



ELIGE NESCAFÉ para tus clientes

- Una solución rápida y eficaz
garantizando calidad en la taza
final
- Productos con excelente
comportamiento en máquina
- Fiable, consistente y delicioso
- Nescafé, marca líder de café a
nivel mundial



Opera

LA DIFERENCIA ES NECTA



MEJOR CALIDAD MEJOR RENDIMIENTO. Todos nuestros distribuidores automáticos garantizan una excelente relación precio / rendimiento. También Opera lo muestra así; la última joya de la gama Necta es un concentrado de tecnología, que combina dimensiones compactas y el mejor rendimiento disponible actualmente, ofreciendo una amplia selección de bebidas de excelente calidad. Opera: la solución ganadora para aumentar márgenes y conquistar nuevos clientes.



ES UNA MARCA DE **N&W**

www.nwglobalvending.es

www.nwglobalvending.com

carthego

Touch Screen

RACIONALIDAD

CLARIDAD

SIMPLICIDAD



"Next generation"

Carthego combina diseño ultramoderno con funcionalidad high-tech, incrementando el servicio de bebidas calientes, la distribución de bebidas frías y snacks. Innovadora, con un panel de control HMI (Human Machine Interface), gracias a su pantalla táctil "Touch Screen" de 12", personalizable, con conexión a red, la **Carthego** permite al usuario interactuar, con un simple toque, obteniendo amplios y variados servicios e informaciones, mediante imágenes y vídeos. Con un diseño moderno, elegante y minimalista, de fácil mantenimiento y reposición, gracias a las recientes innovaciones **Saeco**: Rotating System y Tilting Plate

Saeco Ibérica, S.A. Pol. Almeda | Sant Ferran, 34-36 |
08940 Cornellà de Llobregat | Barcelona | Tel: 934740017
Fax: 934740434 | e-mail: saeco.saecoiberica@philips.com
Web: www.saecovending.es

Saeco



Jofemar presentó su lector BT11 con detectores ópticos que rechazan las falsificaciones



Hostel Vending • nº 70 marzo - abril 2013

SUMARIO 70



@hostelvending



revistahostelvending



/hostelvending

• 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



• 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

Entrevistas

6 / Daniel Sabata, gerente de la Asociación Catalana de Vending

Hace un repaso al sector de la venta automática en Cataluña, donde operan 390 empresas que el año pasado facturaron 390 millones de euros y se esfuerza en cumplir con las nuevas exigencias de seguridad alimentaria.

54 / José María Alda, responsable del departamento de Vending de Sodexo

Sodexo desarrolla en la Universidad Europea de Madrid el concepto de restauración 'Unity', que incluye café de comercio justo, y el vending forma parte de ese importante servicio que presta a la comunidad universitaria.

10 / Sistemas de Venta y Control lanza un nuevo módulo de pago para las máquinas Italy Cup SSL

Sistemas de Venta y Control ha anunciado el lanzamiento al mercado de un nuevo módulo de pago para instalar en las máquinas Italy Cup SGL. Ofrece muchas funciones a los operadores de vending. El nuevo módulo de pago, del tipo plug and play, está especialmente adaptado para la Italy Cup de SGL.

20 / Las mejoras en operaciones y compras impulsan a Azcoyen a obtener beneficios por 1,1 millones

La multinacional navarra Grupo Azcoyen cerró 2012 con un beneficio neto de 1,1 millones de euros. La exitosa implantación de iniciativas de mejora en las áreas de operaciones y compras le llevó a un avance porcentual del margen bruto de beneficios, pasando del 39,0% al 40,7%. Por contra, la dura recesión económica afectó a su cifra de negocio que disminuyó en un 3,5% al verse afectados sus planes de expansión comercial.

28 / Jofemar lanza su nuevo lector de billetes BT11

La empresa Jofemar lanzó al mercado el pasado mes de marzo un nuevo lector, que realiza un completo escáner con detectores ópticos, magnéticos e infrarrojos obteniendo las características de cualquier billete, lo que permite rechazar cualquier tipo de falsificación. El lector hace varias lecturas del billete hasta analizarlo de forma minuciosa.

Especiales

34 / 40 La venta automática se pone al día para poder trabajar en mayo con el nuevo billete de 5 euros

Fabricantes de medios de pago, operadores y empresas que fabrican máquinas de contar monedas nos cuentan que están haciendo para que todo esté a punto en un país con 115.000 expendedoras.

32 / 33 El OCS irrumpe como alternativa al vending tradicional en grandes y pequeñas compañías

El consumo medio de café en España es de 0,8 al día por habitante frente al 0,4 de snacks. Las grandes marcas de café apuestan por el servicio a empresas y las pymes, como Clenport, se vuelcan en innovar creando máquinas adaptadas a todas las cápsulas. Expertos del sector cifran en un 50% la cuota de mercado a conquistar en esta línea de negocio que diseña novedosas promociones como los 'días del café' y va mucho más allá de vender una máquina.

45 / China acogerá a 10.000 profesionales en septiembre

El 10º China International Vending & Show OCS 2013 se celebrará oficialmente entre el 4 y el 6 de septiembre en el Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center. Este año, la gran cita global del mundo del vending quiere llegar a los 300 expositores y superar los 10.000 compradores y visitantes.

Noticias

12 / Alliance Vending distribuye 60.000 kilos de alimentos a 15 entidades sociales en Málaga

La empresa, que tiene la concesión del parque de expendedoras en los edificios municipales malagueños, acordó el reparto a través del Ayuntamiento para que llegara todos los distritos de la ciudad.

50 / ANEDA Y ACV muestran a los empresarios de Mercabarna las posibilidades del vending

Los responsables de muchas empresas del gran área comercial, que agrupa a 800 compañías, conocieron las oportunidades que pueden tener vendiendo carne, pescado y frutas en expendedoras.

52 / Café Arabo presentó su nueva máquina Araba G10

La nueva máquina de Café Arabo para la hostelería tiene capacidad para dispensar hasta 14 productos tan diferentes como cafés, té, infusiones y consomes. Se está comercializando desde el pasado mes de marzo.

Empresa

8 / Eden Springs España, primera empresa del sector cooler con acreditaciones de ISO 9001 y 14001

Eden Springs España es la primera empresa del sector del cooler que logra las acreditaciones de calidad ISO 9001 y de medioambiente 14001 después de superar la auditoría externa de BSI. Los controles extras sobre la calidad del agua que distribuye han sido claves para lograr estas acreditaciones.

Ferias

44 / Vendibérica, a la vista

Vendibérica, la gran cita de la venta automática en España y Portugal, tendrá lugar en su segunda edición entre el 20 y el 22 de noviembre de este año en IFEMA Madrid. PVA (Proveedores de Vending Asociados) ha iniciado una potente campaña de promoción para mejorar la imagen del sector que concluirá en la feria.



ARMANDO TESTA



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



Hay momentos y lugares inolvidables, que hablan de placer y de pasión. Siempre y en cualquier lugar está Lavazza BLUE, el sistema que garantiza un café espresso perfecto gracias también a la nueva LB Plus, la maquina ideal para la oficina y las pequeñas y medianas empresas. Con LB Plus es posible degustar un cremoso cappuccino y otras muchas recetas a base de leche con sólo apretar un botón.

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

DANIEL SABATA, GERENTE DE LA ASOCIACIÓN CATALANA DE VENDING

“El volumen de negocio en Cataluña en 2012 fue de 390 millones de euros”

¿Qué aspectos de la seguridad alimentaria preocupan más en el sector de vending y os interesaron del evento celebrado en Barcelona en marzo?

El sector trabaja para cumplir los nuevos requisitos de información sobre seguridad alimentaria que los consumidores de los distintos distribuidores automáticos solicitan. Trabajamos en la revisión de la estrategia Naos creada en el año 2005, informando a los operadores de una apuesta por productos afines a esta estrategia. Cada vez más los productos saludables o enfocados a una dieta mediterránea son ofertados por los diferentes profesionales del sector. El fabricante con su maquinaria, el proveedor con productos enfocados a esta línea y el operador con productos saludables en los distribuidores automáticos, apuestan y demandan cada vez más este aspecto. Todos los interlocutores de la cadena tienen que encontrarse en constante colaboración. En seguridad alimentaria la nutrición idónea influye cada vez más en nuestro día a día.

Los usuarios de máquinas expendedoras, ¿qué os trasladan sobre necesidades en la conservación de alimentos?

Hoy en día el consumidor y la sociedad en general son más exigentes en todos los ámbitos, incluido el sector del vending. Por este motivo el sector considera que hay que trabajar para cubrir las necesidades que solicita. El consumidor solicita garantías del producto a consumir en los distribuidores automáticos y del servicio integral que percibi-



rá. Esa garantía se la dan fabricantes, proveedores y operadores. El consumidor demanda confianza, esa confianza inicial es la que un consumidor de un distribuidor automático percibe en la pausa de su momento de consumo. El consumidor valora muchísimo la innovación en la conservación de alimentos. El usuario cada vez más demanda tendencias de productos con cualidades que se adapten al ritmo de vida actual y a la incorporación de nuevas tecnologías en este canal de venta. Los usuarios cada vez más están sensibilizados sobre este tema.

¿De qué forma aborda vuestra industria la formación de los operadores para tener en cuenta la buena conservación de los alimentos?

Los operadores cada día más apuestan por la formación en todos los ámbitos de su estructura. Planifican, gestionan y controlan los productos y procesos asiduamente. Los planes de autocontrol en las compañías operadoras son de obligado cumplimiento en normativas legales. Hoy en día las empresas operadoras destinan una parte

LAS EXPECTATIVAS ECONÓMICAS INDICAN UN CAMBIO DE TENDENCIA Y UNA LEVE RECUPERACIÓN A FINALES DE 2013

de sus recursos a la formación de los empleados de su compañía para una mayor gestión de sus líneas de negocio. La formación es continuada. Los fabricantes cada vez más ofrecen a los operadores distribuidores automáticos con prestaciones de consumo y seguridad más avanzadas. Esta innovación es proactiva en toda la acción de la cadena de una empresa operadora. La industria global de nuestro sector cada vez más apuesta por ofrecer las máximas garantías al usuario de un distribuidor automático.

¿Qué posibilidades le ves a la línea de negocio Office Coffee Service?

Cada vez hay más tipos de productos en las máquinas

expendedoras y es un mercado que está creciendo muchísimo. Hay operadores que están haciendo cambios para adaptarse a esa línea y, ciertamente, es un mercado que emerge. Es muy interesante para el colectivo de pymes y micropymes. Marcas como Lavazza y Nespresso están apostando por esos servicios con las cápsulas.

¿Cuántos operadores asociados hay en ACV?

Hay 95 asociados entre operadores y proveedores.

¿Cuál es el parque de máquinas instaladas en Cataluña y el volumen de negocio?

En una estimación de datos del año 2012, la cifra se mueve en el entorno de las 114.000 máquinas. Son unas 15 máquinas por cada 1000 habitantes. El desglose de ellas es 38.000 de productos calientes, 17.000 de bebidas, 11.000 máquinas de productos alimenticios y 48.000 de tabaco y juguetes. El volumen de negocio se sitúa entorno a los 390 millones de euros y tenemos unos 2,1 millones de consumidores diarios.

¿Cuál es el número de trabajadores en el sector?

Hay 5000 personas trabajando y 390 operadoras

¿Qué tendencias apunta el mercado para este año 2013?

Referente al año 2013, se estiman unos datos iguales a los datos del 2012. Las expectativas económicas globales indican un cambio de tendencia y una leve recuperación en el último trimestre del 2013

El sector del Vending reivindica sus precios asequibles y su función económica y social frente a los ataques en un artículo de ‘El Confidencial’

El sector del vending ha reaccionado con contundencia a un polémico artículo publicado por el ‘El Confidencial’ titulado ‘Comer en el trabajo está dañando seriamente tu bolsillo (y tu salud)’.

El artículo publicado por el diario digital presentaba un panorama negativo para las personas que consumen cafés y tentempiés a lo largo de la jornada laboral y llegaba a relacionar directamente prácticas de malos hábitos alimenticios con el vending. Se hablaba incluso del “bucle creado por el cansancio, el hambre y la máquina de vending” para denostar el consumo de artículos de las expendedoras y apelaba a los gastos que supone para el bolsillo de los trabajadores comer y consumir diferentes productos fuera de sus casas, apoyándose en un estudio realizado en Inglaterra que le puso cifras muy altas. Además, ‘El Confidencial’ hacía una extrapolación y trasladaba los niveles de gasto a España sin mencionar en la información ninguna fuente del sector del vending que aportara su visión y datos de la importante presencia en número de empresas, trabajadores y riqueza creada en nuestro país.

Ángel Rojas, presidente de PVA (Proveedores Vending Asociados), envió una carta a la dirección del citado periódico que Hostelvending reproduce íntegramente

“Sin entrar en el fondo de la cuestión, de si comer en el centro de trabajo daña el bolsillo, y la salud, desde Proveedores Vending Asociados, y en calidad de presidente de la misma, quiero matizar las referencias que ustedes hacen al sector del vending y aprovechar también para facilitarles información sobre el mismo, de forma que en el futuro puedan opinar con más conocimiento de causa. El sector del Vending, no puede en absoluto representar un coste excesivo para el usuario, ya que es seguramente el menos inflacionista de nuestro país, y uno de los pocos que no utilizó la implantación del euro, para equiparar 100 pts a 1 euro, mientras sigue ofreciendo sus productos y servicios a precios muy competitivos.

Las 300.000 máquinas vending instaladas en nuestro país, son utilizadas diariamente



EL ARTÍCULO RELACIONÓ DIRECTAMENTE PRÁCTICAS DE MALOS HÁBITOS ALIMENTICIOS CON LA VENTA AUTOMÁTICA PARA DENOSTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS EN LAS EXPENDEADORAS SIN PEDIR LA VISIÓN DE NADIE DEL SECTOR

por más 20 millones de personas, principalmente en los centros de trabajo. Es el usuario el que decide los productos a consumir, dentro de la extensa gama ofertada, que reproduce por otra parte la oferta que encontramos en la hostelería y supermercados de alimentación.

El sector del vending emplea equipos tecnológicamente avanzados que garantizan la conservación, higiene y calidad de los productos ofertados y contribuye a la sostenibilidad del medio ambiente. Los nuevos equipos son en la actualidad más ecológicos, consumen menos energía y garantizan su reciclaje al término de su vida útil.

Cada día son más los productos saluda-

bles, bajos en grasas saturadas, que se ofertan y consumen en las máquinas vending, un ejemplo de ello es que el agua mineral es la bebida más consumida y están aumentando de forma exponencial el consumo de zumos naturales, frutas, yogures, es decir, es el usuario quien elige y, normalmente, repite sus hábitos de consumo, cuidando o no su salud. Sobre los precios, indicarles que el vending, cumple una función social, poniendo ‘en mano’ a sus usuarios productos saludables de forma económica y sostenible, durante 24 horas al día.

Una comparativa en cuanto a precios sobre la referencia hecha por ustedes del precio del café, señalamos que puede tomarse un excelente café expreso, preparado en el mismo momento en una máquina vending, por aproximadamente 0,50 euros, mientras que en la hostelería pagaremos al menos el doble.

Las empresas operadoras de vending garantizan a través de una especial organización y personal formado para la distribución de alimentos, el respeto a la cadena del frío de los alimentos que lo precisen, así como el mantenimiento en el tiempo de las máquinas de distribución.

Por último también queremos agradecerles, que, al menos con su artículo, hayan puesto en valor la función central que ocupa el sector del vending en nuestra vida diaria, facilitando nuestras pausas en el trabajo”.

Autogrill Iberia abre una cervecería con Gambrinus en el Distrito Telefónica de Madrid



Autogrill Iberia, la compañía líder mundial en servicios de restauración y venta dirigidos al viajero, en marzo un nuevo establecimiento en Distrito Telefónica (Madrid), de la mano de la cadena Gambrinus. Esta nueva cervecería, con aire tradicional español, está en un espacio diáfano de 450 metros cuadrados. Gambrinus sustituye a La Barrila, el anterior concepto gestionado por Autogrill Iberia, que llevaba operando con excelentes resultados desde el año 2006. El grupo ha transformado el antiguo punto de venta en una franquicia de Gambrinus, que recrea las fábricas de Cruzcampo de principios del siglo XX.

A través de esta alianza, Autogrill Iberia cuenta como 'partner' con una cadena de referencia en el sector hostelero español. Gambrinus ofrece en Distrito Telefónica su amplia variedad de tapas, raciones, maridas con la popular cerveza Cruzcampo. Uno de los reclamos más apetecibles del establecimiento serán las 'cazuelitas', pequeños guisos caseros para acompañar la cerveza, por tan sólo 1,50 euros. Con la apertura de este nuevo establecimiento, Autogrill Iberia suma ya 8 puntos de venta en Distrito Telefónica.

"Una de nuestras metas en 2013 es actualizar periódicamente los conceptos hosteleros en Distrito Telefónica para adaptarlos a las nuevas tendencias de consumo", comentó Octavio Llamas, presidente y director General de Autogrill Iberia. "En Gambrinus, hemos encontrado un excelente compañero de viaje tanto por la calidad

de su cerveza, como por su excelente variedad de tapas y raciones, que harán las delicias de los trabajadores de Distrito Telefónica", afirma Llamas.

CATAS DE CAFÉ A LOS VIAJEROS EN LA ESTACIÓN DE VALENCIA

Por otra parte, Autogrill desarrolló una cata de café en la estación de tren de Valencia, de la mano de Lavazza, una de las marcas de café más populares de Italia. Los 'baristas' de la compañía desvelaron a los viajeros todos los secretos para la preparación de un 'espresso' perfecto. A través de La experiencia 'Il piacere dei cinque sensi', los especialistas enseñaron a los viajeros a disfrutar del sabor de una taza de café a través de los cinco sentidos: escuchando el tranquilo sonido de la cafetera, preparando el 'espresso'; analizando el color, la textura y la consistencia de la crema, afinando el olfato para sentir cada una de las notas del aroma y, por último, a degustar la taza y disfrutar de todo su sabor.

"Trabajamos cada día en ideas y proyectos innovadores para nuestros clientes, con el fin de hacer que su viaje y su paso por uno de nuestros puntos de venta sea una experiencia única", aseguró Octavio Llamas, presidente de Autogrill Iberia. "Además, como compañía de matriz italiana, queremos acercar los clientes españoles toda la cultura y el sabor de los mejores cafés italianos", señaló. Autogrill, multinacional italiana, es líder mundial en servicios de restauración y venta retail dirigidos al viajero con más de



350 marcas dentro de su portafolio. El grupo está presente en 38 países con

más de 5.300 puntos de venta gestionados por cerca de 62.800 empleados. La compañía trabaja mayoritariamente a través de concesiones en aeropuertos, estaciones de ferrocarril y carreteras pero teniendo también una importante presencia en centros comerciales, museos y otros negocios de interés cultural. La empresa tiene 1000 empleados y 66 puntos de venta en España. Su línea de negocio se rige por el principio de "ofrecer siempre una mejor experiencia durante el viaje".

OCTAVIO NUEVO PRESIDENTE DE AUTOGRILL IBERIA

Octavio Llamas fue nombrado presidente de Autogrill Iberia, en el consejo de Administración del grupo celebrado a principios de 2013. Llamas, que desde marzo de 2011 ocupaba el cargo de director general de Autogrill Iberia, inició una nueva etapa profesional, tomando el testigo del presidente anterior, Francisco Alomar.

Octavio Llamas ocupa una nueva figura directiva dentro de Autogrill Iberia, que aún por primera vez, el rol de presidente y director general. Es el primer directivo español que ocupa un puesto tan relevante dentro de la compañía. Llamas, que lleva 17 años trabajando para la compañía, es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por ICADE y tiene 45 años.

rheady...?

to be...?

rheavendors españa

Carrer la màquina, 10 - A.Polig.Ind. El Regàs
08850 Gava (Barcelona) - España
Tfo. - 93-633 34 38. Fax-93-638 17 19
rheavendors@rheavendors.es - www.rheavendors.es

C/ Nobel, 3 - Polig. Ind. San Marcos
28906 Getafe (Madrid) - España
Tfo.: 91-601 19 60 - Fax: 91-682 94 01
rheavendors@rheavendors.es - www.rheavendors.es

Eden Springs, primer empresa de cooler que consigue en España las certificaciones de calidad y medio ambiente

Eden Springs España es la primera empresa del sector del cooler que logra las acreditaciones de calidad ISO 9001 y de medioambiente 14001 después de superar la auditoría externa de BSI. Las acciones de fidelización de clientes y los controles extras sobre la calidad del agua que distribuye han sido claves para que la multinacional lograra estas acreditaciones.

Eden Springs España ha lanzado recientemente un nuevo cooler, denominado Smile, que consume un 30% menos de energía frente a las fuentes de agua tradicionales y que incorpora además un led LCD, nueva válvula de cierre y otras mejoras significativas en el tapón de la botella.



Smile incorpora un reloj programador semanal con tres posiciones de ahorro energético en función de las preferencias y frecuencia de uso, con lo que se garantiza una utilización más eficiente y ecológica del cooler. Asimismo, este nuevo dispensador cumple con todas las exigencias de higienización para cada uno de sus elemen-

tos. Paralelamente desde el año 2010 Eden Springs viene colaborando con la organización no gubernamental People help People-One World en búsqueda de la transparencia en su acción de su RSC (Responsabilidad Social Corporativa) y máxima eficiencia en el desarrollo de los proyectos de ayuda. En este sentido, esta ONG lleva a cabo

proyectos para la mejora de las condiciones de vida y de educación en diversos lugares, entre ellos en el distrito Uru de Kilimanjaro, en Tanzania.

DONACIÓN A TANZANIA

Eden Springs aporta anualmente una donación de 30.000 dólares para facilitar la provisión de agua potable a esta zona tanzana, cuya aldea más próxima de un punto de agua dista seis kilómetros, contribuyendo así a la mejora de la salud y de la esperanza de vida de la población más vulnerable, al tiempo que estimula a que los niños en edad escolar no abandonen el colegio precisamente por tener que ir a buscar agua para abastecer a sus familias, abandonando la asistencia a los colegios.

