resultados", destaca.

El comité de trabajo redactará los estatutos, y a continuación Zarco destaca que se "colgarán en la web". De esta manera se facilita el acceso a todos los socios, para después agilizar el proceso de sufragio que tendrá lugar en la "próxima asamblea".

"Conforme los representantes iban entrando al local, pagaban la cuota y se incorporaban a la asamblea", arguye Zarco. De todas formas, todos los interesados en ingresar en la Asociación Valenciana de Vending pueden encontrar toda la documentación necesaria en su web oficial. Así podrán participar en el sufragio de los estatutos definitivos.

Zapatero abre la puerta a las terminales y expendedoras de lotería nacional



El anuncio realizado por el Presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, en el que ha confirmado que se va a privatizar el 30% de Loterías y Apuestas del Estado, ha abierto la veda de las especulaciones.

La premura por obtener dinero de donde sea para reducir la deuda ha llevado al Ejecutivo a plantearse la privatización de varias empresas públicas, entre ellas, Loterías y Apuestas del Estado. Como ya adelantaba Carlos Ocaña (Secretario de Estado de Hacienda y Presupuestos) hace unas semanas, no se venderá todo el paquete, sino sólo el 30% confirmado esta mañana por el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, en la sesión de control del Congreso de los Diputados.

No es una sorpresa ya que la propuesta viene de lejos, estando recogida y ampliamente anunciada en las disposiciones 32 y 34 de la Ley 26/2009 y la disposición adicional 40 de la Ley de Presupuestos para el año próximo. Pero sí es noticia el hecho de que a partir de ahora comienza el baile de especulaciones por saber o confirmar

quién se hará cargo de ese porcentaje.

La primera de esas cábalas pasa por qué empresa o empresas se harán con ese 30% de una sociedad pública que genera 3.000 millones de euros de beneficio neto en las arcas públicas, dato aportado desde la Agrupación Nacional de Asociaciones Provinciales de Administradores de Lotería. El precio de salida al mercado rondaría los 10.000 millones de euros, teniendo en cuenta que LAE ha sido valorada en varias ocasiones por algo más de 30.000 millones.

Con estos números, sólo los grandes del sector del juego o los principales bancos tendrían opciones, por lo que cobran fuerza las candidaturas de Bwin, Cirsa y Lottomatica.

Cómo se llevará a cabo esa privatización, qué requisitos deberá cumplir la empresa, qué sucederá con los administradores de loterías, cómo afectará esta medida al sector del juego privado o la actual implantación de las terminales de lotería son algunas de las dudas que no despegó el presidente.

DESDE 1875
Vending
PUNTO
Saludable
CARRETILLA

Bienvenidos a
CARRETILLA
Vending

¿PORQUÉ CARRETILLA?

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

...descubre más razones en www.carretilla.info/vending

Alternativas saludables, prácticas y de calidad para Vending

PROCESO CARRETILLA SIN CONSERVANTES

IAN S.A.U. - Peñalfons s/n
31330 Villafraña (Navarra) España
Tel. 948 843 360 - vending@grupoian.com

HOT FOOD MATIC
www.automatic-chef.fr
www.hotfoodmatic.com

nueva colección 2011

NUEVO MODELO DE MÁQUINA EXPENDEDORA DE PIZZAS "Hotfoodmatic" PZ3

UN CRUJIENTE SANDWICH TOSTADO, EN SU PUNTO, O UN SABROSO BOCADILLO RECIÉN HECHO, O TAL VEZ LAS DOS COSAS A LA VEZ. ELIJE LO QUE ELIJE, ELIJE HOTFOODMATIC

Pg. de la Noguera, 18 - Polígono Industrial Can Carner - Spain - +34 93 747 29 93
dtvending@hotmail.com - www.automatic-chef.fr - www.hotfoodmatic.com

EMPRESA: MARCILLA



LA PRIMERA CÁPSULA PARA CAFETERA TRADICIONAL ATERRIZA EN ESPAÑA

La fiebre de las cápsulas traspasa el OCS y ahora Marcilla innova en el mercado con esta propuesta para las cafeteras italianas de 6 tazas. Un sistema "mucho más cómodo y limpio", según indica la empresa. "La cafetera tradicional es el

aparato preferido por los españoles para elaborar el aromático". La marca destaca que se encuentra presente en el 60% de los hogares, y que esta novedad permite obtener "más aroma y más sabor". El café tarda "de 30 segundos a un minuto" más en prepararse. La resistencia que proporciona la cápsula hace que el agua disponga de más tiempo para impregnarse de las propiedades de este producto.

"Marcilla Cápsulas Gran Aroma supo-

ne una auténtica revolución del mercado", destaca el presidente de Coffe & Tea Retail España de Sara Lee, Mauro Schnaidman. El responsable se muestra muy "contento de que se trate de un producto español".