El director ejecutivo de Eden Springs, Rannan Zilberman, "una vez identificada la ONG con la que queremos colaborar, para nosotros es vital medir la eficiencia de nuestras donaciones y ser realmente útiles con nuestra acción de RSC".

El 52% de las empresas ignoran el número de usuarios que abandonan sus webs

Sage Pay, uno de los proveedores de servicios de pago (PSP o Payment Service Provider) líderes en Europa y unidad de negocio de FTSE 100 The Sage Group, especializada en soluciones de gestión empresarial, publicó su informe "I Benchmark Sage Pay sobre PYMES online en España".

En este su primer estudio comparativo sobre los negocios online españoles, Sage Pay ha analizado a más de 500 PYMES españolas. El objetivo de este estudio ha sido descubrir qué factores conducen a los negocios online a alcanzar el éxito, cubriendo aspectos que van desde cómo atraen a los usuarios a sus páginas web, hasta cómo distribuyen sus bienes y servicios, y cómo evitan los fraudes e irregularidades.

El resultado es el más exhaustivo "retrato" sobre los negocios online españoles realizado hasta la fecha en nuestro país. Las principales conclusiones apuntan a que, a pesar del esfuerzo que les supone atraer a los usuarios a sus páginas web, el 52% de empresas ignoran su índice de abandono de usuarios, y el 54% desconoce en qué punto se producen más abandonos en el proceso de compra.

A pesar de la imparable proliferación de los dispositivos móviles en España, el 60% de los negocios online no disponen de páginas web o aplicaciones optimizadas para ello, mientras que el 49% de los negocios online españoles no venden en el extranjero y desaprovechan la oportunidad de

expandirse a nuevos mercados más sólidos. Además, está ocurriendo que los pequeños negocios online españoles están exponiendo a riesgos a sus clientes y a sus propios negocios. Las herramientas de prevención de fraude parecen ser el principal "quebradero de cabeza", ya que el 45% no emplea ningún tipo de herramienta para prevenir esas situaciones.

El 50% de los negocios online desconoce o no entiende adecuadamente las normas de seguridad PCI DSS. Simon Black, CEO de Sage Pay, sostiene que "España presenta increíbles oportunidades de crecimiento gracias al ecommerce. En nuestro estudio hemos dado con diferencias clave entre España y países con un mercado más consolidado, como el Reino Unido, como es el caso en el volumen de empresas con ecommerce (40% frente al 73% del Reino Unido) o el de negocios que operan con el extranjero (un 51% frente a un 61%)."

Un buen café se merece un agua perfecta

BRITA Profesional - El experto en filtración de agua
Elige agua BRITA®

BRITA®
Professional



Las 3 ventajas:

- Calidad óptima del agua
- Alta fiabilidad
- Funcionamiento sencillo

Certificado: **ACS**
conform

Todos los filtros de la gama BRITA responden a las exigencias del Certificado de Conformidad Sanitaria (ACS)

El desarrollo duradero:

Desde 1992, el reciclaje está en el corazón de la actividad internacional de BRITA, que dispone de su propia planta de reciclaje de cartuchos.



BRITA Iberia, S.L.U.
Rambla Catalunya, 18 - 4º izq
08007 Barcelona - Spain
PPD-ES@brita.net
Tel.: +34 93 342 75 70
www.profesional.brita.es

PACO RONCERO, COCINERO E INVESTIGADOR DE VANGUARDIA

‘Si profundizamos en las formas de consumir el café, descubriremos detalles increíbles’

PACO RONCERO ES UN DESTACADO COCINERO DE VANGUARDIA QUE IMPARTIÓ UNA MASTER CLASS SOBRE MARIDAJES ENTRE EL CAFÉ Y PRODUCTOS COMO EL QUESO, LA TORTILLA Y EL CONSOMÉ, ENTRE OTROS, EN EL ESPACIO NESPRESSO DEL SALÓN GOURMET DE MADRID. EN ESTA ENTREVISTA, DESGLOSA LOS ORIGINALES MARIDAJES ENTRE VARIEDADES DE CAFÉ DE NESPRESSO Y SNACKS QUE PRESENTÓ CON LA COLABORACIÓN DE RAMÓN DIOS Y MARÍA LUISA MARTÍN.

Creador de un taller de investigación culinaria única en el mundo, chef ejecutivo y director del restaurante ‘La Terraza del Casino’, en el Casino de Madrid, Paco Roncero es considerado uno de los principales representantes de Madrid de la vanguardia gastronómica.

¿Qué aporta la cultura del café al mundo gourmet?

El café forma parte de nuestra tradición, de nuestras costumbres, y con sólo profundizar un poco en sus raíces y características, descubriríamos detalles increíbles que hasta ahora desconocíamos. Nespresso nos ha enseñado y ofrecido una calidad y variedad espectacular. Nos ha ayudado a crecer.

¿Cómo ves la implantación en España de lo que en EEUU se llama la Tercera Ola y que engloba actividades como las boutiques del café, catas, especialistas, master y clases?

Todo lo que sea profundizar

en un producto como es el café, solo nos puede aportar crecimiento.

Describe los maridajes entre snacks y cafés que has creado

En primer lugar, tenemos Tomate confitado en aceite de café con ajo blanco y millojas de manzana y anchoa para Nespresso Hawaii Kona Special Reserve. Nos da un equilibrio sorprendente entre la elegancia sutil ligeramente salina y tostada del café con los principales ingredientes de este snack en el que aparecen el dulzor de la manzana, la fineza del ajo blanco, la acidez del tomate y la salinidad de la anchoa. El segundo es el Consomé de ternera con espuma de cacahuete y cerveza negra para Nespresso Espresso Leggero. Es una curiosa armonía donde el consomé se complementa con la espuma ligera del fruto seco, el dulce amargor de la cerveza negra y el contraste con los cítricos frutales del café,



para fundirse en una reminiscencia final de tostados. Luego tenemos el Filipino de Foie gras con cardamomo para Nespresso Espresso Decaffeinato. Este es un maridaje divertido en el que el cuerpo y la acidez del café complementan la textura grasa y densa del foie a la vez que los aromas del cardamomo con notas refrescantes de limón y eucalipto dejan un final de boca fresco y limpio. Y por último, elaboramos el Caramelo de café con queso de Mahón para Nespresso Ristretto. Este es un maridaje asombroso. El queso cuya textura grasa de aromas que recuerdan a la manzana cocida, asoman aquí perfectamente fundidos con el caramelo y el

fondo de café que enlaza por afinidad con el ristretto. Excelente equilibrio de sabores amargo, dulce, ácido y salado.

¿Con qué otros productos se puede maridar el café?

Con muchos más de lo que nos pensamos. Todos conocemos su armonía con productos dulces; pero con salados como salmón ahumado, foie o queso, ensambla perfectamente.

¿Como ves el Office Coffee Service o servicio de café de calidad en los centros de trabajo?

Todo lo que sea calidad en un sitio donde pasamos más de la mitad de nuestro día, bienvenido sea.

Simplemente diferente

La elegancia, la síntesis de las formas y el cuidado en los acabados, hacen de los productos FAS signos únicos y distintivos. El mundo del vending, representado en modelos compactos y esenciales, disponibles en versión Plata o Negra.

Madrid fas machine
Vending Machines

Distribuidor Oficial para España
MFM - Madrid Fas Machine
C/Polo Sur, 5 - Sector 8
28850 Torrejón de Ardoz - MADRID
T. 91 674 9187 - F. 91 674 9188
www.madridfasmachine.es

FAS
Vending Machines
FAS INTERNATIONAL
Lagi di Vico, 60
36015 SCHIO (VI) - Italy
T. 916749187
www.fas.it

Eurovending cumple expectativas y se hace un hueco en el mercado en un año de vida

La firma Eurovending acaba de cumplir un año de vida y sus sensaciones sobre la receptividad que está teniendo en el mercado son muy positivas. La empresa asegura que a pesar de la situación económica adversa, se han cumplido las previsiones de facturación y volumen de unidades.

“Trabajar todo este año con los distribuidores nos ha servido para llegar a todos los rincones del mercado. Nuestra red de trabajo no se ha visto afectada por el cambio de la producción

de Parma a Barcelona. El modelo Hybrid, que se lanzó en verano, está funcionando muy bien”, comentó Albert Pinosa, uno de los responsables comerciales de Eurovending FND.

El vaso para dispositivos vending Hybrid “está siendo muy bien acogido por los profesionales del sector, por su novedad, exclusividad y su fiabilidad de uso”, señaló Pinosa.

La idea del vaso Hybrid es permitir a los operadores poder añadir el valor que pueda tener un vaso de cartón con la funcio-

nalidad del buen uso del vaso de plástico tradicional aun coste inferior al del vaso de cartón.

Las perspectivas para el futuro son halagüeñas, ya que las previsiones apuntan a un continuo crecimiento. “Los operadores sólo ven ventajas en el vaso Hybrid, la demanda de productos medioambientalmente sostenibles está creciendo día a día y Hybrid es la solución definitiva para satisfacer estas necesidades al consumidor final sin renunciar a funcionalidad ni a calidad. Tenemos un optimismo impor-

tante toda vez, que en mercados como el italiano o el francés ya hay operadores que han hecho el cambio integral a vasos Hybrid con una respuesta altamente positiva”, continuó Pinosa.

Para 2013, se va a aumentar el catálogo de colores en los vasos tradicionales, diversificando y consolidando al vaso como soporte de comunicación. Para 2014, los planes irán dirigidos a nuevos modelos con el material Hybrid para ir extendiendo su implantación en el mercado.

Pascual difundirá en 2013 la marca Ciudad de Burgos en más de 200 millones de envases

El Ayuntamiento de Burgos y Grupo Leche Pascual han firmado un acuerdo de colaboración, en base al Plan Estratégico Burgos 2020, para llevar el nombre y la nueva marca de la ciudad castellana por todo el territorio nacional gracias a la inserción, durante un año, del recién creado logotipo “Sonríe, es Burgos” en los envases de leche de la

conocida empresa alimentaria.

Para llevar a cabo esta difusión, Leche Pascual ha elegido su producto bandera: la leche clásica en todas sus variedades. Lo que supone llevar el nuevo logo, conocido por el eslogan de “Sonríe, es Burgos”, en más de 200 millones de briks y botellas repartidos en todos los canales de distribución existentes en el

mercado en estos momentos.

A cambio, el consistorio burgalés adquiere con el grupo alimentario una serie de compromisos de publicidad y marketing en las marquesinas de autobuses municipales y otro mobiliario urbano, la revista municipal ‘Plaza Mayor’ y en los mecanismos de divulgación de la Capital Española de la Gastronomía,

que ostenta Burgos durante el año 2013.

Rubricaron el acuerdo Javier Lacalle, alcalde de Burgos, y Pilar Gómez-Cuétara y Tomás Pascual Gómez-Cuétara, presidentes de Grupo Leche Pascual. Para Lacalle, “el nuevo Plan Estratégico Ciudad de Burgos 2020 potencia los recursos de capital y provincia, la creación de empleo y la internacionalización, mediante nueve líneas estratégicas esenciales para la ciudad de Burgos”.



El grupo cervecero SaBMiller instalará máquinas de Autobarman en Colombia

La empresa Autobarman S.L., y su distribuidor exclusivo en América Latina y América Central INSSA S.A.S, han firmado un acuerdo de adquisición de sus máquinas de dispensado de cerveza de barril, autobeer y autobeer ONE, para el gigante cervecero SaBMiller. La presentación de las máquinas se realizó en Colombia a finales de Marzo.

Ignacio Morales-Aguilar, director general de la firma granadina, señaló que “esta operación supone para nosotros un canal de entrada en América Latina, ya que el grupo cervecero podría hacer una compra mayor”.

Autobarman SL ha logrado el contrato con SaBMiller gracias a las gestiones del distribui-

dor exclusivo de esta compañía. La multinacional cervecera anglo-sudafricana está implantada en todo el mundo y comercializa una gran cantidad de marcas, entre ellas Eagle, Peroni, Lech, Tiskie y Casper para el sector de la venta automática. Autobarman SL logra de esta forma ampliar su radiación de acción a América Latina.

B52

PRODUCTO LÍDER

ECONÓMICO Y PRÁCTICO

POR SÓLO 0,001€/SERVICIO (€ 0,001)*

*VALOR OBTENIDO A 10 KH CON COMPRA MINIMA DE 30 PZ.

ABLANDADOR DE AGUA ANTIALGA Y BACTERIOLÍCO

DISPONIBLE EN LAS VERSIONES B 52 | B 52 MX | B 52 32

Bilt

LA CULTURA DEL AQUECER

Nespresso esquivó la crisis económica, abrió cinco boutiques en 2012 y ya son 60 en España

La dura coyuntura económica no pesó en el crecimiento de la presencia de Nespresso en España durante 2012. La compañía afianzó su posición con la apertura de cinco boutiques en 2012 y ya son 60 la que tiene en nuestro país. Además, a nivel mundial, la marca ha abierto mercados en Finlandia y Taiwan y está en 60 países.

Durante el pasado año, en nuestro país, la compañía ha continuado en su estrategia de reforzar y mejorar con innovaciones los servicios y beneficios que le permiten estar más cerca de sus consumidores. "Nos hemos centrado en proporcionar una experiencia única del café perfecto a nuestros consumidores. Continuamos enfocándonos en ganarnos la confianza de los amantes del café, manteniendo nuestro papel como referente en el mercado del café en cápsulas", afirmó Jean-Marc Dragoll, director general de Nespresso en España.

Además, la marca de la multinacional Netslé puso en el mercado cinco nuevos tipos de café y dos máquinas de nuevo creación, consolidando su línea de apostar por la innovación en paralelo a una expansión geográfica selectiva, de forma que se observa el comportamiento



considerable y estamos bien posicionados para sacarle el máximo partido", comentó Ricard Girardot, consejero delegado de Nestlé Espresso SA. "Los mercados maduros y en vías de desarrollo presentan diferentes tipos de oportunidades y nosotros contamos con la oferta de productos y el enfoque estratégico adecuados para generar un sólido crecimiento en el futuro".

En 2012, los expertos en café de Nespresso recorrieron el mundo buscando los cafés más exclusivos con los que crear mezclas originales para los consumidores y los socios del club. El modelo de negocio de la compañía ha mantenido la garantía de una rigurosa gestión de la calidad del café desde los agricultores hasta los consumidores. Esto permite a Nespresso innovar y ofrecer un café de la más alta calidad.

Entre los nuevos cafés Grands Crus lanzados en 2012 se incluyeron Naora, un café Limited Edition con una pionera cosecha inspirado en la enología; Crealto, un café de tueste lento, inspirado en la alta gastronomía, y Hawaii Kona Special Reserve, una exclusiva selección de los cafés más valiosos y escasos del mundo.

de los nuevos mercados de forma constante para decidir donde tiene que estar y donde no. En los últimos cinco años se ha triplicado el peso de las ventas que provienen de fuera de los históricos mercados europeos. En 2012 la compañía abrió 52 nuevas boutiques, que contribuyeron a reforzar el modelo de distribución directa al consumi-

dor. Hoy en día, la red mundial de puntos de venta Nespresso cuenta con más de 300 ubicaciones en 199 ciudades en 48 países. "Nuestro crecimiento se mantiene fuerte y el conocimiento de marca de Nespresso aumenta a medida que la categoría de café en cápsulas sigue una tendencia positiva. El potencial del segmento sigue siendo

El fabricante de fuentes de agua Canaletas, primera empresa en obtener el certificado UNE 149101

El fabricante de fuentes de agua Canaletas es la primera empresa española en certificar la calidad de sus dispensadores mediante el cumplimiento de la norma UNE 149101, según informó esta compañía. Las fuentes de esta empresa no modifican la composición del agua.

Los diversos ensayos realizados garantizan que las fuentes elaboradas por Canaletas no alteran la composición del agua de acuerdo con los parámetros establecidos por la mencionada norma. La certificación es el resultado de varios meses de ensayos y pruebas sobre las fuentes de agua de Canaletas que han permitido al experimentado laboratorio del doctor Oliver Rodés analizar más de 100 parámetros microbiológicos y físico-químicos. Para la realización de los ensayos, la empresa OCA Instituto de Certificación tomó las muestras de los equipos, los precintó y los trasladó al laboratorio, donde se instalaron en una sala acondicio-

nada especialmente y dotada con circuito hidráulico. Posteriormente, OCA Instituto de Certificación, realizó una auditoría del proceso de producción, que garantiza que el cumplimiento de la norma se extiende también a la producción de Canaletas.

El director general de Canaletas, Jordi Morera, afirmó que "para cumplir la norma UNE 149101 apenas hemos tenido que modificar algún proceso, lo que resulta ampliamente satisfactorio para Canaletas, ya que hemos podido confirmar la calidad de las fuentes fabricadas por la empresa a lo largo de sus más de 47 años de historia".

En una nota de prensa Canaletas explicó que lleva a cabo "un proceso continuo de investigación para mejorar sus productos y estar en la vanguardia del sector exportando a los cinco continentes. Esta sensibilidad hizo que fuera la primera empresa europea en certificar sus sistemas de higienización de acuerdo con las normas establecidas por la

WE (Water Cooler Europe Association)".

El propósito de la norma UNE 149101, que ha sido elaborado por la Asociación Española de Normalización y Certificación, es proteger la salud de los consumidores, en este caso de los usuarios que beben de las fuentes que toman el agua de la red y establece los límites de impurezas del agua. Los parámetros de análisis desarrollan el Real Decreto 140/2003 que establecía los criterios sanitarios de la calidad del agua para consumo humano conforme a las exigencias de la Directiva de la Unión Europea aprobada en 1998.

Canaletas es una empresa de origen familiar fundada en 1965 y que centra su actividad en el diseño y fabricación de todo tipo de fuentes y dispensadores de agua. Con sede en El Prat de Llobregat (Barcelona), la compañía dispone de delegaciones en Madrid, Andalucía y País Vasco, así como de una importante red de distribuidores.

Expenda
MÁLAGA
Distribuidor oficial para Málaga
de Azkoven y Nestlé Profesional

azkoven.malaga@expenda.es
C/ Bahía Blanca, 34.
P.I. San Luis - 29006 Malaga
Tfno.: 952 04 17 30
Fax: 952 32 73 09

AZKOYEN
Vending for life

PENTAIR

EVERPURE

NO EXISTE MEJOR SOLUCIÓN...

PARA UN CAFÉ PERFECTO!

SUS CONTACTOS: Kader Raiss Ruiz-Canela 671347567 / Susanna Guidi +39 02 93271198

FILTRATION & PROCESSING SOLUTIONS

www.pentairfoodservice.es

Café Crem e Ideal Coffe facturaron 3 millones con sus cafés para Horeca

Las marcas Café Crem e Ideal Coffe, pertenecientes a CBGrup, grupo catalán de distribución para el canal Horeca, facturaron 3 millones de euros en el ejercicio 2012.

Las dos marcas, pertenecientes a CBgrup, grupo catalán dedicado a la distribución en el canal Horeca, van a apostar durante el presente ejercicio de 2013 por desarrollar nuevos sabores de fincas seleccionadas en cápsulas y añadirlos a los ya existentes, Malabar, Cerrado, Barahona y Sumatra. CBgrup quiere abordar este año el lanzamiento en toda la península de la marca propia Café Crem. Los datos sobre la venta de café se conocieron en el balance de los 25 años del potente grupo de distribución en el que se informó de que cuenta con una facturación total de sus socios y asociados de 188,1 millones de euros, lo que supone un incremento del 11% desde 2009 y un 31,5% de la facturación total del sector en Cataluña.

CBgrup es un conglomerado empresarial integrado por 27 empresas distribuidoras de bebidas, alimentación y productos de limpieza y droguería por hoteles, bares, restaurantes y empresas de catering de Cataluña. Las empresas asociadas al grupo ocupan 829 profesionales y aprovisionan a 36.364 puntos de venta a través de su propio centro logístico y los 27 centros de distribución de sus



asociados. CBgrup proporciona a socios y asociados, que trabajan con las mismas condiciones, servicios como apoyo logístico, acuerdos comerciales comunes, acceso a un stock de 2.500 referencias con servicio de entrega en menos de 24 horas y productos propios como las citadas marcas de café.

En la presentación del balance, Carles Pujol, su presidente, manifestó que "nos hemos convertido en un actor imprescindible entre las empresas distribuidoras, los clientes finales del canal Horeca y los proveedores. La tarea del grupo es tan fundamental en nuestro día a día que si CBgrup no existiera, deberíamos crearlo".

Las previsiones de crecimiento de las empresas del grupo se sitúan en torno al 15% para los próximos 3 años. Este crecimiento, según Pujol provendrá tanto del incremento de proveedores y referencias como del aumento del número de clientes.

Sistemas de Venta y Control lanza un módulo de pago para las Italy Cup SGL

Sistemas de Venta y Control ha anunciado el lanzamiento al mercado de un nuevo módulo de pago para instalar en las máquinas Italy Cup SGL. Ofrece muchas funciones a los operadores de vending. El nuevo módulo de pago, del tipo plug and play, está especialmente adaptado para la Italy Cup de SGL. "Lo hemos diseñado especialmente para ser instalado en las máquinas Italy Cup de SGL sin necesidad de realizar empalmes ni interrumpir la bomba", explicó Carlos Martínez, director comercial de la compañía.

El nuevo módulo permite gestionar dos precios diferentes y es posible escoger el precio de forma individual para cada selección. Esto proporciona flexibilidad a la hora de negociar con el emplazamiento y aumenta la rentabilidad del mismo. Además, puede realizar el pago solo con monedas o con monedas y llave de crédito sin contacto simultáneamente. La utilización del sistema cashless hace posible programar precios con descuento para los usuarios que utilicen la llave, así como otros tipos de funciones de venta promocional.

El módulo incluye los siguientes elementos: caja metálica con cerradura y juego de llaves, selector o Giody con frontal, electrónica de control, display retro-iluminado, caja de recaudación y cableado de conexión.

Por otra parte, las características destacadas del módulo con selector son la conexión

EL NUEVO MÓDULO PERMITE GESTIONAR DOS PRECIOS DIFERENTES Y ES POSIBLE ESCOGER EL PRECIO DE FORMA INDIVIDUAL EN CADA SELECCIÓN FACILITANDO FLEXIBILIDAD PARA SU UBICACIÓN

plug and play sin empalmes, una fácil instalación mecánica y dispone de un interruptor de fácil acceso para alternar entre modo de venta y programación. Otras ventajas, según detalló Martínez, son la posibilidad de programar precios a pie de máquina sin necesidad de un programador externo, poder habilitar y deshabilitar monedas a pie de máquina sin un programador externo y personalizar los mensajes en el display. Existe la opción de extraer la contabilidad EVA-DTS por infrarrojos.

Si se trata del Giody, la solución de este nuevo módulo de pago pasa por un sistema cashless con grandes prestaciones de venta promocional, conexión plug and play sin empalmes, instalación mecánica fácil, un interruptor de fácil acceso para alternar entre modo de venta y programación y posibilidad de extraer la contabilidad EVA-DTS mediante cable jack, llave especial de contabilidad o infrarrojos

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

La alternativa saludable, práctica y de calidad para Vending

PROCESO CARRETILLA SALUDABLE SIN CONSERVANTES

IAN S.A.U. - Peñaforts s/n 31330 Villafraanca (Navarra) España Tel. 948 843 360 - vending@grupolian.com



LÍDER en el NEW VENDING



Venta de botes de pelotas de Pádel - Venta directa de hielo Olevending ICE - Venta de productos Grow Shop - Expendidora para comida caliente y bocadillos - Pescado y marisco fresco a cualquier hora del día - Bazar 24 horas de Telefonía e Informática - Accesorios para el automóvil - 24h de charcutería y derivados para las prisas de hoy - Comida precocinada gourmet y casera - Tu parafarmacia abierta las 24h del día - Venta directa de EPIS dentro de la industria - Cebo y utensilios de Pesca al amanecer - Venta de productos ópticos - Nuevo modelo de Máquina de Pádel - Venta de Productos del Jamón - Venta de Toallas - Sin Intermediarios, expendedora de Leche - Sexshop 24 horas y sin personal - Refrescate con un sabroso Gazpacho - Cuando el panadero duerme, Máquina de Pan - Periódicos y prensa diaria, Venta automática - Vende tus productos a granel cómodamente...

EL NEGOCIO MÁS RENTABLE = MÍNIMA INVERSIÓN + MÁXIMO BENEFICIO + SIN COSTES DE PERSONAL

Esta filosofía de trabajo nos ha llevado hoy en día a contar con más de 15.000 máquinas instaladas por toda España. Olevending es sinónimo de CALIDAD, servicio postventa y VANGUARDIA en la aplicación de las nuevas tecnologías al sector del vending.

Pol. Ind. Naon Ctra. de la Estación, Nave 6
33429 - Viella - Siero - Teléfono: 902 444 001
www.olevending.es - olevending@olevending.es

Grupo Azkoyen cerró 2012 con un beneficio neto de 1,1 millón de euros

La multinacional navarra Azkoyen cerró 2012 con un beneficio neto de 1,1 millones de euros. La exitosa implantación de iniciativas de mejora en las áreas de operaciones y compras le llevó a un avance porcentual del margen bruto, pasando del 39,0% al 40,7%.

Fuentes de la compañía admitieron que la fuerte recesión económica en España e Italia y el parón en el crecimiento de las economías centroeuropeas han afectado a los planes de expansión comercial y, debido a ello, la cifra neta de negocios experimentó un descenso del 3,5% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, no por una bajada en los precios, sino por un menor volumen. No obstante, a nivel intertrimestral, el cuarto trimestre muestra un leve progreso de un 1,1% en comparación a 2011. El grupo confirma su marcada vocación internacional con un 83,4% de su cifra de negocios acumulada en



2012 fuera de España.

Es importante destacar la notable reducción de la deuda financiera neta del grupo en este periodo. Disminuye en 9,2 millones de euros, es decir, un 17,8% a lo largo del ejercicio 2012. Todo ello, a pesar de que los gastos financieros del grupo aumentaron en 0,25 millones de euros debido a las pre-

siones que ejercen sobre los tipos de interés las turbulencias del mercado español que se reflejan en las líneas de financiación.

Otro dato positivo fue que mantiene una evolución positiva de su Ebit (beneficio antes de intereses e impuestos). El beneficio neto de explotación a 31 de diciembre ascendió a

7.131.000 €, lo que supone un incremento del 84% respecto al ejercicio 2011. Mientras, el resultado bruto de explotación (EBITDA) asciende un 19,3% con respecto al ejercicio anterior hasta alcanzar los 14.307.000 €. El dato experimenta una subida gracias al recorte en gastos de estructura y a la reducción de las provisiones para insolvencias.

La multinacional continúa su estrategia de venta de activos no afectos a la explotación de su negocio de café y hostelería. Estas operaciones han generado una entrada en tesorería no prevista por 2,0 millones de euros.

En el vending la disminución de la cifra de negocio fue prácticamente inapreciable, del 0,1%. Destaca la mejora continua de las ventas en el Reino Unido (22,9% más) donde su marca Coffetek mantiene su fuerte capacidad de penetración. Por medio de esta marca, las ventas en los países del Norte de Europa continúan la buena marcha iniciada en el ejercicio anterior. Por otro lado, en el primer trimestre de 2013 saldrá al mercado una nueva máquina de tabaco.

Nuevo responsable de Coges para los mercados de Reino Unido e Irlanda

Coges, compañía del Grupo Azkoyen, ha anunciado el nombramiento de Ansell Harrison como nuevo gerente de área para el Reino Unido y la República de Irlanda, quien asume total responsabilidad para desarrollar y gestionar los mercados inglés e irlandés. Cuenta para ello con una amplia gama de productos a la que se van sumando las últimas novedades, y que incluye soluciones

adecuadas a las necesidades específicas de cada usuario.

Harrison tiene una amplia experiencia en el sector del vending y de los sistemas de pago, lo que le ha aportado un profundo conocimiento de los sistemas de pago sin efectivo y valiosas competencias técnicas. Previamente, ha trabajado en N&W Global Vending como sales account manager y en Thales E-Transactions como

business development manager.

Miguel Ángel Maiza, director de la Unidad de Negocio de Payment Technologies de Grupo Azkoyen, destaca "Coges está firmemente determinada a extender su perfil en el Reino Unido e Irlanda y, para ello, la incorporación de Harrison resulta clave. Con más de 35 años de experiencia y un equipo comercial de más de

80 personas, es líder en Europa en el sector de los sistemas de pago para vending".

"Coges tiene productos de sobrada excelencia y una mentalidad siempre abierta a la investigación y al desarrollo de nuevas soluciones. Incrementar la presencia y la cuota de mercado de Coges en el Reino Unido e Irlanda supone un interesante desafío", añade. En la actualidad, los sistemas de pago sin efectivo representan para Coges una gran oportunidad para introducir sus sistemas de pago en el segmento vending en el Reino Unido.



Un Caprimo para cada ocasión

Descubra la gama completa de productos instantáneos Caprimo para máquinas de vending. Dinamice su menú de bebidas calientes con Lemon tea y Choco o comience su historia de éxito vendiendo capuchinos aromatizados.

Caprimo le ofrece productos para cada ocasión y para todos los gustos



www.caprimo.com
caprimo@barry-callebaut.com

a brand of
BARRY CALLEBAUT

Vending Books instalará dispensadores de libros en Chile este año para promover la lectura

El sector del vending da un paso adelante en Chile con la instalación de expendedoras de libros en zonas de afluencia masiva de público como aeropuertos, estaciones de metro y hoteles. La empresa Vending Books será la encargada de la instalación de las máquinas, contribuyendo al fomento del hábito de lectura en ese país.

El diario chileno 'Universalia' informó de que un estudio realizado por el Centro Regional para el Fomento del Libro de América Latina y el Caribe (Cerlalc) reveló que un 51% de los chilenos afirma ser un habitual lector de libros. Con el fin de seguir fomentando este hábito, la empresa Vending Books instalará máquinas dispensadoras de libros en zonas de gran afluencia de personas como metros, aeropuertos y hoteles para que los libros estén al alcance de cualquier persona.

El periódico explicaba que las expendedoras, similares a los que ofrecen bebidas o alimentos, funcionan en España desde el año 1997 con gran éxito. Según el creador y gerente general de este nuevo negocio, Paco Valtierra, en mayo comenzarán las negociaciones formales con quienes tomarán la franquicia, y para fines de año se espera que las máquinas estén instaladas y en pleno funcionamiento.

Los dispensadores cuentan con una pantalla táctil que permite ver el contenido general del texto antes de realizar la compra. Los usuarios podrán pagar tanto con billetes como con monedas e incluso tarjetas de crédito para acceder a los libros de forma inmediata durante las 24 horas del día.

Según fuentes de Vending Books, tan sólo en Madrid se venden 300 ejemplares

por mes. Además, la iniciativa también fue implantada hace un año con gran éxito en Brasil. Se espera implantar este mismo sistema de venta de libros a lo largo de este año en México.

MÁQUINA DE TABACO

En Alemania, desde hace tres años, algunos emprendedores han trabajado para crear nuevas ideas de negocio como una muy original surgida en la ciudad alemana de Hamburgo. En plena cruzada contra el consumo de tabaco, los creadores de Hamburger Automatenverlag (Editor Automático de Hamburgo) usaron una vieja máquina de tabaco en desuso y diseñaron una expendedora de libros de toque "retro" que dio mucho que hablar en un país en el que el hábito de la lectura está muy extendido.



CLR
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

AGUA INTELIGENTE con **remineralización selectiva**




El **Magnesio** es un potenciador del sabor que intensifica el aroma del café y el sabor del té.

— **AVERIAS**
+ **SABOR**
+ **RENTABILIDAD**

Más de 100.000 instalaciones en España
y más de 1.000.000 en Europa.



Vendomat, distribuidor de Lavazzak, abre en Barcelona un centro para formar a los operadores en gestión técnica, económica, financiera y comercial

Vendomat, el distribuidor exclusivo de Lavazza en España, está poniendo en marcha un centro de formación dedicado exclusivamente a los operadores de vending.

Vendomat última la puesta en marcha de su training center en la capital catalana, una sala de formación que pretende dar un asesoramiento integral a los operadores para ayudar a crecer profesionalmente al sector. El programa de formación que se impartirá incluye asesoramiento técnico sobre sistemas de pago, gestión económica sobre las rutas de distribución y como potenciar la rentabilidad de las máquinas, técnicas de marketing y asesoramiento financiero. Se trata de facilitarles conocimientos sobre esas cuatro grandes áreas de gestión empresarial.

Fuentes de Vendomat explicaron a HostelVending que "el objetivo es ayudar al crecimiento del sector de los operadores, que no pueden seguir funcionando con técnicas de hace 30 años. Necesitan ponerse a la vanguardia con nuevos productos y técnicas de marketing".

Uno de los puntos fuertes de posible crecimiento para los operadores es el aprendizaje sobre la gestión de productos Office

Coffe Service (OCS) y su entrada en este mercado emergente, muy diferente al de la venta automática tradicional, lo que exige una puesta al día.

La idea es iniciar los programas de formación en Barcelona para luego pasar a abrir espacios de formación en Madrid, Bilbao y Sevilla.

Los responsables de formación de Vendomat ultiman este mes de abril el programa de acciones formativas que se impartirá en el aula de formación que se venía utilizando para el sector de la hostelería. El aula está en la sede barcelonesa de la firma.

El proyecto vending 24 horas Grab Go se extiende en Portugal

El proyecto de tiendas automáticas Grab Go 24 horas, impulsado por la empresa Nsol-Global Market Solutions, continúa su expansión en diferentes zonas de Portugal. La ciudad de Viseu tiene una tienda desde el pasado 27 de marzo. Grab Go 24 horas tiene en marcha un ambicioso proyecto para llevar espacios de vending 24 a todo Portugal y anunció el 2 de abril la apertura de un nuevo espacio en Guimarães. El proyecto,

que tiene cuatro años de existencia, es el resultado de la voluntad de superar algunas deficiencias en el campo de la distribución de productos a través de máquinas expendedoras. El sistema de franquicias es la fórmula elegida para la gestión y expansión por todo el país. Dentro de la amplia gama de máquinas y productos, estas tiendas, basadas en un concepto innovador de vending y distinta del vending tradicional, incluyen una gran cantidad de alimentos calientes como kebab, hamburguesas, perritos calientes y otras opciones que se consideraron su gran atractivo. La compañía estará presente en Expofranchise 2013, edición renovada y llena de novedades de la mayor plataforma de negocios de franquicias en Portugal, que tendrá lugar en el Centro de Congresos de Estoril bajo el lema de "oportunidades de negocio se crean" los días 24 y 25 de mayo.

vending school

TPC NETGRUP, más de 9 años formando en Vending

Cursos online con MATRÍCULA ABIERTA:

- MANIPULADOR DE ALIMENTOS, adaptado al Vending (con Certificado)
- GESTOR DE RUTAS / REPONEDOR
- TÉCNICO, de Nivel 1
- COMERCIALES DE VENDING
- SUPERVISOR **NUOVO**

Formación bonificable a través de la Fundación Tripartita.

Información en: www.vendingschool.net

info@vendingschool.net

Tel. 938 166 371 Fax 938 142 463

Formación especializada para empresas operadoras de Vending

Cursos:

PRESENCIALES • SEMI-PRESENCIALES • ON-LINE

Áreas:

OPERATIVA • COMERCIAL • SERVICIOS • GESTIÓN

NUEVAS FORMAS DE PAGO:

Nestlé y Kit Kat usan acciones interactivas de marketing online para ampliar su gama de sabores

Como ya sucedió el año pasado, debido a los buenos resultados y como parte de la estrategia que Nestlé ha puesto en marcha, surge de nuevo el concurso de Kit Kat Chunky para elegir un nuevo sabor. Uno de los productos con más tirón en máquinas vending pone a disposición de los usuarios y consumidores elegir la mejor forma de disfrutar del snack, del snacking, de la pausa más agradable.

Y todo a través de las redes sociales, como Facebook, que se ha puesto a disposición de los usuarios para aumentar la interactividad con la marca y utilizar recursos como Internet en espacios donde el vending sea protagonista.

Para este 2013, el concurso se inició el 15 de marzo, recordando todavía el éxito de los sabores ganadores el pasado año, chocolate blanco, mantequilla de cacahuete

o naranja, por ejemplo; y viendo cómo los candidatos que apuntan al éxito en esta edición son la menta o el coco. Lo más votado se añadirá a la gama de sabores del Kit Kat Chunky.

Muchas empresas continúan con esta labor de apego a los consumidores para estar más cerca de ellos, que sean las firmas las que respondan a las exigencias directas de los consumidores.

Con numerosos beneficios también para las empresas, este tipo de iniciativas reducirán los costes asociados a la realización de estudios de mercado, y crean una mayor familiaridad y proximidad a los consumidores; siendo más amable la percepción que le llegará al consumidor de las acciones de la firma, que más allá de los valores del producto en sí, son cada vez más tenidos en cuenta por los mencionados usuarios.

El sector del vending crecerá un 0,7% durante 2013

El sector del vending incrementará su volumen de negocio un 0,7% durante el año 2013, según un estudio de la consultora DBK. El Office Coffe Service tendrá mucho que ver con ese incremento del volumen de negocio.

Para los expertos, el incremento será superior al 0,7%, un dato alentador debido a que, en el escenario actual, hay algunos sectores que viven una situación similar. Gran parte de este éxito se debe, sobre todo, a las máquinas expendedoras de café, como se muestra en el estudio patrocinado por la consultora DBK, que considera que el mercado se mantendrá estable. Los ingresos derivados de la venta de máquinas de café ascendieron en 2011 a más de 2 millones de euros y las máquinas instaladas en Europa son actualmente 562.000 unidades..

Desde 1993 en la fabricación de máquinas, y con más de 250.000 máquinas vendidas en todo el mundo, podemos afirmar que nuestros productos satisfacen a los clientes más exigentes.

La solución café - office coffee

Fabricante de soluciones mini vending

- Económica, fácil mantenimiento
- Amortizable rápidamente
- Ocupa poco espacio
- Control del consumo de café

9 canales x 9 standar = 81 cápsulas

La solución perfecta para oficinas y empresas de 1 - 15 empleados

Posibilidad de personalización de grandes volúmenes, compatible con todo tipo de cápsulas

Producto especial para distribuidores

Modelo registrado ®

CLENPORT - Representações e Comércio de Brindes, Lda.

Zona Industrial da Farrapa - 4540-267 Chave Arouca - PORTUGAL

tel. +351 256 425 905 - fax +351 256 425 907 | empresa@clenport.com | www.clenport.com

Los proveedores de vending muestran la fortaleza del sector, con 600.000 máquinas instaladas y 30.000 empleados, en su potente campaña de promoción

PVA (Proveedores de Vending Asociados) ha comenzado su campaña de promoción del vending como sector que emerge con fuerza para ayudar a dinamizar la economía española.

Las cifras-fuerzas del sector son desconocidas para la sociedad, pero señalan el camino para su crecimiento en el mercado español. Así, son ya 600.000 las expendedoras instaladas en empresas y áreas públicas en nuestro país, lo que da trabajo a diario a 30.000 personas y está haciendo posible que 20 millones de usuarios consuman un variada gama de

productos gracias al canal de venta automática.

Un total de 300.000 máquinas son de alimentación (170.000 de bebidas calientes, 80.000 de bebidas frías y 50.000 de snacks) y crece día a día el consumo de productos saludables y bajos en grasas saturadas. Cada vez los españoles consumen más agua mineral, zumos naturales, yogures y frutas entregados en las expendedoras. Es la tendencia al vending saludable.

Juan José Mach, vicepresidente de PVA y director de Saeco para España y Portugal, explicó que "unos de los princi-

pales objetivos de PVA es la promoción del sector. En este sentido hemos editado en una primera fase un catálogo díptico para España y otro para Portugal, para aportar una visión del vending más positiva y real de la que se proyecta en algunas ocasiones".

Mach incidió en la importancia de "la calidad, la alimentación saludable y la sostenibilidad como ejes de promoción del sector, que contribuirá a general una mejor imagen del vending y a fomentar su desarrollo".

El Office Coffe Service (OCS), en pleno desarrollo en

los últimos tiempos, y las áreas públicas son dos líneas estratégicas de crecimiento del sector donde aún hay mucho camino por recorrer.

En España hay 6 máquinas de vending por cada 1000 habitantes, lo que contrasta con las 25 por 1000 de Estados Unidos y 40 por 1000 de Japón, pero también por detrás de países como el Reino Unido e Italia con 13 y 10 por mil.

Los lectores de Hostelvending pueden tener acceso al díptico completo en el desplegable que acompaña a cada ejemplar de la revista.

Una máquina solo entregará alimentos de la dieta seleccionada



La empresa asturiana Eureka Vending pondrá en el mercado en mayo una expendedora que solo entregará al usuario los alimentos previamente seleccionados para esa persona.

La nuevapendedora está enfocada a los comedores y servicios de catering, de forma que cada persona introducirá su tarjeta de usuario y, según lo que haya programado, se le entregarán los alimentos que puede tomar. De esta forma, nadie podrá pasarse tomando más grasas o calorías de las que tiene establecidas. El software estará administrado por un nutricionista, designado por la empresa que adquiera la máquina y la instale.

La solución tecnológica para el desarrollo de este nuevo producto de Eureka, llegó de la mano del programa informático instalado en las máquinas de EPIs (Equipos de Protección Individual) que la empresa comercializa hace un año y de los que ya se han instalado más de 50. "El programa informático lo hemos adaptado a la alimentación y está pensado para que los administre un nutricionista", explicó Ramón Menéndez, director comercial de Eureka Vending. El programa permite administrar los permisos de acceso a la máquina, imprimir listados, mantener los produc-

tos, extraer gráficos y dispone de una pantalla PTV para realizar entregas manuales de aquellos alimentos que no se pueden introducir en la máquina.

La iniciativa de desarrollar este producto, surgió porque "vimos que había una necesidad en el mercado de controlar los consumos y las ofertas alimenticias de calidad. Con esta expendedora, podemos garantizar que nadie se salte la dieta que está siguiendo".

Eureka Vending tiene su clientela distribuida entre España y América Latina y tiene previsto comercializar la nueva expendedora durante el mes de mayo por el sistema de renting. El precio de cada una de ellas será de 201 euros + IVA cada mes. Eureka es una empresa que trabaja de forma constante por la innovación y la apuesta por el servicio de vending 24 horas como complemento a comercios de referencia en barrios y pueblos. Su modelo es la puesta en marcha de franquicias de tiendas 24 horas, que ayudan a un emprendedor a crecer con este tipo de industria; y que también aumentan la capacidad de la empresa. De ahí que se ofrezcan dos modelos de negocio, para atraer cualquier tipo de proyecto emprendedor; y que se adapten a cada emplazamiento.

4 reglas para 1 buen café:

1 introducir la moneda

2 colocar el vaso



3 pulsar el botón

4 mover, lamer

y si apetece mordisquear

<<< las paletinas de



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

C/da Fondaco Valcorrente sn - 95032 Belgassa (GI)
Tel. +0039 95 7315140 - Fax +0039 95 7311358
www.giplastic.it - info@giplastic.it

SOLUCIONES AVANZADAS EN SISTEMAS DE PAGO

Sistemas de venta y control, s.l.

Av. Torre de la Vila, 5-7 Local 1
08830 Santí Boi de Llobregat
Barcelona - SPAIN

Tel. : +34 936 301 634
Mail: info@sistemasvc.com
Web: www.sistemasvc.com

Jofemar presentó su lector BT11 con detectores ópticos que rechazan las falsificaciones

Jofemar lanzó al mercado el pasado mes de marzo un nuevo lector; tecnológicamente avanzado, que acepta un mayor ratio de aceptación de billetes y rechaza las falsificaciones. El sistema realiza un completo scáner de las características de cualquier billete, lo que permite la comprobación de sus características.