En definitiva, con este nuevo producto, Marcilla pretende ofrecer a los consumidores la posibilidad de disfrutar de "una mejor experiencia" de "sabor y aroma" en sus hogares.

EMPRESA: MEI

HACIA LA SOLUCIÓN DE PAGO COMPLETA

Partiendo del éxito cosechado por el CF7000, que actualmente está instalado en más de 1.000.000 de máquinas automáticas de todo el mundo, el CF8000 pretende cambiar el papel del sistema de pago. El Director de Ventas España y Portugal, Francisco Linares, comenta que en sus investigaciones los operadores les han informado de que tienen entre un "10 y un 15% de contabilidades fallidas al día", factor que contribuye a que el 5% de productos y de efectivo se pierda de sus máquinas. Esto supone un "enorme problema".

La captura de información, con este sistema, es sencilla y se puede realizar de varias formas. A través de un USB estándar, el dispositivo de recogida de contabilidad más asequible del mercado; con Infrarrojos y Bluetooth.

El CF8000 lleva instalado un reloj de precisión que, en caso de que ocurra algo extraño que afecte a la cantidad de efectivo existente en la máquina, registra lo ocurrido en el archivo de contabilidad junto con una indicación de la fecha y la hora.



EMPRESA: USARYTIRAR SL



CEPILLOS DE DIENTES DESECHABLES... Y CON CONCIENCIA ECOLÓGICA

La empresa comercializa su producto a través de varios canales, pero entre ellos destacan las máquinas de minivending, por su fidelidad al lema "any time, any place": cepillos de dientes para usar en cualquier momento y en cualquier parte. Este negocio introduce en el mercado, según explica su gerente Pedro Revuelta, "un producto novedoso". Tiene unas particularidades que lo diferencia "completamente" de los cepillos

de dientes de "la competencia". Desde el blíster (envoltorio) hasta el cabezal son biodegradables. Además, "el blíster se puede personalizar según requiera la empresa que distribuya el producto", destaca. La máquina tiene una carga de 57 unidades. Y se amortiza en 5 cargas. "A partir de ahí el propietario ya está ganando dinero", comenta. Los cepillos no sólo están compuestos por plásticos biodegradables si no que incluyen otra ventaja: la pasta está incorporada en el cabezal y sube por presión a las cerdas.

EMPRESA: AVM



PRIMER KIT UNIVERSAL DE PANTALLA LCD Y MINIORDENADOR

La empresa AVM ofrece un nuevo canal de comunicación, integrando el digital signage en las máquinas expendedoras. Para ello, IST ofrecerá el servicio técnico necesario para instalar y gestio-

nar la logística en el canal vending. Se trata de un kit universal apto para cualquier expendedora, especialmente para las de bebidas frías. Éste puede añadirse tanto en aparatos nuevos como en los que ya

se encuentran en el mercado. Está compuesto por un panel frontal, una pantalla LCD y un mini ordenador para gestionar el nuevo canal comunicativo. Funciona con una "tecnología P2P" – redes punto a punto – que posibilita la transmisión de vídeos remotos a alta velocidad y permitiendo una administración de los emisores totalmente eficiente. Las características de montaje, así como los materiales utilizados, garantizan un nivel óptimo de absorción ante los golpes".

EMPRESA: AZKOYEN

SE LLEVA LA "PALMA" DE VENTAS POR IMPULSO

La nueva gama Palma+ de Azkoyen, que reemplaza la anterior serie Palma, referente en el mercado de espirales, ha sido concebida en base a tres grandes objetivos: flexibilidad, incremento de las ventas por impulso y eficiencia energética.

Presenta una nueva estética atractiva y elegante, ofrece máxima flexibilidad de suministro y capacidad gracias a sus nuevas bandejas fácilmente configurables y regulables que optimizan el número de selecciones en función de la anchura del

producto, a la zona de producto a 1 o 2 temperaturas y a la rotación de 2 husillos simultáneamente para expender productos de gran formato.

Con el fin de aumentar las ventas por impulso la nueva serie integra en sus bandejas tabiques transparentes que mejoran la exposición y visibilidad del producto. Además se potencia el gran escaparate de productos mediante iluminación por LEDs y frontal de las bandejas en aluminio. El detector de salida de producto



i-detect y la muy fácil asignación de fechas de caducidad por selección aumentan la satisfacción del cliente final.

EMPRESA: IVM



EL MAÍZ, PEPITA DE ORO

La empresa italiana IVM acaba de sacar al mercado europeo una novedosa expendedora de palomitas condimentadas al gusto del consumidor, que se preparan en el momento, sin aceites ni grasas añadidas.

La máquina Maxima-Pop Corn aún no tiene presencia en España pese a los grandes

márgenes económicos que garantiza, gracias a la integración de lo último en tecnología, el precio del maíz y la calidad del producto final, que además va en sintonía con la ola de vending saludable.

La Maxima-Pop Corn, permite al consumidor elegir cómo quiere aderezar

sus palomitas recién hechas, las formas de personalización del producto son realmente flexibles, pudiendo adaptarse a los gustos de distintas culturas.

Pero, según la empresa, la esencia de todo el proyecto es el maíz, de la máxima calidad y envasado al vacío en cápsulas, lo que les aporta un largo periodo de duración en condiciones óptimas, manteniendo un coste muy bajo de cada porción.



EMPRESA: FAS INTERNATIONAL

UN PEQUEÑO COMEDOR AUTOMATIZADO CON PLATOS CALIENTES

EASY 6000 es un nuevo modelo de máquina de discos, dotada de puertas motorizadas para la toma, display LCD y diapositivas retroiluminadas, que funciona tanto en modo "FIFO" como en modo "Shopper". Dotada de ocho discos, esta unidad representa una solución ideal para la distribución de aquellos productos que, por sus dimensiones, son muy complicados de vender a través de las tradicionales máquinas de espiral.

Los discos de EASY 6000 son independientes y desmontables, para facilitar las operaciones de mantenimiento y reabastecimiento de la máquina. Para facilitar el funcionamiento de los

pequeños comedores, FAS ha creado un concepto que prevé el uso de una versión combinada con un módulo secundario (slave); una columna que incluye dos hornos de microondas profesionales, muy fáciles de utilizar.

La novedad consiste en la conexión directa entre la expendedora y el módulo secundario, para evitar los riesgos por la gestión autónoma del microondas por parte del cliente. Una vez seleccionado el producto, la máquina abre la puerta y transmite automáticamente los datos al módulo conectado, poniendo el horno en funcionamiento durante un tiempo preestablecido.

EMPRESA: AMYC

PUNTO DE VENTA CON PANTALLA TÁCTIL

La terminal punto de venta Mega Plus TFT "EMV" intercala sistema de pago en efectivo y con tarjeta de crédito. Puede estar interconectado con otros terminales y ofrece al usuario la posibilidad de seleccionar su compra del producto o servicio de un modo ágil y sencillo. Además, dispone de una pantalla táctil de 17" para mostrar fotografías con los artículos que se pueden adquirir.

Las ventajas que este equipo ofrece al pro-

pietario del establecimiento son múltiples, ya que no sólo actúa como Punto de Venta sino que también puede operar como máquina de cambio dando apoyo a otros Puntos de Venta (TPV).

El aparato tiene un variado abanico de opciones: lector de tarjetas magnéticas o chip, huella dactilar y DNI electrónico. Así, facilita la venta para productos protegidos que sólo se pueden vender a mayores de edad.



EMPRESA: COGES

NUEVAS SOLUCIONES DE PAGO PARA SEMIAUTOMÁTICAS DE CAFÉ

Los modelos Slim y Full habilitan el distribuidor automático para la erogación de un número de selecciones equivalente al

número de cápsulas adquiridas por el cliente. Ambos están pensados para comunicarse mediante interfaz con las principales máquinas OCS presentes en el mercado.

La habilitación de la máquina se realiza directamente por el gestor mediante la introducción de un código, que contiene la identificación de las cápsulas, gracias al programador E.C.S. Programmer. Con cada consumición el sistema OCS



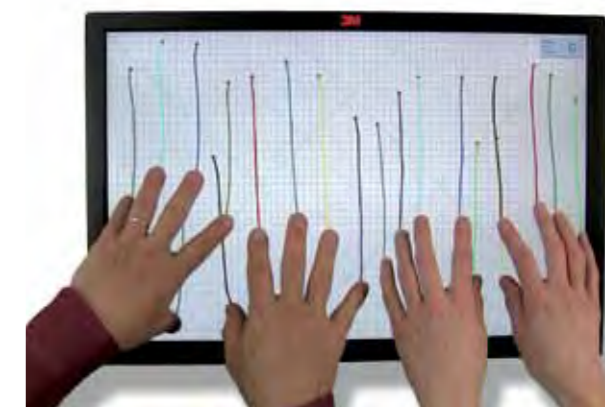
Slim actualizará los datos y visualizará, por medio de los leds externos, la situación de la expendedora en ese momento (verde "OK", amarillo "Reserva" y rojo "Stop"). La presencia de un teclado y de un display LCD de 8 caracteres permite al usuario la visualización del número de cápsulas disponibles y al gestor la programación del sistema y la visualización de todas las opciones de menú.