El nuevo lector de billetes BT11 incluye un dispositivo diseñado con nueva tecnología de sensorización avanzada por medio de detectores ópticos, magnéticos e infrarrojos, que realizan lecturas tanto de la luz atravesada como la reflejada por el billete. Este lector es capaz de realizar un completo escáner de todas las características de los billetes, se complementa con una potente electrónica donde se encuentran almacenados los datos comparativos de cada billete con puntos y líneas claves para su validación. Es un sistema que asegura no solo el mayor ratio de aceptación de billetes legales sino el mejor rechazo de las falsificaciones.

Estéticamente, el BT11 destaca por su frontal iluminado por leds de alta visibilidad, con la posibilidad de seleccionar varias secuencias de destello a través de switches. En cualquier máquina vending o servicio al público se consigue una mayor identificación de la posibilidad de pago con billete mejorando así la rentabilidad del punto de venta.

INSTALACIÓN FÁCIL

Jofemar aseguró en la presentación de su nuevo producto, que "es el único fabricante que puede proporcionar soluciones completas en el mundo del vending, máquinas para la venta de cualquier tipo de producto y todos los accesorios tecnológicos para obtener el máximo rendimiento en cualquier punto de venta". Asimismo, detalló que "el lector de billetes BT11 se une a esta gama, tanto en máquinas Jofemar como utilizado para validar billetes en cualquier otro tipo de servicio al público resulta un lector ideal por su fiabilidad y su facilidad de instalación".

El nuevo producto está disponible en protocolo MDB y con varios modelos de estackers de distintas capacidades, se adapta

ESTÁ DISEÑADO CON UNA NUEVA TECNOLOGÍA DE SENSORIZACIÓN AVANZADA POR MEDIOS DE DETECTORES ÓPTICOS, MAGNÉTICOS E INFRARROJOS, QUE REALIZAN LECTURAS DE LA LUZ ATRAVESADA Y DE LA REFLEJADA EN TODOS LOS BILLETES QUE ESCANEA

perfectamente a las necesidades de cualquier servicio automático y su mecánica reforzada asegura su buen funcionamiento en condiciones extremas y sin averías.

LOS RETOS

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

En 2010, el J-2000 ya se comercializaba en más de 80 países, es el monedero de serie de todas las máquinas Jofemar y una opción muy escogida a la hora de incorporar un monedero en todo tipo de máquinas expendedoras. Permite configurar todos sus parámetros de llenado de tubos, tipo de devolución, aceptación, descuentos y muchas otras opciones para que la gestión del crédito se haga conforme a las necesidades de cada punto de venta.



Jofemar celebró hace tres años la venta de su unidad 500.000 del monedero compacto J-2000, el primer gestor de cambio para máquinas Vending en incorporar 5 tubos para la devolución de moneda. Los primeros prototipos fueron creados cuando la mayoría de monederos compactos no ofrecían la flexibilidad de cambio necesaria para países donde el pago con moneda era más habitual que el de billete. La aparición de un monedero capaz de gestionar la devolución de hasta 5 diferentes valores supuso un paso adelante en la gestión de pagos para máquinas vending.

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

Jofemar trabaja por ofrecer los mejores productos para el mercado vending, desde máquinas completas que mejoren y optimicen el rendimiento de cada localización a accesorios que faciliten la gestión de los operadores.

AEVending presenta nueva...



WEB & TIENDA ONLINE

Dinámica + Intuitiva + noticias + Novedades + Ofertas + Promociones + Productos + Artículos Outlet y... ¡mucho más!

Somos tu proveedor en un click
¡entra ya!

www.aevending.com



Accede a tu sesión y revisa tus pedidos, albaranes y facturas, así como tu propia tarifa

Vending Modular lanza el sistema de pagos Shopmatik que completa su expendedora de EPIS

La empresa vasca Vending Modular, que lleva varios años comercializando sus expendedoras Gesmatik, creadas para racionalizar y optimizar la gestión de consumibles industriales, ha iniciado el año 2013 con fuerza lanzando el sistema de ventas con monedero llamado Shopmatik diseñado para todo tipo de productos. El arranque en esta nuevo reto empresarial se produjo en el primer trimestre de este año con la instalación de dos máquinas de venta de material de oficinas con el citado sistema en dos universidades y dos puntos de venta de artículos infantiles de alta rotación.

Fuentes de la compañía adelantaron que "en previsión de una buena cobertura geográfica y soporte técnico cercano en toda la geografía española e italiana el pasado mes de enero hemos establecido un acuerdo de colaboración con Vendomat, como distribuidor autorizado".

A la nueva línea de negocio se llega después de que el mercado, integrado por industrias del metal, aeronáutica, automoción, industria alimentaria y en general todo tipo de sectores que impliquen una producción y requieran por tanto de elementos de protección, demandara un módulo de pago para convertir el sistema de extracción en una máquina de vending.

CIENT MÁQUINAS

Vending Modular tiene instaladas alrededor de 100 máquinas en gran parte de la geografía peninsular, Canarias y Baleares, facilitando equipos de protección individual como cascos, guantes y otros a numerosas plantillas de trabajadores del mundo industrial. La experiencia de uso resultó positiva por la exposición de los artículos, su fácil manejo y capacidad de almacenamiento, pero las empresas demandaron un sistema de pago que acabara con la tecnología de máquinas espirales. "Finalmente, hemos creado Shopmatik, que se basa en un sistema software que permite una monitorización en remoto, de forma que acabamos con las inspecciones visuales de preventa en los establecimientos comerciales porque el reponedor conoce desde su ordenador el nivel de existencia de los productos en sus máquinas y puede organizar cómodamente



la reposición y optimizar sus ventas".

Por otra parte, desde el lanzamiento de Gestmatik en la sede de Vending Modular en el Parque Tecnológico de Vitoria en 2008, la industria está utilizando los informes de Gestmatik para acreditar la entrega de EPIS a sus operarios y así poder cumplir con la ley de seguridad en el trabajo. Antes este proceso requería emisión de firmas y albaranes de entrega y por lo tanto restaba tiempo a otras tareas.

Los trabajadores de la industria, además, encontraron en esta máquina expendedora de EPIS la posibilidad de tener a mano cascos de protección de hasta una esfera de 200mm de diámetro, soportando cada extractor de un peso de hasta 10 kilogramos. Vending Modular asegura que "no existe en el mundo ningún sistema de vending capaz de trabajar con un rango tan amplio de volúmenes y pesos".

Otra vía de desarrollo es la de la gestión de consumibles de papelería o suministros de material de oficina, en empresas de ser-

vicios y administraciones públicas, que están en estos momentos muy preocupadas en recortar sus gastos corrientes.

TARJETAS IDENTIFICATIVAS

La extracción del producto requiere una identificación del usuario a través de una tarjeta o código logrando una trazabilidad plena de quién cuándo y qué producto ha extraído. La máquina es accesible remotamente para el proveedor, que sabe cuándo ha de reponer el producto. Se pone fin al problema de roturas de stock y queda eliminada la gestión de pedidos por parte de la empresa. Por último, la definición de permisos es exhaustiva: a través del software, los responsables de la empresa pueden limitar usuarios, otorgar autorizaciones de extracción por tipo de productos y limitar el número de unidades máximas a extraer en un periodo de tiempo. El cliente puede modificar dichos permisos cuando lo desee y adaptarlo a las necesidades que tenga en cada momento.

LA DIFERENCIA ES NECTA



SOLO CANTO TOUCH PUEDE OFRECERTE TODO LO QUE DESEAS: PANTALLA TÁCTIL, AMPLIA GAMA DE SELECCIONES Y PERSONALIZACIONES ADEMÁS DE UNA EXCELENTE CALIDAD EN LA PREPARACIÓN DE CADA BEBIDA.

Basta con probarlo para apreciar la diferencia. Preparación de bebidas atendiendo a los gustos del cliente, como en una cafetería. Diseño de pantalla llamativa e intuitiva. Un verdadero distribuidor de servicios dedicado al usuario final. Canto Touch: un verdadero placer para los sentidos.

NECTA

ES UN MARCO DE **N&W**

www.nwglobalvending.es

El vending se prepara para adaptar sus máquinas al nuevo billete de 5 euros que circulará en mayo

El Banco de España pone en circulación el 2 de mayo un nuevo billete de cinco euros, un cambio que afecta directamente al mundo de la venta automática, ya que son 600.000 las máquinas expendedoras que hay instaladas en España y tienen que adaptarse a este importante cambio.

Hostelvending ha podido comprobar como los diferentes agentes del sector trabajan intensamente para que los lectores de billetes de las máquinas estén perfectamente preparados cuando dentro de unas semanas los consumidores soliciten un café o un refresco e introduzcan el nuevo billete para obtener su producto.

El presidente del Banco Central Europeo, Mario Draghi, anunció el pasado mes de enero que el próximo mes de mayo comenzará a circular el nuevo billete de 5 euros, perteneciente a la llamada serie Europa de billetes de la Unión Europea. Los nuevos billetes incorporan elementos mejorados que integran avances en el ámbito de la seguridad y tecnología. El cambio obliga a todos los fabricantes de lectores de billetes que operan en el sector de la venta automática a hacer modificaciones en sus dispositivos para que estos reconozcan las nuevas características de seguridad y diseño.

COGES

La firma Coges ha sido una de las primeras en ponerse al día con el lanzamiento de su lector Lithos, que superó la prueba de homologación del Banco Central Europeo y está a disposición de todos los operadores que deseen adquirirlo desde hace varias semanas.

Coges ha informado de que este resultado se ha logrado gracias a "la alta precisión del sistema óptico con el que está equipado el lector Lithos; de hecho, se adquieren 9 señales ópticas de toda la superficie del billete para garantizar un reconocimiento preciso y una comparación exacta con las bases de datos propietarias. Lithos está provisto también de ópticas separadas dedicadas específicamente a reconocer la inserción del billete y de un sistema óptico antifishing para impedir la recuperación del billete insertado".

Fuentes de la empresa indicaron que



EMPRESAS COMO
INNOVATIC TECHNOLOGY
FACILITAN KITS DE
PROGRAMACIÓN A
LOS OPERADORES DE
VENDING Y OTRAS
IMPARTEN FORMACIÓN
PARA EL MANEJO DE
LAS EXPENDEDORAS YA
ADAPTADAS

"Lithos ha sido diseñado para brindar facilidad de instalación y mantenimiento y una gran versatilidad de uso, junto a la más alta calidad y resistencia de los materiales".

Por otra parte, diferentes fabricantes consultados por Hostelvending explicaron que en estos momentos se encuentran en un proceso de asesoramiento a sus distribuidores para que sepan transmitir a los clientes los pasos que tienen que dar en el proceso de adaptación de sus dispensadores al nuevo billete.

Cada fabricante está tomando su decisión sobre las posibilidades de modificar ellos los dispensadores de las máquinas de sus clientes operadores o facilitarles a estos el software preciso para ejecutar esa operación, que por otro lado, no presenta mucha dificultad. Innovatic Technology, una firma que oferta un catálogo de seis tipos de validadores de billetes, colgó en su web los archivos informáticos con acceso a dos tipos de kits para hacer los cambios necesarios.

KITS PARA OPERADORES

El empresario Jenis Cata explicó que "tenemos el kit de programación DA2, que

muchos operadores ya tienen y que se activa en los ordenadores y transfiere a los lectores de billetes la información sobre el sistema operativo. Esto lo están haciendo en sus oficinas".

Por otro lado, Cata detalla que su empresa está distribuyendo el DA3kit para que los operadores lo entreguen a los responsables de cada ruta de mantenimiento y reposición de productos en sus parques de expendedoras. Este kit, se coloca en el cableado de la máquina y se enciende mediante un interruptor que enciende un sistema de luces que van informando del proceso. Cata explicó que su entrada como proveedor de servicios al mundo del vending es reciente y se centra, sobre todo, en las máquinas de tabaco. "Estamos empezando a trabajar y cada vez nos piden más los lectores. Vamos a entrar en las bebidas y snacks. De cara a Vendibérica, queremos presentar lectores de billetes y otras novedades para el sector".

Innovatic Technology tiene una fuerte implantación en el mundo del juego, donde sus lectores están distribuidos en nada menos que 100.000 máquinas.

CONTADORAS DE BILLETES

Otro sector de empresas afectadas por el cambio es el de las que comercializan máquinas contadoras de billetes. Mecavam, que las importa de otros países, es una de ellas. Su responsable, Jorge Hidalgo, explica que "en la medida de lo posible esa operación la vamos a hacer nosotros y, no tanto por cobrar un servicio, si no porque si les entregamos un software y luego nos quieren hacer consultas sobre su instalación no vamos a dar a basto, sería inabarcable".

Mecavam vende máquinas que clasifica billetes no mezclados de 10, 20 y 50 y no será necesario hacer cambios en ellas, pero también comercializa otras en las que se introducen billetes de 5, 20 y 50 mezclados y son separados en el conteo. En cualquier caso, son 4.500 las máquinas de contar billetes que esta empresa tiene distribuidas en los sectores del juego y el vending y, por lo tanto, será un trabajo importante el que tendrán que hacer sus trabajadores. Otra gran parte de la clientela de esta compañía son las entidades bancarias de nuestro país. En el caso del juego, Hidalgo explica que "ahí tenemos menos máquinas de billetes que de monedas, pero la actualización es sencilla aunque la debe hacer un técnico. Lo que si puede hacer el cliente es detectar los billetes falsos".

Elementos de seguridad



El Banco Central Europeo ha incorporado diversos elementos de seguridad a todos los billetes en euros para protegerlos contra la falsificación, entre ellos a los nuevos de cinco euros. La autenticidad de un billete en euros de cualquiera de las dos series -la antigua y la nueva- es fácil de verificar utilizando el sencillo método de tocar, mirar y girar.

De forma específica, el nuevo billete, de la serie Europa, incluye otras características que refuerzan su seguridad que son las propiedades bajo una luz ultravioleta estándar y las propiedades bajo una luz ultravioleta especial (UV-C).

Bajo una luz infrarroja, en el anverso del billete solo permanecen visibles el número verde esmeralda, el lado derecho de la imagen principal y la banda plateada. En el reverso, solo son visibles la cifra que indica el valor del billete y el número de serie dispuesto en horizontal.

En cuanto al microtexto, algunas zonas del billete muestran una serie de caracteres de tamaño reducido. Esta microimpresión puede leerse con una lupa. Los caracteres no son borrosos sino nítidos.

Bajo una luz ultravioleta estándar (anverso), el papel del billete no resplandece, es decir, no emite luz y está oscuro. Además, se aprecian pequeñas fibras embebidas en el papel. Cada fibra se compone de tres colores: las estrellas de la bandera de la UE, los círculos pequeños y las estrellas grandes resplandecen en amarillo y algunas otras zonas también resplandecen en amarillo.

Por último, las propiedades del reverso bajo una luz ultravioleta son: el papel del billete no resplandece, es decir, no emite luz y está oscuro, se aprecian pequeñas fibras embebidas en el papel, y cada fibra se compone de tres colores. En el centro del billete resplandecen en verde un cuarto de círculo y algunas otras zonas. El número de serie dispuesto en horizontal y la banda iridiscente aparecen en rojo.

El BCE y los bancos centrales nacionales (BCN) del Eurosistema son responsables de la integridad de los billetes en euros. En consecuencia, han desarrollado una segunda serie de billetes, la serie Europa, con elementos de seguridad mejorados que contribuirán a incrementar su seguridad y a preservar la confianza del público en nuestra moneda.

ADELANTARSE A FALSIFICADORES

Los nuevos billetes en euros se benefician de estos avances en el ámbito de la tecnología de billetes, ofreciendo una protección mayor contra la acción de los falsificadores. De acuerdo con la estrategia de investigación y desarrollo del Eurosistema, los billetes han de «defenderse por sí solos», dificultando así la labor de los falsificadores. Las entidades de crédito, los profesionales que manejan efectivo y los ciudadanos deben ser capaces de reconocer billetes falsos y, de este modo, contribuir a la estrategia de lucha contra la falsificación implantada por el Eurosistema en la zona euro.

La cultura del café entra con fuerza en el vending



EL OFFICE COFFEE SERVICE APARECE EN EL PANORAMA DE LA VENTA AUTOMÁTICA Y DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS A EMPRESAS EN GENERAL COMO UNA LÍNEA DE NEGOCIO CLAVE EN ESTE AÑO 2013. LA COSTUMBRE MUY ESPAÑOLA DE HACER UNA PAUSA EN LA JORNADA LABORAL PARA TOMAR CAFÉ ENCUENTRA HOY UNA OFERTA DIVERSA EN TIPOS CAFÉ DE CALIDAD, MARCAS Y MÁQUINAS.

EDEL SPRINGS VIENE APOSTANDO FUERTE POR LOS SERVICIOS DE AGUA Y CAFÉ A LAS EMPRESAS Y HA ENCONTRADO EN LAVAZZA EL ALIADO IDEAL QUE LE PERMITE TENER UN SOLO PROVEEDOR PARA DOS PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO HOY DÍA

Por otra parte, la oferta de productos como los snacks y el agua mineral ofrecen una complementariedad muy interesante para las empresas que comercializan el OCS y particularmente la comunión agua-café. En el número anterior de esta revista, Sergio Pérez, presidente de la Asociación Europea Water Coolers, destacó la cercanía y sinergia de la distribución de agua con otros productos que se venden en las máquinas. "El vending siempre tiene la opción de las máquinas multioferta", señaló.

dispensadoras, también conocidas como coolers, que ofrecen tanto agua fría como caliente según el modelo. De hecho el éxito en este producto ha hecho que lancemos, en verano del 2012, este mismo servicio pero en formato mini; botellas de 11 litros y fuentes más pequeñas para hogares. La verdad es que estamos muy contentos del resultado de la campaña. Además de ofrecer agua mineral disponemos también de fuentes de filtración y osmosis inversa que están bastante solicitadas".

UN SOLO PROVEEDOR

Grandes corporaciones como Eden Springs pusieron el foco de su estrategia empresarial en el OCS ya en 2009 con la ayuda de Lavazza. La idea estaba clara. Se trataba de unir los dos productos de mayor consumo como son el agua y el café en una sola empresa distribuidora que genere un solo proveedor y una sola factura al cliente.

Cuatro años después, fuentes de Eden Springs explican cuáles son sus prioridades. "Nuestro producto estrella es el agua mineral natural en formato de 18.9 litros para oficinas. La servimos con fuentes

La apuesta de Eden Springs por esta línea de negocio queda clara en el impulso a la cultura del café en el seno de su organización con la formación específica a sus trabajadores. "Quizás de lo que estamos más orgullosos es de nuestra marca propia de café, Edenissimo. La servimos en cápsulas disponible en 5 blends de café italiano distintos, uno para cada momento del día, incluyendo un blend de descafeinado y otro de lungo, para los amantes del café largo".

La gama de servicios OCS se completa con la máquina Cooler Smile, una nueva dispensadora de agua mineral lanzada al mercado en los primeros meses de 2013, que cuenta con tres programas ecológicos inteligentes y unos segmentos de consumidores muy definidos, como son las empresas, las familias sin niños y las familias con niños.

EL SERVICIO DE CAFÉ EN LAS EMPRESAS SE ABRE PASO COMO TENDENCIA EN ESPAÑA, UN PAÍS CON UNA SÓLIDA CULTURA CAFETERA. LAS CIFRAS DE CONSUMO MEDIO POR HABITANTE SON DE 0,8 AL DÍA FRENTE A LOS 0,4 DE LOS

SNACKS. NESPRESSO PROMOCIONA EL CONSUMO DE CAFÉ CEDIENDO MÁQUINAS PROFESIONALES A GRUPOS DE EMPLEADOS EN LAS EMPRESAS. PYMES COMO CLENPORT SE ESFUERZAN EN INNOVAR ADAPTANDO SUS EXPENDEDORAS A LAS CÁPSULAS DE CINCO MARCAS DIFERENTES.

El Office Coffee aparece en el panorama de la venta automática y de la prestación de servicios a empresas en general como una línea de negocio clave durante este año 2013. La costumbre muy española de hacer una pausa en la jornada laboral para tomar café encuen-

tra hoy una oferta diversa en tipos de café de calidad, marcas y máquinas gracias a la alianza entre las grandes marcas y el vending.



El sistema del Cooler Smile es muy atractivo, desde el punto de vista de la eficiencia energética, ya que permite el ahorro de un 30% respecto a otras máquinas. Eden Springs ha apostado por un cooler más higiénico, ya que los grifos están a una distancia prudencial del agua, además de disponer de espacio suficiente como para rellenar jarras y pequeñas botellas de agua.

El equipo de Edel se despliegan en responsables de cuentas para grandes empresas y corporaciones, agentes de televentas para nuevos clientes, especial-

mente pymes y empleados de atención al cliente y repartidores para seguir la pista a la satisfacción del consumidor. Las estrategias de marketing on line, se dirigen a captar clientela entre particulares.

AUTOEMPLEO

Además de estar presente en las grandes empresas, pymes, despachos profesionales y particulares, Hostelvending planteó las posibilidades de entrar en nuevos segmentos de mercado que pueden surgir a consecuencia de la prolongada crisis económica y la apuesta de muchas

personas por el autoempleo o por compartir espacios de coworking entre emprendedores y profesionales. "Nos llena de optimismo, ver como, pese a la situación actual, las personas luchan por seguir adelante, ese es el paso más importante de todos para generar trabajo y desarrollo en nuestro país. Como empresa proveedora de servicios, es por supuesto una muy buena noticia, empezamos a ver algo de luz. Nosotros nos debemos a todos tipo de empresas, ya sean grandes corporaciones como pequeños negocios y por

tanto los consideramos como una oportunidad de venta más".

Si entramos en las posibilidades de nichos de mercado en el OCS, está el amplio mundo de la hostelería, la restauración y las empresas de servicios turísticos en general donde este servicio tiene mucho margen para el crecimiento. En esta



importante área económica, menos dañada por la recesión, se mueve como pez en el agua Nespresso. Grupos hoteleros como Relais Chateaux o SAS Radison confían en esta marca como proveedora exclusiva de café en 170 hoteles y complejos turísticos en 48 países de varios continentes.

que se presentan acompañas de chocolatinas, lo que promueve "el uso y consumo y potencia aún más la motivación y satisfacción de los empleados".

Las estrategias para llevar el café a los nuevos centros de trabajo y a los existentes son variadas. Las máquinas de café se adaptan a despachos, salas de conferencias y los denominados



CADENAS HOTELERAS

Nespresso presta servicios a cadenas como AC y Barceló Hotel Resorts y está presente en la naviera Balearia. Además, establece alianzas con chefs y sumillers dentro del mundo de la alta gastronomía lo que le permite tener una implantación importante en ese sector.

La apuesta de esta compañía por el consumo de café en los centros de trabajo pasa por "adaptarse a las demandas y necesidades de las empresas y ofrecer experiencias de trabajo, Nespresso organiza un N-Day en oficinas de empresas. El evento consiste en ofertar café de manera gratuita a los empleados de una organización en el espacio donde se ubicará la máquina Nespresso elegida por el cliente. La compañía comunica la novedad a sus trabajadores e invita a descubrir las diferentes variedades de café,

NESPRESSO CREA COMUNIDADES DE CAFÉ FORMADAS POR 10 EMPLEADOS DE UNA EMPRESA A LOS QUE SE CEDE UNA MÁQUINA A CAMBIO DE UN CONSUMO MÍNIMO

rincones del café.

Otra original iniciativa es la promoción de Coffe Comunities o Comunidades de Café formados por grupos de 10 a 20 empleados interesados en adquirir café Nespresso para su empresa. En estos casos, se les cede una máquina de gama pro-

Clenport lanza al mercado máquinas adaptadas a los tipos de cápsulas de las grandes cinco marcas de café



El crecimiento del negocio del servicio de café a las empresas tiene tanto futuro que oferta oportunidades para todo tipo de fabricantes, operadores y distribuidores independientemente del tamaño de sus compañías. Un buen ejemplo de ello es el fabricante Clenport que ha lanzado al mercado cinco máquinas de cápsulas de café de otras tantas marcas después de un intenso proceso de diseño, desarrollo y pruebas. La larga experiencia y conocimiento acumulado después de seis años de producción como fabricante de productos de mini-vending con las expendedoras para Sal y Sol y Pringle, le ha permitido romper con la obligatoriedad que supone para cual-

quier cliente o profesional que quiera tener un buen café en su oficina, tener que recurrir a una máquina diseñada por grandes corporaciones que obliga a usar sus cápsulas de café en expendedoras diseñadas ex profeso.

Hace unos años, Clenport inició una etapa de investigación y desarrollo en su factoría de Portugal buscando como resultado el diseño de una máquina expendedora para cápsulas de café. Durante el desarrollo del proyecto, según explicó Miguel Fernández, propietario de Clenport, "vimos que cada marca de café produce sus cápsulas a tamaño diferente, a veces por milímetros, para que solo sean compatibles con sus máquinas. Finalmente, aprovechamos el 90% de los componentes de las expendedoras de Sal y Sol y Pringle para adaptarlas a las cinco marcas y hacer cinco máquinas diferentes".

El desarrollo comenzó con Lavazza, pero luego se extendió a investigar la mejor forma de adaptación a las otras marcas.

Fernández destacó "la fiabilidad" que tienen las máquinas para los operadores,

la funcionalidad para el cliente y la agilidad de los monederos de pago incorporados, lo que facilita mucho el trabajo de los primeros al no tener que estar pendientes de un trabajador que se encargue en cada empresa del pago de los cafés. Asimismo, los esfuerzos en el desarrollo del producto se centraron en hacer testeos sobre la seguridad al comprobar los intentos de destrozos y robos que se producían en las pruebas. Concretamente, se hicieron ensayos en un taller, una peluquería de señoras y un despacho de abogados. "Dedicamos mucho tiempo a probar las máquinas y sus monederos, después de comprobar que hay gente que intenta romperlas para robar el dinero. Finalmente, hemos acabado diseñando cinco máquinas, adaptadas a las cápsulas de café de cada marca. Son modelos que no ocupan muchos espacios y solucionan todo".

"Es innegable el parecido entre todas ellas porque las dimensiones externas, la modularidad (podemos aumentar o disminuir pisos y por tanto la capacidad), pero los monederos, el diseño y el concepto son comunes", añadió Fernández.

illy colabora con Sistemas de Venta y Control en España y Portugal para dotar de sistemas de pago a las OCS de Itaca

La colaboración entre illycaffè y la empresa española Sistemas de Venta y Control ha permitido poner en el mercado una solución en el sistema de pago electrónico mediante Módulo con Selector y Módulo con Giody en sus máquinas Mitaca para el canal OCS. illy buscó un socio que le ofreciera su mismo nivel de calidad y servicio, para la realización e incorporación de un sistema de pago adecuado al mecanismo electrónico de toda la gama de máquinas Mitaca y finalmente encontró la sinergia con esta compañía española que opera en nuestro país y en Portugal. Los dos módulos de pago destacan por la usabilidad de la máquina gracias a la conexión plug and play, una función que permite la actuación sobre la electrónica de programación en condiciones similares a cuando la máquina funciona sin el sistema de pago instalado, lo cual facilita las actuaciones de servicio y asistencia técnica de mantenimiento.

Las características del Módulo con Selector son compatibilidad con toda la gama I3, Cubo e I6, posibilidad de personalizar los mensajes en el display, respetar los ciclos de lavado automático de la máquina, conexión plug and play, posibilidad de extraer la contabilidad EVA-DTS por infrarrojos, de programar precios a pie de máquina sin necesidad de un programador externo y de habilitar y deshabilitar monedas a pie de máquina sin tener que instalar un programador externo.

El segundo de los módulos, el Giody, también es compatible con toda la gama I3, Cubo e I6, dispone de sistema cashless con grandes prestaciones de venta promocional, respeta los ciclos de lavado automático de la máquina, conexión plug and play y posibilidad de extraer la contabilidad EVA-DTS mediante llave especial de contabilidad. Además, destaca la función del sistema cashless, que hace posible que el usuario diseñe y programe descuentos especiales y promociones de venta.

Los modelos de máquinas Mitaca con los que se han probado estos módulos de pago son el modelo el Mitaca i3, que utiliza el sistema de cápsulas I-Espresso Systyem de illycaffè y ofrece una amplia gama de soluciones para todas las exigencias funcionales y de presentación.

Para el consumidor final, estas máquinas con módulo de pago ofrecen la oportunidad de preparar té, café e infusiones. El modelo Mitaca i6 también utiliza las cápsulas de café illy I-Espresso Systyem y ofrece 12 preparaciones distintas, entre las cuáles están el chocolate o el té.



fesional Zenius a cambio de un consumo mínimo. Fuentes de Nespresso aseguran que “esta iniciativa ha crecido considerablemente en muy pocos meses, puesto que son muchos los empleados que solicitan este servicio”.

Además, de las destinadas a la hostelería, Nespresso comercializa una gama de hasta siete máquinas con variados diseños y funciones para calentar el agua, servir cafés con leche, lüngos, capuccinos y todos ellos con altas exigencias de calidad que se buscan desde la selección del grano hasta su servicio en la taza.

Dos de ellas, la Pixie Steel Lines y Pixie Steels Docs han sido lanzadas al mercado el pasado mes de marzo. La marca presenta sus nuevas máquinas como algo más que un simple equipo de elaboración del café. Están creadas con un diseño ergonómico y se adaptan a

espacios de dimensiones reducidas. Se presentan como “un verdadero elemento de decoración y refinamiento en una apuesta continua por la innovación y el diseño. Hemos estado continuamente mejorando y reinventando el modo de consumir el café. Las máquinas Nespresso están específicamente diseñadas para complementar y mejorar el aroma, el sabor de la crema y café Nespresso cápsulas Grands Crus”, comentó Francisco Nogueira, Director General Nespresso Portugal.

OPCIONES DE GESTIÓN

Los primeros modelos de la gama Pixie, cuyos orígenes se remontan a 2011, se ganaron la simpatía y popularidad entre los consumidores. Algunas de sus características más importantes son la velocidad, el uso intuitivo, el diseño industrial y minimalista. No menos importante es su avanzada tecnología miniaturiza-

SE HA PASADO DE LA VENTA DE PRODUCTOS A UN SERVICIO COMPLETO QUE INCLUYE EL CAFÉ, LAS CÁPSULAS Y EL MANTENIMIENTO DE LA MÁQUINA

da, que garantiza un tiempo de calentamiento de menos de 30 segundos

Por otro lado, esta compañía es una de las que trabaja intensamente por mejorar los modelos de negocio en el sector que, poco a poco, por la exigencia de los consumidores y las necesidades de las empresas, dejan a un lado la venta estricta del pro-

ducto para pasar a ofertar toda una serie de servicios B2B o servicios a empresas. No pocos operadores de la venta automática han fracasado por limitarse a vender sus máquinas, instalarlas y dejarlas en manos del cliente que muchas veces queda sin un servicio de mantenimiento adecuado o se enfrenta a duras dificultades para encontrar piezas de repuesto de una máquina averiada.

ATENCIÓN 24 HORAS

Nespresso posee un servicio de atención al cliente 24 horas con servicio técnico y actualmente ofrece una máquina de sustitución cuando se procede a reparar la que está averiada. Además, las fórmulas de adquisición de las máquinas son flexibles y facilitan a las empresas y sus empleados poder crear un ambiente de consumo de café por medio de tres modalidades. Tienen la posibilidad de instalar

gratuitamente una máquina con un consumo mensual de café prefijado y disponibilidad de servicios de limpieza y mantenimiento. También pueden comprar la expendedora y acordar un precio para el suministro y venta de café. Por último, existe la fórmula del renting o alquiler de la máquina por un tiempo y compra de las cápsulas para el consumo.

Si se trata de servicios al sector profesional, la oferta presenta ocho variedades de café diferentes según la intensidad del sabor y el tamaño de la taza.

LA HERMANITA POBRE

El conocimiento público del OCS en las empresas españolas, la familiaridad de ellos con este servicio tan ligado a la tradicional pausa para tomar el café, es una opción por desarrollar en estos momentos. Como destaca Javier García, director comercial de Vendomat, el distribuidor exclusivo de Lavazza para España, “todavía se tiene al OCS como la hermanita pobre del vending” y ve opciones de negocio en las nuevas modalidades de empleo y autoempleo mencionadas anteriormente. “El vending cautivo está saturado en las empresas de más de veinte trabajadores, pero toda empresa que se cree con cinco o seis empleados es ideal para el OCS”, señala.

La visión del mercado que ofrece este directivo dibuja un panorama con amplios espacios para crecer; toda vez que “un 30% de las compañías no tienen máquina de café y la gente va al bar; otro 20 o 25% usa neveritas y productos de supermercados. Hay un 50% para desarrollar el mercado”.

Por otra parte, Javier García señala que “es un error que la mayoría de los operadores no trabajen el OCS” y plantea la necesidad de que estos alcancen una mayor profesionalización. En esa línea, Vendomat

Nespresso homenajea a Trieste y Napoles con sus dos nuevas variedades de café

Nespresso mantiene su continuo afán por sorprender y complacer a los amantes del café gourmet y, en especial, a los socios del Club Nespresso, ofreciéndoles variedades únicas de café que revelen nuevas experiencias para los sentidos. Esta primavera, Nespresso se ha inspirado en la excepcional y variada cultura del café presente en Italia y ha decidido homenajear a dos singulares ciudades: Trieste y Nápoles. Dos ciudades que comparten su pasión por el mejor café gourmet y que han desarrollado culturas diferentes en torno al mismo.

Los Grands Crus Limited Edition Trieste y Napoli, dos cafés únicos y contrapuestos, constituyen la interpretación que Nespresso ofrece de estas dos marcadas culturas del café. Ambas han estado disponibles por tiempo limitado hasta el 8 de abril de 2013.

El Grand Cru Limited Edition Trieste de Nespresso es un reflejo de la rica y variada experiencia cultural que ofrece la ciudad de Trieste. Ubicada en el eje donde confluyen las culturas italiana, germánica y eslava, la ciudad de Trieste y su arquitectura neoclásica evocan la grandeza de la dinastía Habsburgo, que llegó a regir el Sacro Imperio Romano. Como entrada principal a una de las primeras potencias históricas, el Imperio Austrohúngaro, todo el café verde destinado a Viena pasaba antes por Trieste.

De hecho, la mezcla de culturas de su puerto, se ve representada en la manera en que los habitantes de Trieste toman café. En esta ciudad, el café se toma tanto con leche como sin ella, largo y corto. Un hecho que demuestra hasta qué punto el café ocupa un lugar especial



en esta ciudad, es que sus habitantes han llegado a desarrollar incluso un lenguaje específico para las distintas maneras de degustar el café: el “nero” es un espresso, el “capo” lleva unas gotas de leche y el café que se sirve en vaso, en lugar de la típica taza de porcelana, es un “capo in b”. La interpretación que Nespresso hace de la ciudad de Trieste es la de un café caracterizado por una textura equilibrada con notas de chocolate y avellanas frescas y un toque afrutado que resalta la sutileza de este café.

Las sofisticadas cafeterías de la Piazza dell'Unità d'Italia, punto de encuentro de la aristocracia adinerada de la ciudad, fueron también afamados lugares de reunión de intelectuales que debatían sobre asuntos filosóficos y culturales. Incluso hoy en día, las cafeterías de Trieste son famosas como locales de actividad intelectual y creativa.

Trieste, el Grand Cru Limited Edition de Nespresso, es una delicada mezcla de granos de Arábicas que se caracteriza por una textura equilibrada con notas de chocolate y avellanas frescas. Sus refrescantes notas afrutadas resaltan la excepcio-

nal sutileza de este café.

El Limited Edition Trieste posee un nivel de intensidad de 9 y la mejor manera de disfrutarlo es como ristretto (25 ml). Para los auténticos amantes del café con leche, el Grand Cru Trieste revela otro aspecto de su especial carácter al servirlo como Cappuccino.

Nápoles es un coloso cuyos tesoros culturales forman parte de la historia de Europa, además de ser una efervescente ciudad de Italia. El café ocupa allí un lugar especial, ya que desde finales del siglo XVII ha sido sinónimo de hospitalidad, amistad y momentos felices compartidos en familia. Es la ciudad donde se inventó el primer aparato para preparar café: la caffettiera napoletana. Gracias a esto, el café pasó de ser una bebida aristocrática que se disfrutaba en las cafeterías, a convertirse en un placer doméstico.

Para los napolitanos sólo hay una forma de tomar el café: corto y negro, una fuerte sacudida a los sentidos, como la propia ciudad de Nápoles. “Caffè” es la palabra que usan para pedir lo que los demás llaman “espresso”. La interpretación que Nespresso ofrece del concentrado “oro negro” de Nápoles es un café de gran intensidad y un cuerpo con sutiles notas ahumadas y aroma de madera.

Napoli, el Grand Cru Limited Edition de Nespresso, es una mezcla de granos de Arábicas con un toque de Robusta. Atrevido y enérgico y de cuerpo denso, se caracteriza por sus notas ahumadas. Su aroma evoca un perfume a hojas secas de té negro. El Limited Edition Napoli tiene un nivel de intensidad de 11 y la mejor manera de disfrutarlo es como ristretto (25 ml).

pone en marcha este mes de abril un centro de formación dedicado exclusivamente a los operadores de vending. La compañía está ultimando la puesta en marcha de su training center en Barcelona, una sala de formación que pretende dar un asesoramiento integral a los operadores para ayudar a crecer profesionalmente al sector. El programa de formación que se impartirá incluye asesoramiento técnico sobre sistemas de pago, gestión económica sobre las rutas de distribución y como potenciar la rentabilidad de las máquinas, técnicas de marketing y asesoramiento financiero. Se trata de facilitarles conocimientos sobre esas cuatro grandes áreas de gestión empresarial.

"El objetivo es ayudar al crecimiento del sector de los operadores, que no pueden seguir funcionando con técnicas de hace 30 años. Necesitan ponerse a la vanguardia con nuevos productos y técnicas de marketing".

Uno de los puntos fuertes de posible crecimiento para los operadores es el aprendizaje sobre la gestión de productos Office Coffe Service (OCS) y su entrada en este mercado emergente, muy diferente al de la venta automática tradicional, lo que exige una puesta al día. La idea es iniciar los programas de formación en Barcelona para luego pasar a abrir espacios de formación en Madrid, Bilbao y Sevilla.

La promoción de las pausas para tomar café vía OCS como servicio que crea bienestar en los empleados, contribuye a su socialización y mejora la productividad va a ser la llave maestra de un mercado que poco a poco se irá abriendo como ya lo ha hecho en las propias empresas de la venta automática. "En las firmas relacionadas con el vending, curiosamente, los consumos son cuatro o cinco veces mayores que en las de otros

sectores, como es el caso del nuestro de Vendomat", revela García.



En cualquier caso, en un análisis del consumo de productos de expendedoras en España, se observa que la media de los snacks es de 0,4 al día por persona frente a los 0,8 de café al día. Aunque en Italia ese consumo es del doble, la cultura cafetera de la sociedad española favorece su crecimiento. Esto ha crecido mucho en Alemania y aquí estoy convencido de que va a incrementarse también".

Al hablar de promoción con este responsable de Vendomat, surge el mundo de las redes sociales. "El OCS tiene un coste comercial mayor que el del vending tradicional, pero tenemos internet y las redes sociales en el que se pueden hacer muchas cosas sin muchos costes. Las empresas no lo están utilizando suficientemente. Por otro lado, hay que hacer marketing de calle, poner máquinas donde está la gente. Los productos y servicios del vending

Otra firma que apuesta

fuerte por el servicio de café a las empresas es AEVending "que está presente en el mercado

en cápsulas propias como en cápsulas compatibles".

Como objetivos de negocio, AEVending se plantea ampliar mercado y entrar en países como europeos como Francia, Bulgaria, Italia, Portugal y americanos (Méjico, Cuba y Colombia). Un punto fuerte para poder conseguir esta ampliación de mercados es el diseño y desarrollo de nuevos productos, que AEVending tiene muy presente.

SEGMENTAR MERCADOS

La segmentación del mercado es una pieza clave en la estrategia empresarial de esta compañía. AEV enfoca su venta hacia 3 sectores: gran distribución (operadores), pymes y hogar. Pretende llegar a todo tipo de clientes. "En el Hogar, podemos ofrecer la máquina Bea, pequeña y coqueta; en una oficina la Italy, ofreciendo los servicios del Vending en menor tamaño; nos adecuamos a cualquier ámbito", detalló Millán.

Frente al viejo modelo de negocio de los operadores que venden la máquina y la dejan en manos del cliente, a veces con un mal mantenimiento, Manuel Millán sostiene que "un operador debe dar calidad, tanto en el servicio como en los productos que comercializa. En los últimos tiempos, tanto en máquinas como en consumibles, muchas empresas han decidido comprar maquinaria a bajo coste fabricadas en otros países fuera de la Comunidad Europea, bajando la calidad del producto. Si compramos productos fabricados en Europa nos aseguramos que cumplan las garantías, normativas y certificaciones sanitarias correspondientes".

Grandes o pequeñas empresas, marcas de café y operadores de vending trabajan por ese 50% de empresas que en las que se va a tomar café o se consumen productos de supermercados.

"EL OCS TIENE UN
MAYOR COSTE
COMERCIAL
QUE EL VENDING
TRADICIONAL, PERO
EN LAS REDES
SOCIALES SE
PUEDEN HACER
MUCHAS COSAS"

OCS Español desde hace más de 15 años", según explica Manuel Millán.

AEVending dispone de una amplia gama de productos y máquinas. "Comercializamos máquinas OCS en grano o solubles como: Lei200, Lei Sa, Gaia o bien en la gama cápsulas: Bea, Kelly & Italy. Además, referente a las cápsulas, tenemos monodosis de todos los formatos más vendidos en el mercado tanto



VI RAGGIUNGEREMO CON OGNI MEZZO





Nespresso donó 68 toneladas de arroz a la federacion española de bancos de alimentos gracias al reciclaje de sus cápsulas

NESPRESSO SE FELICITÓ DE QUE “LA ACTIVA PARTICIPACIÓN Y COLABORACIÓN DE LOS CLIENTES EN TODO EL PAÍS HA SIDO CLAVE PARA QUE, EN 2011, LA MARCA, PIONERA Y LÍDER DEL SECTOR DEL CAFÉ EN CÁPSULAS DE MÁXIMA CALIDAD, HAYA AUMENTADO UN 58% LA TASA LOCAL DE RECICLAJE”.

Nespresso donó el pasado mes de diciembre 68 toneladas de arroz a la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) como fruto de su Sistema de Reciclaje de cápsulas usadas, implantado en España desde el año 2009. Por segundo año consecutivo y debido a la gran participación de sus clientes, Nespresso llevó a cabo esta acción de responsabilidad social corporativa. A través de la utilización del poso del café como abono, la marca de café impulsó la fertilización de 18 hectáreas de arroz (un 38% más que el año pasado) en el Delta del Ebro y compró la cosecha completa para donarla entre los 54 Bancos de Alimentos en todo el país. Posteriormente, estos hicieron las entregas de arroz a personas en situación de exclusión social.

El arroz donado a la Federación Española de Bancos de Alimentos fue fertilizado por un compost de alta calidad obtenido a partir del poso del café de las cápsulas recicladas por los clientes de Nespresso. Desde los 770 puntos de recogida de cápsulas usadas en toda España, Nespresso coordinó el traslado de las mismas a una planta de compostaje donde expertos en gestión de residuos de Tradebe, separaron el aluminio del café mediante un proceso mecánico diseñado por ambas compañías. El compost enriquecido con los restos de café se convirtió en un excelente fertilizante y regenerador de las tierras. El aluminio, infinitamente reciclable y el mejor material para preservar el café gourmet, se trasladó a otra planta de tratamiento para su posterior refundición y reutilización en otras aplicaciones.

Emmanuel O'Neill, Director General

Tradebe España explicó que “para Tradebe es un honor y un orgullo poder colaborar por segundo año consecutivo con el proyecto solidario de Nespresso. Como lo es desde hace ya tres años, poder colaborar en el proyecto Ecolaboration, realizando el reciclaje de las cápsulas usadas en nuestras instalaciones y ayudando a construir el camino que nos ha traído hasta aquí hoy”.