EMPRESA: 3M

20 DEDOS EN UNA MISMA PANTALLA

3M pone en liza su kit de pantalla de 22 pulgadas, con un chasis que permite su integración en una amplia variedad de máquinas, como las que ya está desarrollando Azkoyen.

La pantalla M2256PW de 22 pulgadas combina una táctil con matriz capacitiva proyectada y una respuesta ultrarrápida y precisa para 20 dedos o más al mismo tiempo, con una LCD de alta definición y gran ángulo de visión, lo que da como resultado una pantalla multitáctil con capacidad de respuesta para las aplicaciones interactivas más exigentes. Esta tecnología, diseñada para ofrecer más funciones aparte de las convencionales (zoom, pellizco, ampliación y rotación), ofrece a los desarrolladores una



herramienta interactiva con una velocidad en el punto táctil de 6 milisegundos que admite 20 toques simultáneos.

EMPRESA: GMVENDING

NUEVOS TIEMPOS, NUEVAS EXPENDEDORAS

La serie Crystal de GMVending, que ya nos anunciaron hace unos meses, llega para romper la "fragilidad" que denuncian los establecimientos hosteleros tras la nueva normativa. Consta de 6 modelos con una gran capacidad (hasta 1200 cajetillas) y con diferentes tamaños y opciones de botonera.

Los nuevos aparatos destacan por haber optimizado los espacios al máximo, consiguiendo una gran capacidad y la posibilidad de

combinar canales de diferentes tamaños para adaptarse a cada una de las necesidades y productos. El modelo más pequeño cuenta con 15 selecciones y el más grande con 48.

La incorporación de un nuevo procesador proporciona mayor rapidez y versatilidad en las operaciones. Toda la gama Crystal incorpora de serie monedero de cambio y lector de billetes con stacker.



Los Combos es una granja de Madrid que cuenta con 1.000 vacas, su propia fábrica envasadora de lácteos y 64 años en el mercado. Ahora, este productor lanza el primer smoothie de frutas y yogur probiótico, para consumo individual (250ml) en botella de plástico PET. La empresa ha confirmado que se comercializará en toda España, también a través del canal Vending.

Estas bebidas refrescantes y saludables (están hechas a base



EMPRESA: LOS COMBOS

SMOOTHIES DE FRUTA Y YOGUR PROBIÓTICO

de la leche que se extrae en la propia granja) están dirigidas a un público sano que busca productos interesantes a un buen precio. En su lanzamiento, la gama de smoothies está compuesta por tres variantes, que combinan frutas tradicionales (naranja, plátano, etc.), frutas exóticas (maracuyá, mango), frutas del bosque (arándanos, mora) y hasta flores y miel.

El contenido de uno de estos envase concentra casi la cantidad de fruta diaria recomendada; además, es un yogur probiótico semidesnatado, con sus ventajas para la salud y la dieta.

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

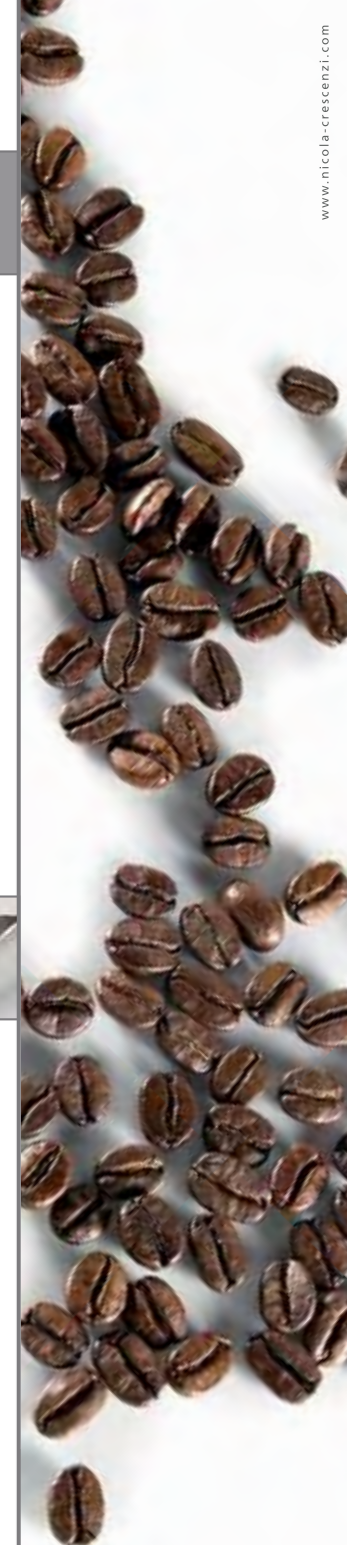
www.hostelvending.com

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



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.



ES UNA MARCA DE



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

www.nicola-crescenzi.com

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,,