“Gracias a ese compost enriquecido con café, los agricultores de la Cámara Arrocera del Montsià fertilizaron 18 hectáreas y obtuvieron 68 toneladas de un arroz con un rendimiento en granos enteros superior al habitual”, según explicaron fuentes de la compañía. Nespresso compró la cosecha completa con el objetivo de “obtener un doble beneficio, al hacer que esa inversión que tiene un fin humanitario vaya a parar directamente a los agricultores de la zona. La Cámara Arrocera del Montsià es una cooperativa agraria con altos estándares de calidad que compatibiliza su actividad con la preservación de la riqueza del Parque Natural del Delta del Ebro, considerado el segundo más importante de la Unión Europea”.

La Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya (FCAC), entidad que coordinó la participación de la cooperativa y los agricultores en el proyecto, agrupa a empresas constituidas por agricultores con la voluntad de comercializar y transformar conjuntamente su producción. De esta forma, un único partner reúne a los agricultores que producen el arroz fertilizado con el compost enriquecido con

Nespresso y a la industria que lo transforma y envasa, asegurando la trazabilidad de la producción.

Miquel Fàbregas Albacar, responsable sectorial de arroz de la Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya (FCAC) y presidente de Cámara Arrocera del Montsià destacó que “para nosotros es una satisfacción haber participado, por segundo año consecutivo, en este proyecto solidario de Nespresso. Junto a nuestra actividad económica principal de producción y comercialización de alimentos, las cooperativas también somos empresas comprometidas con nuestro entorno y socialmente responsables, que apostamos por la erradicación de la pobreza ya sea con la creación de puestos de trabajo en las zonas rurales donde ubicamos nuestras industrias o bien colaborando con entidades que distribuyen alimentos a los núcleos más desfavorecidos de grandes áreas urbanas. Nuestros valores sociales de democracia y solidaridad son los que se conmemoran al declarar 2012 como Año Internacional de las Cooperativas”.

Juan Raul Sanz Jiménez, director general de la Federación Española de Bancos de Alimentos, comentó que “este es un ejemplo más de la creación de valor compartido de Nespresso, valor no solo para sus accionistas, sino también para la sociedad. Esto significa comprender que la pobreza es una enfermedad social que representa en Europa una población del 21,6% en riesgo de exclusión social (26,7% en España)”.

illyCaffè anuncia el ganador de la 22ª edición del Premio Ernesto Illy para la Calidad del Café



São Paulo, 15 de marzo. La 22ª edición del Premio a la Calidad Ernesto Illy para el café espresso ya tiene un ganador: Edio Anacleto Miranda, de Araponga (MG). El productor de café recibió un cheque por R\$ 50.000 por su muestra, elegida entre las más de 400 analizadas por el comité de jueces. En total, illyCaffè distribuye casi R\$ 180.000 entre los competidores que ocuparon los primeros puestos en las categorías nacionales y regionales. En 22 años de vida del premio, la compañía ha otorgado más de R\$ 4 millones.

Raimundo Martins quedó en segundo lugar y recibió un premio de R\$ 35.000; Dimas Mendes Bastos fue tercero y recibió R\$ 18.000; seguida por Antônio Bittencourt Ramos, quién fue galardonado con R\$

9.000. Como el ganador, todos ellos son de la región de Minas de Matas. Luiz Roberto Moreira Ribeiro, de Virginia (sur de Minas), logró la quinta posición y fue galardonado con R\$ 5 mil. Los productores clasificados del sexto a cuadragésimo puesto, fueron reconocidos con R\$ 1.200.

Además de los ganadores de la edición nacional, fueron premiados dos ganadores regionales: Chapada de Minas - Eduardo Shiniti Yamaguchi, seguido por CBI Agropecuaria; Mineiro Cerrado - Marcos Cezar Miaki y Clovis Carvalho Filho; Matas de Minas - Edio Anacleto Miranda Martins y Raimundo, Sur de Minas - Luiz Roberto Moreira Ribeiro y Sebastião Márcio Pereira Nogueira, Estado de São Paulo - Carlos André Dognani y Mario César Ferrari, región Centro-Oeste -

Luiz Carlos Figueiredo.

“La edición Regional fue una innovación de este año, cuyo objetivo era fomentar la participación de más productores de todo Brasil. Recibimos muestras de todas las áreas participantes. Vamos a seguir fomentando la participación de estos proveedores, ayudándoles en todo lo que sea necesario para que puedan obtener un café de calidad”, afirmó Andrea Illy, Presidente de illycaffè, durante su discurso.

La elección de los mejores cafés la realizó un comité de jueces nacionales e internacionales de especialistas a través de pruebas con luz ultravioleta y por medio de la clasificación del grano en cuanto a aspecto, sequedad, color, tipo, contenido de humedad, tostado y calidad de la bebida con degustación de café espresso.

También fueron premiados durante la ceremonia los clasificadores con más muestras seleccionadas. El ganador, Wellington Carlos Pereira, recibió R\$ 3.500; el primer finalista, Edivaldo Batista Generoso, R\$ 2.500; el segundo finalista, Edilson de Oliveira Cabral, R\$ 1.500, y el tercer finalista, Valdeci Miguel Rodrigues, R\$ 1.000.

El público presente en el evento aplaudió al Proveedor del Año, Renato Lima de Sousa, elegido por el jurado del Clube do illyCaffè -un programa de fidelización de illyCaffè, que reúne a los mejores proveedores de la empresa. Para seleccionar el ganador se analizaron criterios tales como: la lealtad y la eficiencia de la producción, la puntualidad de la entrega, presentación del producto, el nivel de cantidad y calidad conseguido, la correspondencia del lote con la muestra original y la participación en el Programa de Sostenibilidad. El ganador recibió un viaje cultural a Italia para visitar la sede de illycaffè, en Trieste, entre otros atractivos.

www.blenderdeval.com

CREAMOS el VENDING GANADOR

VALOR, COMPROMISO Y CONFIANZA - LA INDUSTRIA ALIMENTARIA AL SERVICIO DEL VENDING

DETALLE Y CUIDADO PARA TI - ESPECIALISTAS EN MATERIA PRIMA
ATENCIÓN PERSONALIZADA A TODOS NUESTROS CLIENTES

OFICINA CENTRAL: C/ Saturnino López López s/n - 45526 Val de Santo Domingo (Toledo) - Telf.: 917154320

42 / news / hostelvending

43 / news / hostelvending

VENDIBÉRICA - Madrid

La gran cita del vending de España y Portugal será entre el 20 y el 22 de noviembre en Madrid

La segunda edición de Vendibérica, Feria del Vending, tendrá lugar del 20 al 22 de noviembre del 2013 en el Parque ferial Juan Carlos I de Madrid, coincidiendo con la sexta edición de Horeq, Salón del Equipamiento de Hostelería.

Vendibérica nació de la necesidad de contar con una feria específica para el sector del vending, con la vocación de impulsar el crecimiento del sector y consolidarse como la principal convocatoria sectorial de la península (España y Portugal).

Los profesionales y visitantes podrán conocer de primera mano productos como las máquinas de vending (food -frío y caliente-, tabaco y otros), productos Non-food, OCS – Offi-

ce, máquinas súper-automáticas para hostelería, torrefactores de café, dispensadores de agua, operadores de máquinas de vending, sistemas de pago, sistemas de seguridad, tecnologías de la información y comunicación para el vending, envasado y etiquetado, componentes, accesorios y recambio, alimentos, bebidas y productos para máquinas de vending, consumibles, servicios, franquicias y seguros.

El pasado mes de marzo, PVA (Proveedores de Vending Asociados), entidad a la que pertenece Hostelvending como empresa de servicios y medio de comunicación de la venta automática, comenzó una intensa campaña de promoción del

sector que emerge con fuerza para dinamizar la economía española.

Las cifras-fuerzas de la economía que mueve el vending son desconocidas para la sociedad, pero señalan el camino para su crecimiento en el mercado.. Así, son ya 600.000 las expendedoras instaladas en empresas y áreas públicas en nuestro país, lo que da trabajo a 30.000 personas y está haciendo posible que 20 millones de usuarios consuman productos gracias al canal de venta automática.

Un total de 300.000 máquinas son de alimentación (170.000 de bebidas calientes, 80.000 de bebidas frías y 50.000 de snacks) y crece día a día el

consumo de productos saludables y bajos en grasas saturadas. Cada vez los españoles consumen más agua mineral, zumos naturales, yogures y frutas entregados en las expendedoras.

Juan José Mach, vicepresidente de PVA y director de Saeco para España y Portugal, explicó que “unos de los principales objetivos de PVA es la promoción del sector: En este sentido hemos editado en una primera fase un catalogo díptico para España y otro para Portugal, para aportar una visión del vending mas positiva y real de la que se proyecta en algunas ocasiones. La calidad, la alimentación saludable y la sostenibilidad son los ejes de promoción del sector”.

WATERCOOLER EUROPE - Berlín

Una línea de negocio que promueve la hidratación desde 1993 y lo celebra

Watercooler Europa reunirá a sus asociados entre el 15 y el 17 de octubre en Berlín bajo el lema ‘20 años para promover la hidratación en Europa’. Paralelamente, se celebrará otro evento en el que estarán presentes las asociaciones patronales del sector Abwa y JBWA, procedentes

de Asia y Japón. La organización ha anunciado que potenciará la edición de este año con stands de mayor superficie y distribuyendo el calendario de actividades del evento en días diferentes, lo que permite a los expositores asistir a la conferencia. Esta tendrá lugar el día 16, mientras

que la exposición será el 17. La ubicación de la zona de buffet en el interior de la sala de exposiciones permiten a los visitantes y expositores socializar y pasar más tiempo juntos, la promoción y el fortalecimiento de las relaciones comerciales.

Por otra parte, la tarifa que cada empresa debe abonar por estar en la conferencia cubrirá este año, las pausas café y almuerzo tipo buffet. Esto incluye entrada, coffee breaks y almuerzo buffet. Se trata de interesantes incentivos para que

los profesionales y directivos tengan una estancia agradable al tiempo que permanecen en la zona de exposiciones todo el tiempo que deseen. Hay firmas que estuvieron en la edición anterior de watercoolers Europe Conference & Fair, celebrada en Estambul, y han reservado su espacio en este evento: Winix Europa, Waterservice, Eastman, Portola, Blupura, Oasis, Enfriadores Mistral, ReVoS, Canales, Servomat Steigler, Waterlogic, Sip Bueno, Crystal Mountain, Bericap, entre otros.

VENDING CRUISE - Savona-Barcelona

El Crucero del Vending, un espacio de networking ‘flotante’ que recorre el Mediterráneo en mayo

Una feria flotante donde se mezclan los tiempos de ocio, para un trabajo más relajado y desenfadado, con la puesta en común de los principales objetivos de la industria europea para este año. El aprovechamiento de los últimos datos de mercado, y la reafirmación en la activación del sector, serán los elementos más importantes.

Los asistentes son profesionales del vending y la distribución automática como fabricantes, operadores, distribuidores, marcas y proveedores de productos.

El crucero, organizado por la patronal italiana CONFIDA y EVA y apoyado en España por ANEDA, saldrá desde Savona el 2 de mayo y Barcelona el 4 de ese mes. Expertos internacionales expondrán las nuevas tendencias del vending a nivel global y el desafío del OCS en el crucero. Fabrizio Valente, director ejecutivo de Kiki Lab y miembro del grupo de la red internacional de Ebeltoft, expondrá las tendencias y casos de éxito de las máquinas expendedoras en todo el mundo. La intervención de Valente se plan-

tea con la intención de inspirar a su audiencia a invertir en nuevas ideas, nuevas asociaciones, nuevos proyectos, desde el más básico hasta el más innovador. David Kirby, de PwC, mostrará cómo el sector del vending puede continuar buscando oportunidades de crecimiento. Kirby explicará cómo las demandas de los consumidores siguen evolucionando rápidamente, a pesar de los antecedentes y se pueden encontrar oportunidades en áreas tales como la propuesta de producto, fijación de precios, el modelo de funciona-

miento, gastos de capital y la consolidación de la industria a largo plazo. La unión estratégica entre el vending y el Office Coffee Service estará presente a través de Jan Marck Vrijlandt.

Además, durante la singladura, un jurado, integrado por 12 personalidades del sector, elegirá a los tres mejores proyectos presentados. La innovación, el conocimiento y la capacidad de promover nuevas líneas de negocio en el mercado serán claves para seleccionar a las mejores empresas de vending internacionales,

CHINA INTERNATIONAL VENDING SHOW - Shanghai

Unos 15.000 profesionales y visitantes asistirán al 10º China International Vending Show OCS 2013

El 10º China International Vending & Show OCS 2013 se celebrará oficialmente entre el 4 y el 6 de septiembre en el Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center. Este año, la gran cita global del mundo del vending quiere llegar a los 300 expositores y superar los 10.000 compradores y visitantes.

La industria china del vending y OCS está entrando en una etapa de desarrollo robusto con grandes demandas del mercado. La predicción apunta a que China se convertirá en uno de los principales distribuidores y OCS mercados en el mundo, junto a Japón y EE.UU. en los próximos cinco años. Sus credenciales son portentosas, se trata de una economía en continuo creci-

miento, la segunda del mundo, con una tasa de crecimiento del PIB en el 2013 del 8%. En 2013, el China International Vending & Show OCS celebrará su evento de gala por el décimo aniversario en el nuevo emplazamiento (Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center) en septiembre y con la integración de los cuatro grandes espectáculos bajo un mismo techo: China Self-service y Kiosco Show, China Mostrar Digital Signage, China Gran pantalla y Multimedia Mostrar anuncios. Se espera que la exposición China y Mostrar OCS ocupará un área de exposición total de 10.000 metros cuadrados por primera vez. Se quiere contar con la presencia de más de 300 expositores y se estima una asistencia de entre 10.000 y

15.000 compradores y visitantes profesionales. Toda una gran oportunidad para el networking y las nuevas oportunidades de negocio. La exposición está patrocinada por la Federación China de Industria y Comercio y China Tongyuan Corporation, administrado por Tiansheng Shanghai Exhibition, Service Co Ltd. y Shanghai Destacados Management Consulting Co. Ltd y con el apoyo de NAMA (National Automatic Merchandising Asociación), EVA (European Vending Association), JVMA (Japón Vending Machine Manufacturers Association), y EVPA (European Vending Press Association) y algunas otras asociaciones internacionales expendedoras y medios de comunicación de todo el mundo.

SALAIA - Madrid

Las grandes marcas estarán en SalAIA, el salón de productos para alergias e intolerancias alimentarias

Las grandes marcas estarán en SalAIA, el salón de productos para las alergias e intolerancias alimentarias

SalAIA, el Salón de Productos y Servicios para las Alergias e Intolerancias Alimentarias contará con las grandes marcas del sector como expositoras, entre ellas, Kaiku Sin Lactosa, Maná, Orgran o Nutrition y Santé, con las marcas Gerblé y Valpiform.

SalAIA, que se ha consolidado y va a celebrar su tercera edición, tendrá lugar entre el 31 de mayo y el 2 de junio en Madrid ofertando todos tipo de productos para alérgicos, celíacos e intolerantes alimentarios.

Juan Carlos del Reino, responsable de Orgran España, ha explicado que "SalAIA, representa un magnífico escaparate

para nuestra empresa, ya que todos los productos Orgran están libres de gluten, huevo, leche y la mayoría de los alérgenos, siendo la empresa líder en España en la venta de productos para multi-alérgicos. La calidad y buena organización de la anterior edición en la que participamos presentando nuestros productos, nos estimula a participar en SalAIA 2013. En momentos de crisis como la actual, el salón sirve como punto de encuentro entre consumidores y empresas, que siempre resulta muy enriquecedor y vital para nuestro posicionamiento en el mercado".

Además, este año se incorporan a SalAIA firmas internacionales como Efficiencie Export, que pretenden dar a conocer su oferta en el mercado español y



que consideran esta cita como el lugar idóneo para reunirse con la industria y los consumidores.

"En la próxima edición, SalAIA no será sólo un escaparate de la amplia oferta de productos y servicios orientados a la intolerancia alimentaria, sino también y una plataforma de negocio para sus participantes",

aseguró Inma Abad, portavoz de TremisVelay, la empresa organizadora del evento.

El primer día de exposición estará orientado al público profesional de muy diversos sectores, desde distribución, grandes superficies o supermercados, a tiendas especializadas, herbolarios, canal HORECA, hoteles y catering de colectividades.

ALIMENTARIA HOREXPO - Lisboa

La feria que agrupa tres eventos en Lisboa, acogió a 500 empresas exponiendo sus productos

El recinto de la Feira Internacional de Lisboa acoge desde el domingo pasado y hasta el miércoles. la 12 edición de Alimentaria & Horexpo Lisboa, feria internacional de la Alimentación, Hostelería y Tecnología para la Industria Alimentaria. Se trata del tercer evento más grande e importante del comercio en Europa. Bajo el lema 'Los compradores, nuevos mercados, nuevas oportunidades', la organización favorece la presencia y el acercamiento de las empresas exportadoras. A través del programa de Hosted Buyers, que consiste en reuniones y encuentros entre compradores extranjeros y anfitriones que exhiben las empresas exportadoras, los organizadores de la feria refuerzan la dimensión internacional para atraer a los compradores internacionales de los merca-

dos extranjeros. El mundo de la venta automática tiene su área dentro de Horexpo con los espacios dedicados a Decorhotel, Tecnología y Servicios, Vending y Café Espacio, lo que permite a los asistentes conocer de forma amplia las últimas tendencias y novedades en cuanto a máquinas para la hostelería, empresas, innovación tecnológica y Office Coffee Service (OCS).

El mundo de la venta automática tiene su área dentro de Horexpo con los espacios dedicados a Decorhotel, Tecnología y Servicios, Vending y Café Espacio, lo que permite a los asistentes conocer de forma amplia las últimas tendencias y novedades en cuanto a máquinas para la hostelería, empresas, innovación tecnológica y Office Coffee Service (OCS).

Nayax Vend Ibérica despachó 787 refrescos en una demostración de pago con móvil en el Mobile Word Congress que se celebró en Barcelona en marzo

La empresa vasca Nayax Vend Ibérica, en colaboración con Coca-Cola y Samsung, enseñó a los asistentes al Mobile Word Congress de Barcelona el uso de los sistemas de pago con móviles en máquinas expendedoras. Un total de 787 refrescos se despacharon en cuatro días en la máquina instalada para las demostraciones.

Nayax apuesta por la línea de negocio de pago con móviles mediante un sistema de software NFC que permite al usuario acercar su móvil a la expendedora, seleccionar el producto y mediante una transmisión de datos abonar el producto en su cuenta bancaria. Durante los cuatro días del congreso, dos empleados de la compañía hicieron demostraciones a grupos de entre dos y ocho personas con resultados satisfactorios, si bien, como explica José Luis Calvo, uno de los socios de la empresa, "todo el mundo no tiene instalada la aplicación que le permite a su móvil transmitir datos. Hay que recordar que todos los teléfonos necesitan tarjeta SIM con esa característica o una aplicación. La respuesta ha sido muy buena durante los cuatro días del congreso. Como anécdota, se acercó un norteamericano y sacó una coca-cola acercando una pulsera a la máquina".

La compañía vasca está en pleno lanzamiento de las expendedoras preparadas para pago con móviles y con todo tipo de tarjetas, tanto las de banda magnética, como las del tipo contacless, con chip y tarjetas



corporativas y las tiene distribuidas en esta primera etapa en diferentes puntos de Barcelona y Madrid. Uno de los puntos donde se ha instalado en la capital de España es en la Ciudad Financiera del Grupo Santander.

El sistema permite al operador de vending monitorear y gestionar las compras online, otorgar ofertas y más, todo remota-

mente sin necesidad de acercarse a la máquina.

Más de 14 millones de españoles compraron a través del móvil el año pasado, lo que viene a ser más del 50% de usuarios de «Smartphone» que hay en nuestro país, según el informe «Movilidad y m-commerce» de Madvertise.

Emprendedores crean máquinas para los taxis y vender productos a granel

El primero proyecto es una idea de negocio desarrollada por un joven estado-unidense para introducir máquinas de vending en los taxis. Se trata de pequeñas máquinas expendedoras que se situarían en la parte trasera del asiento del conductor, de tal manera que el pasajero podría saciar su sed con bebidas refrescantes o agua, o

adquirir productos de conveniencia como profilácticos y snacks, entre otros muchos.

Estas máquinas expendedoras podrían entrar en funcionamiento en breve, ya que los taxistas de Nueva York se han interesado por la idea de negocio y han decidido incorporarlas en sus coches, ya que las máquinas son de pequeño tamaño y se podrán adap-

tar perfectamente al interior de sus vehículos, según informó la empresa Mendoza Vending.

Por otra parte, unos estudiantes de México han diseñado una máquina expendedora de bebidas cuya novedad estriba en que se trata de venta a granel. De esta forma, el consumidor selecciona el producto y la máquina expendedora reconoce el pedido y envasa la bebida según la capacidad que haya elegido el cliente. Esta nueva modalidad de expendedora puede ser muy útil en bebidas como agua, café y zumos.

JOSÉ LUIS PÉREZ LACALL, DIRECTOR DE EXPENDA



“Dar un servicio de café a sus empleados es un valor añadido para cualquier empresa”

JOSÉ LUIS PÉREZ LACALL COMENZÓ A TRABAJAR PARA AZCOYEN EN 1991 Y, DESDE HACE TRES AÑOS, DISTRIBUYE SUS PRODUCTOS EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA. SU EMPRESA, EXPENDA, TIENE SEIS TRABAJADORES EN PLANTILLA Y VARIOS AUTÓNOMOS EXTERNOS Y ENCARA EL AÑO 2013 CON EL OBJETIVO FIRME DE POTENCIAR SU LINEA DE NEGOCIO DEDICADA AL OFFICCE COFFEE SERVICE.

¿Cuál es su área de distribución?
Nuestros límites están en la provincia de Málaga, que es donde podemos atender bien el servicio postventa

¿Qué productos comercializa?
Máquinas vending en general, tabaco y dispensing, que son máquinas para expender sin cobrar. Están pensadas para el auto-servicio. Tu estas en un hotel, bajas a desayunar, pulsas un botón y la máquina te dispensa el café. Este servicio lo ofrecemos en hoteles, sobre todo, y en colectividades y congresos.

¿Qué líneas de negocio impulsa?
Una línea de negocios es Azcoyen con todo lo que representa, vending, tabaco y ahora dispensing y la otra es el café para la hostelería con todos sus elementos colaterales como son azúcar, descafeinado, agua, infusiones etc. Hay que sumar la venta de repuestos y el mantenimiento de esas expendedoras. También llevamos el servicio técnico oficial del fabricante italiano de máquina de café Marzocco.

¿Qué parque de máquinas de Azcoyen tiene Expenda?
Hay varios miles de establecimientos de hostelería en la provincia que tienen expendedoras de Azcoyen.

¿El Office Coffee Service tiene mercado para Expenda?
La idea es crecer por la línea del OCS. Creemos que todavía en Málaga no se ha

hecho nada en esa línea porque todo el mundo está acostumbrado a que sea el operador el que llegue e instale la máquina. Con el OCS, lo que pretendemos es el propietario de un negocio sea el que compre la máquina y de servicio a sus trabajadores. El empresario la instala y se encarga de todo lo demás. Es una nueva mentalidad que debe tener el empresario que desee tener un bien servicio de café con todas las ventajas que conlleva en vez de tener que recurrir a una empresa externa.

En muchos casos, el OCS no les funciona a los operadores de vending
Está claro que los operadores no tienen negocio en el OCS si no tienen un volumen de clientes y eso lo que trae es que no se funcione bien, la gente no consuma y, en definitiva, se de un mal servicio para el que lo contrata. El operador, para funcionar, necesita establecimientos o empresas con más volumen de consumo. Ocurre que ofrecer café a las pequeñas empresas no sale a cuenta a un operador porque consumen 6, 8 o 10 cafés cada día y eso es muy poco. Sin embargo, a un empresario si le merece la pena porque es un valor añadido que él da a su negocio.

¿Y qué mensaje de debe trasladar a los empresarios para que vean las ventajas de este servicio?
Es preferible que el empresario haga la

inversión, asuma el servicio de café y, quizás, encargue el mantenimiento a la empresa que le vende porque obtiene un buen servicio. Y todo lo puede hacer sin costo porque lo que le cuesta es igual a los ingresos que genera con los cafés que sirve a sus empleados. El empresario evita que los trabajadores se desplacen a tomar café y se lo ofrece en la misma empresa. Hay que hacerles ver que es un servicio que dan a sus empleados, que no les cuesta nada y que tener la máquina no es un engorro para ellos.

¿En que tipo de empresas está comercializando Expenda el servicio de café?
La idea es entrar en empresas de entre cuatro y ocho trabajadores, aunque no hay que poner límites por arriba. Lo suyo es estar en aquellas en las que los operadores no funcionan. Una fórmula muy interesante que tenemos es el renting, que consiste en un alquiler mensual de la máquina y el empresario cubre esa cantidad con la venta del café. El coste es cero y se da un buen servicio al trabajador. Tenemos que tener en cuenta que el negocio del vending está muy parado. Las empresas tienen cada vez menos trabajadores y menos consumo y los grandes operadores lo que tienen es muchas máquinas sin vender en sus almacenes. El OCS es el sector que ahora se está moviendo y por ahí es donde van a ir nuestros próximos esfuerzos de comercialización.

AECOC forma a cerca de 3.000 profesionales del gran consumo

Cerca de 3.000 profesionales del gran consumo y sectores especializados participarán a lo largo de 2013 en el Plan de Formación de AECOC, la Asociación que reúne cerca de 25.000 compañías, fabricantes y distribuidores para añadir valor a la cadena de suministro.
Para este año, AECOC tiene previstas 237 sesiones formativas de diverso tipo, que ofrecen nuevos aprendizajes en áreas de logística y transporte, comercialización y marketing, codificación e identificación automática, comercio electrónico EDI y seguridad alimentaria.
Numerosas empresas del sector de la venta automática forman parte de esta gran asociación que aglutina a compañías de sectores muy diversos de la actividad económica española. En el mundo del café, son 257 las empresas de café, té y sucedáneos las que están asociadas.
En 2013 AECOC impartirá 130 cursos formativos, 30 jornadas, 12 seminarios internacionales y formaciones “in company” con contenidos adecuados a las necesidades de cada empresa. La Asociación formó en 2012 a cerca de 2.500 profesionales de diferentes ámbitos acercando nuevos aprendizajes sobre los mercados y tendencias actuales, además de formación específica para las diversas áreas.
El año pasado, como novedad, se impartieron 8 cursos nuevos entre los que destacan shopper marketing, los retos en la logística del congelado, cómo vender más y mejor productos cárnicos y las oportunidades en el convenience. El programa formativo para 2013 incluye, además de los cursos en áreas y sectores, jornadas y puntos de encuentro específicos con temáticas estratégicas que acercan un ponente de excepción a un grupo limitado de asistentes con los cual el aprovechamiento de las materias que se imparten es mayor para estos.

BUENAS PRÁCTICAS
Asimismo, AECOC ofrece la experiencia única a directivos de las principales empresas de cada sector, de obtener aprendizajes basados en el conocimiento de buenas prácticas y tendencias de otros países. Para ello, en 2013 tiene previstos 12 seminarios internacionales. El primero de ellos se celebró en Dublín los días 27, 28 de febrero y 1 de marzo bajo el título ‘Buenas prácticas para adaptarse a un comprador en crisis.’

Como objetivo el seminario pretendía analizar y profundizar en las soluciones para activar el negocio y dar respuesta a las necesidades del nuevo comprador. Los asistentes aprendieron nuevas fórmulas para comunicar valor al consumidor a través de las promociones, el punto de venta y la experiencia de compra irlandesa. Con la visita a las tiendas más importantes del país como Superquinn, Tesco o Supervalve, entre otras, se analizaron los conceptos clave como el precio, la conveniencia o la comunicación en tienda.

PREMIUM SUPERQUINN
No en vano, Feargal Quinn, fundador de la cadena Premium Superquinn fue el encargado de abrir el seminario, para explicar la estrategia que la cadena ha llevado en la comunicación de la calidad de sus productos a un precio competitivo en tiempos de crisis.
Además, el plan formativo AECOC 2013 ofrecerá, entre otros, seminarios internacionales en Francia e Italia destinados a analizar la comercialización de frescos en esos países, así como otras tendencias de mercado.
Por otro lado, unos 150 profesionales de la seguridad alimentaria de la industria, la distribución, el canal Horeca y de las administraciones públicas se dieron cita en Madrid el 21 de febrero pasado en el marco del X Congreso AECOC de Seguridad Alimentaria y Nutrición.

Fórum del Café impartió cursos de Técnicas Baristas y Latte Art a sus socios y público

El Fórum del Café ha impartido en el mes de abril en su sede de Barcelona un curso de Técnicas Baristas para mejorar el servicio de café en un establecimiento. La acción formativa se desarrolló entre las diez y las dos del mediodía. Experimentados baristas desglosaron un completo programa muy práctico que se abrió con ‘La estación barista, máquina y molino’ y continuó con ‘Distribución de elementos y equipos baristas’ y ‘Técnica de prensado’. Esto último sirve para aprender una correcta utilización del Tamper manual y dinamométrico. Otras materias que se enseñaron en el curso fueron ‘Parámetros correctos del espresso’, ‘Demostración visual de extracción de un americano’ y ‘Tratamiento de la leche’ (Emulsión en frío y en caliente) para pasar luego a ‘Elaboración de espressos, capuccinos con y sin cacao’. Los alumnos aprendieron también a limpiar la

máquina de café y el molino y finalmente se les habló de las llamadas bebidas de creación.
Por otro lado, el Fórum Cultural del Café impartió el 22 de abril un curso para aprender técnicas de Latte Art. Se trata de una actividad impartida por expertos baristas del sector.
La técnica del Latte Art o arte del café con leche se refiere a los dibujos que un barista hace sobre la superficie de la bebida. También se enseñó la preparación de una emulsión perfecta de la leche para poder crear sabrosos cappuccinos.
El temario que se abordó fue el siguiente: Menaje y equipo para la técnica de Latte Art, Teoría y práctica de la emulsión/texturización de la leche y Teoría y práctica: Roseta, Corazón y Tulipán.
Fórum Cultural del Café es la primera organización sin ánimo de lucro en el sector del café en España, cuyo principal objetivo es el de promover, divulgar y fomentar el consumo de café de calidad y prestigiar la profesionalidad del barista entre los amantes de esre aromático producto. Esta entidad cuenta con la página web www.forumdelcafe.com dedicada a la divulgación de noticias del sector, historia, variedades de café, países importadores y todo lo relacionado con este mundo.

Las empresas instaladas en Mercabarna conocieron las oportunidades de negocio que pueden tener vendiendo carne, fruta y pescados en expendedoras

ACV y ANEDA acercaron el mundo del vending a Mercabarna en una jornada profesional que tuvo lugar el 13 de marzo pasado en las instalaciones de Mercabarna en Barcelona.

Los empresarios asentados en la gran área comercial barcelonesa, que agrupa a 800 empresas, conocieron las oportunidades de negocio que pueden tener vendiendo carne, fruta y pescado en máquinas expendedoras.

Directivos de empresas de vending y distribuidores de alimentos, entre otros, se encargaron de exponer las posibilidades existentes a los asistentes al evento. Los productos de primera necesidad como carnes, pescados y frutas de cuarta y quinta gama fueron los protagonistas en la jornada que se desarrolló a lo largo de seis ponencias y una mesa redonda. El primero en intervenir fue Isaac



Guerra Cañisa, distribuidor de GPEVendors, que estuvo acompañado de Julio Guerra Puertas, socio fundador de la misma empresa. Después expuso su ponencia Iñaki Martínez, director de marketing de Cuina Justa,

que fue apoyado por Alex Puyol, director general de esa entidad. El encuentro formativo prosiguió con las ponencias de Manuel Rodríguez, gerente del distribuidor Arisfresc y Ricard

Jardi, de Peixateria Ricard. Abraham García, director de marketing de Alliance Vending, explicó importantes aspectos de la distribución automática y Gemma Prat y Josep Viladecases hablaron en nombre de Gustos Menjar per la Terra.

El edil que propuso erradicar el vending en Santiago de Compostela, detenido en el marco de la 'Operación Pokémon'

Albino Vázquez, concejal de Movilidad del Ayuntamiento de Santiago de Compostela, fue detenido el 19 de febrero en el marco de la 'Operación Pokémon', una supuesta trama corrupta con indicios de cohecho, fraude, falsedad documental y tráfico de influencias en la concesión de contratos públicos.

El edil del Partido Popular fue uno de los máximos responsables de la ordenanza municipal que prohibía total y definitivamente la instalación de máquinas expendedoras en las calles de la capital gallega. El hecho de que la concesión de contratos

públicos corra a cargo de este tipo de cargos y que la instalación y explotación de las expendedoras dependa de concursos y contratos públicos, cuanto menos, ha inquietado al sector del vending.

Aunque los operadores profesionales gallegos, esta prohibición no supuso un gran revés para sus líneas de negocio (por tener ya asumida esta norma), sí veían con extrañeza que se suprimieran estos equipos en una de las ciudades más turísticas de España, y debido al gran servicio que estaban prestando a la población.

Mientras no se demuestre lo contrario y

el juez instructor no diga algo en esta materia, ambos hechos no tienen por qué estar conectados. Ninguna empresa de máquinas expendedoras tiene relación con los hechos que se investigan en esta operación.

Vendex, una de las empresas de servicios integrales que aparece en las investigaciones, en principio, no tiene servicios de venta automática adjudicados, aunque todo apunta que al tratarse de un conglomerado de más de 30 empresas, con multitud de actividades y servicios por toda España, las pesquisas todavía podrían deparar más descubrimientos.

ANEDA acuerda con ECOEMBES un plazo hasta el 30 de junio para regularizar las declaraciones anuales de envases

ANEDA ha llegado a un acuerdo con la entidad ECOEMBES para que las empresas de vending regularicen hasta el 30 de junio sus incumplimientos sobre la Ley de Envases. Las compañías cumplirán sus obligaciones legales con la presentación de las declaraciones anuales de envases de los dos últimos años más la de ejercicio actual, pero no será necesario que acrediten los últimos cuatro ejercicios.

El plazo acordado vence el 30 de junio y gracias a él, las empresas se pondrán al día y evitarán sanciones de 901 hasta 45.000 euros, según la cuantía que decida la autoridad. La Ley de Envases y Residuos de Envases 11/1997 de 24 de abril estipuló que los fabricantes abonarán una cuota anual a ECOEMBES como entidad gestora de un Servicio Integral de Gestión (SIG) de envases o establecer un sistema de depósito, devolución y retorno propio que se ha demostrado inviable, según fuentes de ANEDA.

En la práctica, se decidió por el llamado 'coste de punto verde', esto es, una cantidad que cada empresa debía pagar por la

recogida de sus envases y hacer una declaración de los cuatro ejercicios anteriores. Ante los incumplimientos de parte de los fabricantes, ANEDA decidió negociar con ECOEMBES y finalmente se ha llegado al acuerdo mencionado del que se beneficiarán todos los asociados y por extensión los englobados en la entidad catalana ACV. En un comunicado de ANEDA se ha animado a las empresas a acogerse al "acuerdo ventajoso" de regularizar su situación antes del 30 de junio próximo. ANEDA señala, en una carta a sus asociados, que además de la obligación legal y la amenaza de sanciones, "desde el punto de vista comercial, el cumplimiento de la Ley de Envases, se ha convertido, cada vez más, en un elemento imprescindible exigido por muchos clientes".

ECOEMBES es una entidad sin ánimo de lucro que trabaja con sistemas de reducción, reciclaje y revalorización conforme establece la Ley de Envases e informe a las comunidades autónomas sobre el cumplimiento de la norma en empresas y municipios. Un total de 12.000 empresas

Los datos de 2012 en Italia no son preocupantes y se abre el optimismo



La pausa para el café que deja tantas estampas a lo largo de las grandes ciudades de Italia también refleja unos resultados más modestos para el vending en 2012. No es que se deba a un cambio en los hábitos nacionales, sino el reflejo de una crisis que afecta el empleo y, por lo tanto, a las ubicaciones claves para el negocio de las máquinas expendedoras, oficinas y fábricas principalmente.

Después de años de crecimiento, en 2012, la venta automática sufrió un ligero revés del 0,3%, siendo de un 4% si se excluyen las instalaciones públicas en estaciones de metro o tren. La caída se corresponde a una severa contracción de ciertos tipos de consumo, un 3,9% para las bebidas calientes, y un 5,1% para los productos fríos.

Según medios en Italia como La Repubblica, en un entorno con 6.000 millones de servicios de bebidas, 2,5 millones de máquinas instaladas, 30.000 personas empleadas y unos ingresos de 2.600 millones de euros, la industria no tiene por qué temer.

Un análisis más exhaustivo de los datos muestra que el consumo de bebidas aumentó en un 10% la compra de agua con gas, en compensación con otras bebidas carbonatadas (-3,6%), zumos de frutas (-4,9%), té helado (-6 %), y que el 60% de volumen de negocio proviene del exterior.

Los profesionales italianos están convencidos de que acciones como las previstas para este año, Vending in the World o Vending Cruise & EurOps entre otras, servirán para revertir esos datos y confirmar la recuperación. Lo que queda claro que estos desniveles no son preocupantes, a tenor de los grados de satisfacción de ubicaciones y clientes, y del aumento en la calidad de los servicios.

Aneda publicará en noviembre el libro blanco del vending, un análisis completo del sector de la venta automática

ANEDA ha decidido elaborar el Libro Blanco de la Distribución Automática, una radiografía de la venta automática en España que se conocerá el próximo mes de noviembre.

El objetivo de Aneda, según informó ayer la asociación en su boletín de noticias, es reflejar en un documento la actividad de los agentes que integran el sector: fabricantes, proveedores, clientes, las relaciones con las administraciones y la percepción que tiene la sociedad sobre los negocios de venta automática. Aneda ha creado una comisión de trabajo, que preside Frances

Güell y componen miembros de Aneda y ACV: Juan Luis Hernández y Alejandro Ortuño (ANEDA), Rafael Cubarsí y Daniel Sábata (ACV) y Javier Arqueros, presidente de ANEDA.

La intención es que el borrador del Libro Blanco del Vending se presente a la asamblea general de socios que se celebrará en junio y, posteriormente, en noviembre, se hará la presentación oficial.

La asamblea general ordinaria de ANEDA se celebrará el próximo 5 de junio, a las 12.00, en el contexto del Congreso de EXPO FOOD-SERVICE.

Café Arabo presenta su máquina Arabo G-10, que desde marzo se distribuye en toda España

Café Arabo presentó ayer en Málaga su nueva máquina Arabo G-10, diseñada para la hostelería, que desde hace un mes se distribuye por toda España.

La nueva máquina, presentada ayer en las oficinas del distribuidor malagueño Proditema, tiene capacidad para dispensar hasta un total de 14 productos diferentes y tan variados como cafés, infusiones, chocolate, leches y un consomé. Forma parte de una gama de siete modelos para HORECA y oficinas que comercializa Café Arabo, aunque, en este caso, está diseñada específicamente para la hostelería. "Está hecha para la restauración de toda la vida, pero con la novedad de que gestiona el café en cápsulas. Es una solución ideal para la pequeña y mediana empresa de restauración que busca un control absoluto sobre la calidad y variedad de los productos", explicó Albert Busoms, director comercial de Cafés Arabo.



En la presentación, se expusieron tres máquinas; una funcionando para servir cafés, otra abierta para que los visitantes pudieran ver su interior y una tercera expuesta sin funcionar. La Arabo G-10 llegó a Málaga después de un mes de implantación en puntos tan variados como Madrid, Barcelona, Valencia, Girona, Sevilla, Granada u Oviedo.

En su corta vida en el mercado, el producto está teniendo una buena acogida y, según explicó Busoms, "nuestros distribui-

dores nos han comprado las máquinas y las están testeando con los clientes finales y está funcionando bien. En algún punto, ha habido consumos de cien cafés al día. Quizás todo esto del café en cápsulas funcione un poco mejor en el norte".

Café Arabo imparte cursos mensuales de dos jornadas de duración a sus distribuidores, en los que estos aprenden a instalar la máquina y dejarla preparada para su funcio-

namiento. Café Arabo ya está presente en clientes de diferentes zonas geográficas a través de distribuidores que realizan el servicio básicamente a pequeñas oficinas y empresas. La compañía, además de la venta y distribución de cápsulas de café de producción propia y de sus cafeteras exclusivas, también comercializa una gama de complementos para vending, como vasos, azúcares, paletinas y monodosis solubles.

Cafento acerca al gran público el Latte Art y la coctelería

La marca Cafento ha puesto en marcha una nueva iniciativa para acercar al gran público dos de las caras más originales y creativas de la cultura del café: el Latte Art y la coctelería con café.

La primera cita de este programa forma-

tivo para los amantes del café tuvo lugar en Galicia, según informó el Fórum Cultural del Café. Esa actividad, tuvo lugar en la Cafetería 'Amaranto' de Ourense, donde el pasado 4 de abril, Víctor Couto, Campeón Barista de Galicia Fórum Café en 2009, asesor y formador barista de Cafento, acercó a los asistentes los secretos de la técnica del Latte Art y las refrescantes propuestas en coctelería de café, On Ice, de la marca STRACTO de Cafento.

Paralelamente, y también en Galicia, la Escuela Cafento ha organizado en el mes de abril diez actividades formativas dirigidas a profesionales de la hostelería de esta comu-

nidad. Cafento es una empresa familiar, resultado de la integración de un nutrido grupo de empresas con décadas de experiencia en el sector del café.

Cafento se define como "una empresa global, basada en la cercanía al cliente a través de cada una de las marcas de tradición local. Esto unido a una fuerte infraestructura nos posiciona como una de las grandes compañías europeas del sector".

Además y fruto del análisis de las tendencias de consumo, ofrece una amplia selección de tes e infusiones, chocolate tradicional y de sabores o refrescantes combinados a bases de café, té o chocolate

Los proveedores de máquinas expendedoras cierran 2012 con un 5% menos en ventas

El cierre del cuarto trimestre de 2012 en lo que respecta al mundo del vending en general, y a la venta y distribución de máquinas expendedoras en particular, proyecta un decrecimiento del mercado del 5% respecto al mismo periodo de 2011, alcanzando un total de 13.400 unidades en 2012.

El mercado se sustenta en las familias del café (+7%) y de los snacks (+1%), que compensan la fuerte caída de las máquinas de las bebidas frías (-43%).

El reparto por familias se sitúa en un 56% bebidas calientes, 31% snacks y 11% bebidas frías. Cabe destacar que en caso de la mayor familia, Café y bebidas calientes, el 84% son máquinas de café espresso y el 16% de café soluble. La familia Snacks, continúa dominada en un 98% por máquinas de

espirales, y el 78% son ya máquinas con temperatura por debajo de los 5 grados.

En cuanto a sistemas de pago, en 2012 se han vendido en España 39.900 sistemas de pago para máquinas vending, lo que significa un crecimiento del mercado del 2% respecto a 2011. El periodo ha estado liderado por los sistemas Cashless y los monederos de cambio con un 36% y un 33% de cuota respectivamente, seguidos por los lectores de billetes con un 16% y por los selectores con un 15%.

Cabe destacar el crecimiento del 43% de los selectores, así como los lectores de billetes con un 28%, que compensan la caída de la familia de monederos de cambio (-24%).

En nuestro país vecino, Portugal, el cierre de 2012 proyecta un crecimiento acumula-

do del mercado del 12%, con unas ventas de 2.900 unidades durante el ejercicio, de las cuales un 82% corresponden a máquinas de café y bebidas calientes, y un 18% a la familia de Snacks. La familia de bebidas frías ha caído un 88%, la de snacks un 10%, y la familia de café aporta todo el crecimiento en el país, con un incremento del 24%.

Cabe destacar que en caso de la mayor familia, Café y bebidas calientes, el 96% de las máquinas son de café espresso. La familia Snacks, está dominada en un 98% por máquinas de espirales, y el 54% son máquinas con temperatura por debajo de los 5 grados. En sistemas de pago, se han vendido en Portugal 4.400 para máquinas Vending, lo que significa una caída del 26% respecto a 2011.

El mercado continúa liderando por los sistemas cashless, con un 41% de las ventas, seguido por los monederos de cambio con un 28%. No obstante, cabe destacar que la única familia con crecimiento ha sido la de los lectores de billetes (+60%), y el drástico descenso de los sistemas cashless (-46%) a pesar de continuar liderando el mercado.



vendingmodular
www.vendingmodular.com

REVOLUCIONAMOS LAS TECNOLOGÍAS DEL VENDING

SISTEMA DE EXTRACCIÓN PATENTADO: NOVEDAD MUNDIAL

- ✦ Cero enganches
- ✦ Mínimo tiempo de reposición
- ✦ Máxima diversidad de tamaños y volúmenes
- ✦ Óptima exposición del producto
- ✦ Gran capacidad de almacenaje

SHOPMATIK
PUNTOS DE VENTA AUTOMATIZADOS



GESMATIK
GESTIÓN Y CONTROL AUTOMATIZADO



www.vendingmodular.com www.gesmatik.com www.shopmatik.es

Uzbina 24 - Pabellón F1 - 01015 - Vitoria-Gasteiz (Álava) | vendingmodular@vendingmodular.com
teléfono 945 06 06 06

JOSÉ MARÍA ALDA, RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DEVENDING DE SODEXO

“Tenemos un teléfono de incidencias y propuestas de mejoras abierto al usuario de forma permanente”

¿Cuál es la actividad principal de su grupo empresarial?

Sodexo es la mayor compañía del mundo en soluciones globales de servicio, que abarcan desde la restauración colectiva hasta el mantenimiento multitécnico, gestión energética, limpieza, seguridad, etc. En definitiva, el trabajo de Sodexo se traduce en el diseño, gestión y prestación de los servicios que resultan necesarios para el funcionamiento diario de cualquier organización. Estos servicios se gestionan desde la división Soluciones de Servicio On-Site, que supone

SODEXO DESARROLLA EN LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID EL CONCEPTO DE RESTAURACIÓN ‘UNITY’, QUE INCLUYE CAFÉ DE COMERCIO JUSTO, Y EL VENDING FORMA PARTE DE ESE IMPORTANTE SERVICIO QUE PRESTA A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA



más del 90% del negocio del Grupo Sodexo a nivel internacional. La compañía enfoca todos estos servicios bajo el claim “Soluciones de Calidad de Vida Diaria”, ya que para Sodexo, el bienestar juega un papel fundamental en el progreso de las personas y el desempeño de las organizaciones. Sodexo opera hoy en 80 países, incluido España, y cada día se benefician de sus servicios más de 75 millones de personas en los 33.400 centros donde está presente. La compañía cuenta con una plantilla de más de 420.000 trabajadores en todo el mundo, lo que la convierte en el 21º mayor empleador del mundo y 6º en Europa. En nuestro país, la cifra de empleados asciende a 4.500 y operamos en más de 350 centros.

¿Qué relación tiene su compañía con el vending?

El vending se integra en la oferta global de servicios de Sodexo dentro del amplio abanico de soluciones que ofrecemos en el ámbito de la restauración. La oferta de vending, al igual que el resto de nuestros servicios, se adapta a las necesidades y preferencias del centro, tanto desde el punto de vista del diseño y ubicación de los puntos de vending, como en cuanto a la elección de los productos y proveedores. La oferta de restauración de Sodexo se implanta atendiendo a las demandas de los diferentes perfiles de usuarios así como a las necesidades que derivan de distintos momentos de consumo.

¿Qué líneas de trabajo tienen en relación a este segmento?

Sodexo implanta soluciones de vending en grandes empresas, eventos, universidades, e incluso residencias para mayores u hospitales. En cualquier caso el vending se integra en una oferta completa y personalizada según las necesidades del cliente. En todo momento, el objetivo es sumergirnos la filosofía del centro y adaptarnos al perfil de sus usuarios. Por ejemplo, en la Universidad Europea de Madrid el vending es un elemento más dentro de nuestro concepto de restauración universitaria llamado “Unity”. Conscientes de la sensibilidad del público universitario hacia los temas sociales y su grado de conciencia medioambiental, incluimos

una variedad de cafés de comercio justo en las máquinas, una opción que, por otro lado, encaja con los compromisos y valores de Sodexo en materia de responsabilidad social.

En lo referente a grandes eventos, también incluimos vending en nuestra oferta de restauración en el Open de Tenis de Madrid. El año pasado instalamos 32 máquinas en 7 puntos estratégicos y dimos servicio a unos 40.000 usuarios en todo el torneo. De hecho en la edición de 2013 volveremos a estar presentes por quinto año consecutivo.

Por otra parte, una de nuestras máximas en la implantación del vending es ser especialmente operativos en la resolución de incidencias. Nos preocupa especialmente mantener abierta la comunicación con los usuarios y dar la posibilidad de obtener un feedback directo sobre el servicio, para lo cual habilitamos un teléfono permanentemente abierto no sólo a incidencias, sino también a sugerencias de mejora y otras peticiones de información.

EN 2012, INSTALÓ 32 EXPENDEDORAS EN 7 PUNTOS ESTRATÉGICOS DEL OPEN DE TENIS DE MADRID Y ESTE AÑO VOLVERÁ A OCUPARSE DE ESE SERVICIO

¿Con qué empresas suelen trabajar en este sector?

Algunas de las grandes empresas con las que trabajamos son el Grupo Alliance Vending (Gedemasa, Arbitrade, Caserven, Burvending), IBERVENDING, Josmar, Comasa, Raffvending P.D.V... Estos partners representan el 95% de la facturación.

¿Con qué marcas y productos suelen trabajar en este canal de ventas?

Trabajamos siempre con marcas de primer nivel, líderes en sus respectivos sectores, como por ejemplo con todo el catálogo de Coca-Cola, Trinaranjus, Lanjarón, Fuentesa, Bimbo, Donuts, Matutano. También ofrecemos una gran variedad de cafés, que es un producto en el que los consumidores valoran y demandan cada vez más calidad.

La compañía más admirada en el sector servicios de calidad de vida, según la revista Fortune



Sodexo, líder mundial en Servicios de Calidad de Vida, es la compañía más admirada de su sector, según la encuesta de reputación corporativa de la revista Fortune 2013. Sodexo presta servicios a unas 350 empresas en España y, entre ellos, áreas de vending en compañías, colegios, universidades y hospitales.

El prestigioso ranking de la revista Fortune ha sido elaborado a partir de las opiniones de 4.000 altos cargos, directores y analistas que calificaron a unas 700 compañías de hasta 30 países en un total de nueve criterios, desde la innovación a la competitividad global. Entre los líderes mundiales en el sector de los Servicios de Outsourcing Diversificados, Sodexo ha sido elegida número uno en todas las categorías y ha obtenido tam-

bién el primer lugar en materia de Innovación, Responsabilidad Social, Solidez Financiera, Inversiones a Largo Plazo y Competitividad Global.

Fuentes de la empresa explicaron que “el modelo social de Sodexo es el motor del compromiso de los empleados del grupo. Sodexo se esfuerza por ser un impulsor del desarrollo en las regiones donde opera, así como un referente mundial en Servicios de Calidad de Vida para mejorar el rendimiento de sus clientes”. La multinacional también trabaja en grandes eventos con su oferta de vending, como fue el Open de Tenis de Madrid 2011. Allí instaló 32 máquinas en 7 puntos estratégicos. En la edición de 2012, volvió a estar presente por cuarto año consecutivo.

Fundado en 1966 por Pierre Bellon Sodexo es el líder mundial en servicios que mejoran la calidad de vida, un factor esencial en el desempeño diario de las organizaciones y las personas. Presente en 80 países, Sodexo da servicio a 75 millones de consumidores cada día a través de su combinación de servicios On-site, servicios de Beneficios e Incentivos y servicios a la Persona y a Domicilio.

A través de sus más de 100 servicios, Sodexo propone a sus clientes una oferta integrada basada en más de 45 años de experiencia centrada en las siguientes áreas: recepción, seguridad, limpieza y mantenimiento, restauración, vales de comida y regalos, tarjetas de transporte y servicios de asistencia y conserjería en el hogar.



Alliance Vending se sumó a La hora del Planeta con mensajes sobre el ahorro energético en sus vasos ecológicos

ALLIANCEVENDING, PRIMER DISTRIBUIDOR ALIMENTARIO DEL PAÍS DE MÁQUINAS EXPENDEDORAS REALIZÓ EN MARZO UNA CAMPAÑA CONJUNTA DE SENSIBILIZACIÓN CON WWF EN FAVOR DEL USO RESPONSABLE DE LA ENERGÍA Y LA CONSERVACIÓN DEL PLANETA

AllianceVending, primer distribuidor alimentario del país de máquinas expendedoras realizó en marzo una campaña conjunta de sensibilización con WWF en favor del uso responsable de la energía y la conservación del planeta.

El operador nacional, con sede en el Parque Tecnológico de Málaga (PTA), acompañó a la campaña internacional con sus más de 9.000 máquinas expendedoras de cafés y chocolates, actualizando el diseño de sus vasos, de papel ecológico y 100 por 100 compostables, incluyendo mensajes e imágenes oficiales de la iniciativa de WWF 'La hora del Planeta', cuyo punto álgido tuvo lugar, en todo el

mundo, el sábado 23 de marzo a las 20.30 horas. AllianceVending, que colabora de forma desinteresada por tercer año consecutivo, calculó alcanzar en España más de 11 millones de impactos directos.

El operador nacional, que cuenta con más de 300 trabajadores y que alcanzó en 2012 una facturación superior a los 40 millones de euros, distribuye al mes más de cinco millones de cafés; 7.000 cafés a la hora y más de 100 por minuto.

Las máquinas de café de la compañía distribuyeron sus bebidas acompañadas de mensajes de concienciación en estaciones de viajeros, administraciones, hospitales y empresas de

todo el país. Este año el movimiento, según datos de la organización pro defensa del medio ambiente, alcanzó la mayor repercusión internacional conocida, contando con la adhesión de más de 7.000 ciudades de 150 países diferentes, y la colaboración de las principales empresas de sectores de referencia como Coca-Cola, Orange, Eroski, Inditex o Grupo Leche Pascual entre otros, que pusieron al servicio de WWF sus redes sociales y diferentes canales de comunicación para difundir y dar a conocer la iniciativa, al igual que lo que hizo Alliance Vending con sus vasos.

Alliance Vending es una de las dos mayores empresas del

país de vending o distribución alimentaria a través de máquinas expendedoras, al tiempo que número uno en la prestación de este tipo de servicios en más de 60 grandes hospitales y centros sanitarios en todo el territorio nacional. La compañía es una de las firmas del sector con capacidad real para acometer proyectos de gran envergadura de ámbito estatal.

Desde 2008, el grupo opera bajo la marca única AllianceVending al tiempo que suma la experiencia desde 1988 y la expansión de enseñanzas regionales históricas del holding Grupar, tales como Arbitrade en Cataluña, Caservén en Andalucía o Gedemasa en Madrid y Castilla La Mancha, así como otros partners estratégicos en otras regiones como Galicia (Ventin Vending), Canarias (AMFM) o País Vasco, Cantabria y Asturias (Burvending y Norvending), entre otros.

En sus centros de trabajo la firma cuenta con procesos de calidad de gestión y calidad de gestión medioambiental, certificados en todos o varios de sus centros, en las siguientes normas o sistemas: ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, Madrid Excelente, Distintivo ANEDA y Ecoembes.

La acción tuvo lugar entre las ocho y media y las nueve y media del 23 de marzo, sesenta minutos durante los cuales las

LOS VASOS SE
REPARTIERON EN EL
HOSPITAL GREGORIO MARAÑÓN, LA
ESTACIÓN MARÍA
ZAMBRANO Y EL
AEROPUERTO DE
SABADELL

diferentes organizaciones, empresas, organismos públicos y ciudadanos participantes apagaron sus luces para contribuir a la reducción de las emisiones de CO2 a la atmósfera, concienciando y sensibilizando a la ciudadanía de la importancia de pequeños gestos que ayudan a mejorar la relación del ser humano con el medio ambiente y frenar el cambio climático mediante la reducción del consumo energético.

En el apagón quedaron sin luz edificios emblemáticos como la Alhambra de Granada, la Sagrada Familia en Barcelona o el Acueducto de Segovia entre muchos otros. Los vasos de papel utilizados por AllianceVending para dar difusión a la campaña se entregaron durante todo el mes de marzo con mensajes que recordaron a los usuarios la importancia de reciclar, reutilizar y adoptar hábitos diarios que supongan un ahorro

energético.

Dichos vasos están fabricados en papel 100 por cien compostable, un soporte que se degrada biológicamente produciendo dióxido de carbono, agua compuestos inorgánicos y biomasa a la misma velocidad que el resto de materia orgánica sin dejar residuos tóxicos visibles o distinguibles. Estos vasos estuvieron en puntos de distribución del operador tan conocidos como el Hospital Gregorio Marañón en Madrid, la estación María Zambrano de Málaga, el Hospital de Jerez de la Frontera o el Aeropuerto de Sabadell entre muchos otros.

La acción del operador de vending obtuvo el premio especial de la EVA en 2011, asociación que engloba a nivel europeo a los mayores operadores de vending. En palabras del responsable de marketing de la compañía, Abraham García, "colaborar por tercer año consecutivo en la difusión y puesta en práctica de 'La hora del planeta' consolida nuestra firme voluntad de trabajar mano a mano con una organización como WWF que lucha incansable por la mejora del uso de los recursos naturales de nuestro planeta".

"Se trata", añade, "de una acción de responsabilidad social muy especial para nosotros pues nace precisamente de uno de los elementos más importantes en nuestro trabajo: los vasos de café, que son distribuidos por miles al día en nuestras máquinas cumpliendo ahora siete años desde la implantación del vaso de papel en un porcentaje superior al 90% para el servicio de nuestra compañía como apuesta firme de nuestro compromiso con el medio ambiente".

Asimismo, la compañía se caracteriza por su incesante implantación de políticas de responsabilidad social.

Instalan máquinas para renovar permisos de conducir

El mundo del vending cada vez proporciona por medio de sus instalaciones mayores facilidades para los ciudadanos. Las licencias de conducir son una de las últimas novedades que ahora en el estado de Tennessee ahorrarán trámites a la hora de renovar el carnet.

MorphoTrust USA y el Departamento Seguridad Nacional abrieron quioscos de autoservicio para renovar y reemplazar las licencias de conducir y las tarjetas de identidad en unas 40 nuevas ubicaciones, que incluye servicentros, bibliotecas públicas y oficinas AAA. Tennessee es uno de los primeros estados que ofrece estos quioscos en otros lugares públicos y reduce de esta manera los tiempos de

espera de los usuarios. Según informó el portal idnoticias.com, los usuarios tienen que deslizar su licencia o identificación vieja e ingresar su información de identificación. El quiosco toma una foto e imprime un recibo que sirve como licencia o identificación temporal hasta que llegue la permanente por el correo postal en un plazo de cinco a siete días laborables. Los quioscos están en red con los registros estatales de licencias de conducir y están equipados con software de verificación de imagen, que compara a la persona que posa para la foto nueva con la foto de la licencia anterior; con el fin de evitar el robo de identidad. El pago se puede realizar con tarjeta de crédito o débito.

Olevending llega a Galicia y también alcanza un alto impacto en los medios

Olevending continúa pensando que la repercusión mediática es una de las mejores formas de alzar la imagen del vending, tan importantes en estos tiempos, y que se ha convertido en uno de los grandes objetivos del sector para este año 2013. Ahora, con la expansión de la nueva máquina expendedora de carne fresca a otras regiones, en este caso Galicia, las noticias han vuelto a proliferar.

La cuestión es que cada vez más la prensa generalista se hace eco de este tipo de noticias, como ha sido el caso de 'El Faro de Vigo' con motivo de la última instalación. Los responsables de Olevending utilizan

además el frontal de la máquina para publicitar la página web, donde además se están subiendo vídeos y noticias sobre esta nueva ola mediática de repercusión del sector en diversos ámbitos de la sociedad. La última instalación, concretamente, fue en Cangas de Morrazo y el operador -de nuevo el mismo responsable de la charcutería-carnicería-, ha confirmado que el servicio está disponible las 24 horas del día y que las primeras sensaciones son positivas en cuanto a la respuesta de la clientela.

Este modelo de negocio colabora en fortalecer la imagen de la venta automática y fideliza clientes.



EL LECTOR LITHOS DE COGES CON SISTEMA DE NUEVE SEÑALES ÓPTICAS DE RECONOCIMIENTO

El lector de billetes Lithos superó con éxito la prueba de homologación del Banco Central Europeo tanto para la serie 1 de 5,00, 10,00 y 20,00 Euros (actualmente en circulación) como para los nuevos billetes de 5,00 Euros. Está equipado con un sistema óptico de alta precisión. Se adquieren 9 señales ópticas de toda la superficie del billete para garantizar un reconocimiento preciso y una comparación exacta con las bases de datos propietarias. Lithos está provis-

to también de ópticas separadas dedicadas específicamente a reconocer la inserción del billete y de un sistema óptico anti-fishing para impedir la recuperación del billete insertado. Además de la máxima fiabilidad en la lectura de billetes, Lithos ha sido diseñado para brindar facilidad de instalación y mantenimiento y una gran versatilidad de uso, junto a la más alta calidad y resistencia de los materiales.

GRUFUSA

GRUFUSA LANZA SU SURTIDO GRUFUCHUCHERÍAS EN BOLSITAS DE 30 GRAMOS

Grefusa amplía sus propuestas para los más peques, ahora con las nuevas Grefuchucherías TOP MIX, que reúne en un mismo surtido sus chucherías preferidas.

La nueva bolsa de chuches contiene 30 gramos de fresas salvajes, moras, tubos rellenos y sandías, siempre acompañadas de Grefusito, la mascota de Grefusa. Todo en tamaño mini y, además, sin gluten para

que los niños celíacos también las puedan disfrutar: TOP MIX, completa la gama de Grefuchucherías "que más molan junto a SUGAR MIX Y PICA MIX, porque siempre están ricas y blanditas, y acompañadas por las GrefuPromociones más divertidas, como ahora por Grefushow3 Dúos", explicó la empresa en un comunicado. Las



bolsitas de 30 gramos están diseñadas "para garantizar el consumo de una ración responsable para los más peques".

GALLINA BLANCA

GALLINA BLANCA LANZA MICRO, UNA NUEVA GENERACIÓN DE PLATOS PREPARADOS PARA MICROONDAS



Gallina Blanca amplía su línea de productos con su nueva gama Micro, el primer lanzamiento de la compañía de pasta especial para microondas. Con el objetivo de innovar y hacer más sencilla la vida de los consumidores, la multinacional española de alimentación ha apostado por esta nueva línea. Se convierte así en una nueva opción para las expendedoras en empresas y en todo tipo de lugares cuyo

personal necesite alimentarse de manera sana y en un espacio corto de tiempo, aunque será necesario que se encuentren cerca de un microondas. La gama Micro se presenta en formato 1 ración e incluye tres variedades: Macarrones con Setas y Trufas, Espirales al Pesto y Macarrones con Tomate y Albahaca. Se trata de recetas elaboradas con ingredientes muy seleccionados para elaborar una comida rápida.

EurOps 2013
EUROPEAN VENDING ASSOCIATION

VendingCruise
Business on Board

by **CONFIDA**
Associazione Italiana Distribuzione Automatica

Vending Cruise and EurOps will be held together on board the Costa Mediterranea in order to create the most important international Vending event, with support from European Associations.

A highly innovative format with extraordinary potential.

vendingcruise.it

taking the course to growth
May 3-7, 2013

Savona
Barcelona
Palma de Mallorca
Marseille

Business, cohesion, sharing and wellness aboard Costa Mediterranea

promoted by **CONFIDA**
Associazione Italiana Distribuzione Automatica

in cooperation with **AVV**
Automatic Vending Association

sponsored by **RAE**
Rheavendors Association

SVENSKA VENDINGFÖRENINGEN
Vending - Allied Franchise, allied govt, allied appeal

OVV
Österreichischer Vendingverband

rheavendors group

colim
Piacere Espresso

LIOMATIC

BWT
water + more

Supermatic

SANBENEDETTO

Renovación de la suscripción gratuita España



Renovación de la suscripción a la revista **HOSTELVENDING** (6 números al año)

Si usted recibe la revista y quiere seguir suscrito a ella, actualice sus datos y envíelos a la siguiente dirección de correo electrónico (mail) info@hostelvending.com o a la dirección:

C/ Ferrocarril del puerto, 8 - oficina 18 - 29002 Málaga (España)

Datos a cumplimentar (obligatorios):

- Nombre o razón social - Indique su actividad: 1.- Operador 2.- Fabricante 3.- Distribuidor 4.- Otros
- CIF /NIF - Persona de contacto - Dirección - Código postal - Localidad - Provincia - mail - Teléfono

International readers: How to renew your subscription



HOSTELVENDING magazine subscription (6 issues/year)

If you live outside Spain and you want to keep receiving our bimonthly magazine, you need to update your subscriber contact details and send an e-mail to: info@hostelvending.com

Alternatively, you can also post your details to: **C/ Ferrocarril del puerto, 8 - oficina 18 - 29002 Málaga (SPAIN)**

Subscription fees:

50 Euros / year. Bank transfer details for payment: IBAN: ES17 0049 5968 2623 1647 6334

BIC: BSCHEMM - VAT NUMBER: ESB92727924

Subscriber information (compulsory):

- First name, surname and/or Company name - Type of company: 1.- Operator 2.- Manufacturer 3.- Distributor 4.- Other
- VAT number - Contact person - Address - Post code - City
- County/region - e-mail - phone - Copy of bank transfer receipt

Hybrid

el aire es más limpio



25% menos de CO2 emitido en el ambiente
utilizando **Hybrid** en lugar del vaso de plástico tradicional*



*Estudio realizado por **DNV Business Assurance**, instituto independiente que ha analizado y cuantificado las emisiones de CO2 durante el ciclo de vida del producto.

Para más información
www.flo.eu



