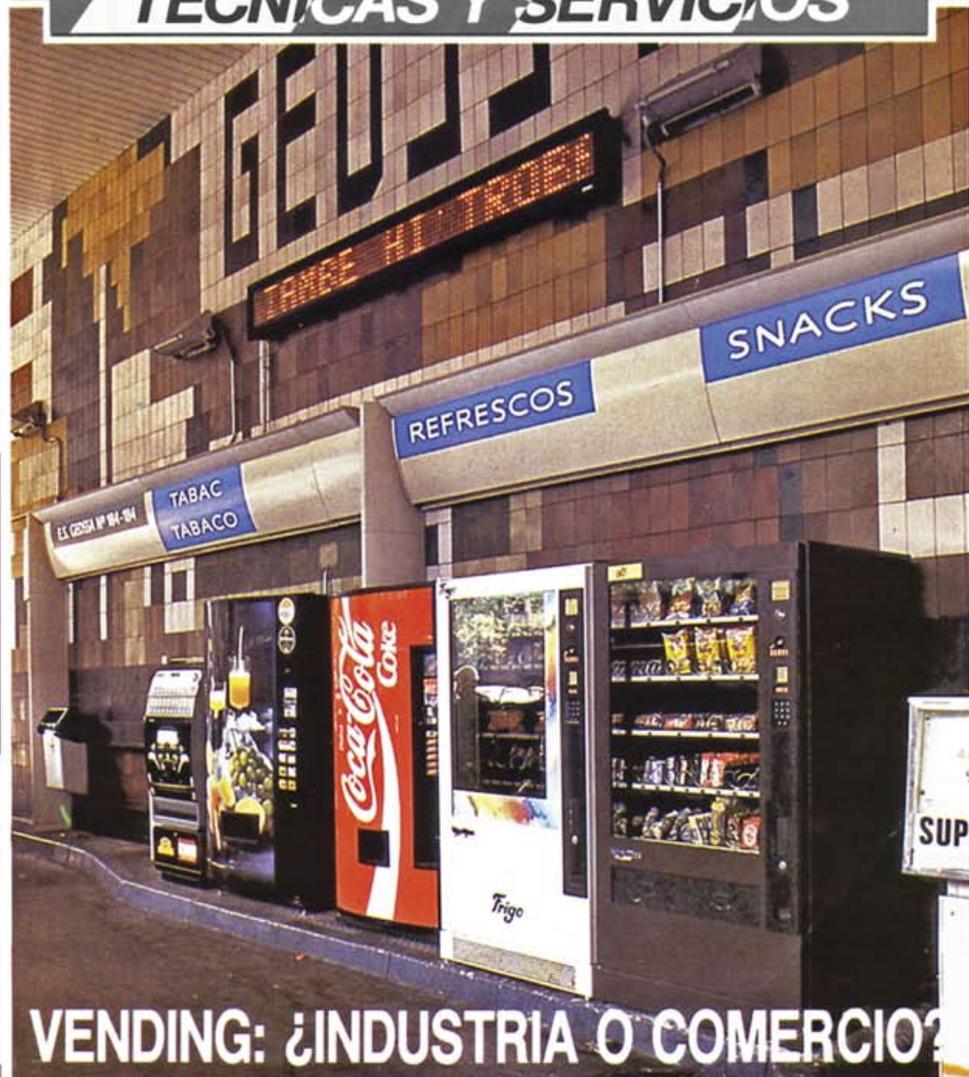


AÑO I - N.º 1 - SEPTIEMBRE 1990

MUNDO VENDING

TECNICAS Y SERVICIOS



VENDING: ¿INDUSTRIA O COMERCIO?

 **Excicom Lilybar**

presenta:

caffè MATIC

"ELMASDIFICILTODAVIA"

- MAS LIGERA (3 Kgs.)
- MAS PEQUEÑA (50x54x38 cm)
- MAS RAPIDA (prepara el café en 15")
- MAS PRACTICA (niveles de agua y café visibles).
- MAS COMODA (Depósito de agua recargable sin moverle del sitio).
- MAS FACIL de regular la dosificación para café largo ó corto.

y además...

¡MAS BARATA!

29.500 ptas.

P.V.P. (IVA incluido) 33.040

¿COMO FUNCIONA CAFFÉ MATIC?

Se llena el depósito de agua y de café, y para los próximos 30 cafés, no hay más que pulsar un botón para tener en 15" un estupendo café. Solo consume corriente los 15" que tarda en elaborar un café.

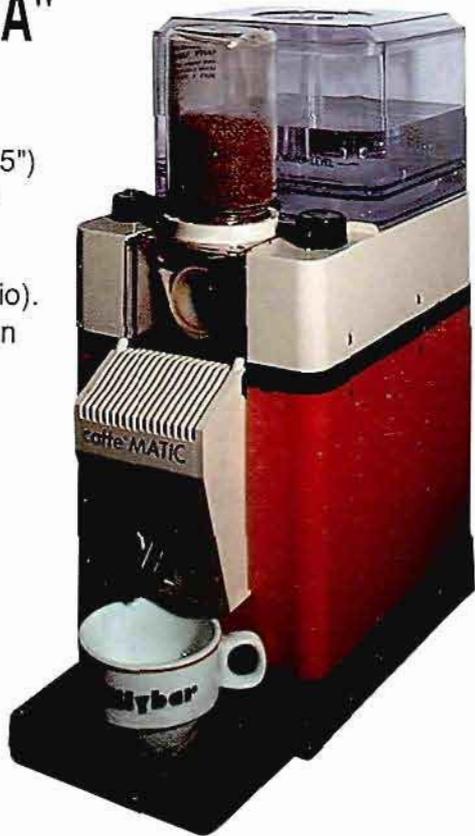
realice su pedido por teléfono

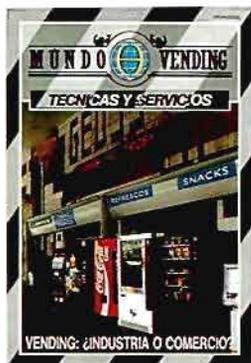


93 - 726.62.55.

 **Excicom** internacional, s.a.

C/ MORATIN, 40-50 - 08206 SABADELL (BARCELONA)





EDITORIAL

PORTADA:

Las estaciones de servicio como un espacio clave en el desarrollo del vending

FE EN EL PASADO, ESPERANZA EN EL FUTURO

Lamentamos tener que comenzar estas páginas mencionando el fallecimiento del que ha sido considerado el gran iniciador de ANEDA en España, Don Manuel Sanmartín Salvador; quien fundó la Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos en 1981 junto a David Blasco Vázquez de Máquinas Automáticas Blasco, Vincenzo Mezzatesta de Damsa y Javier San Juan Ullate de Cantimatic. Sanmartín era, a su muerte, Consejero Delegado y Vicepresidente de Sematic, así como Presidente de Honor de ANEDA.

Gran amigo de los que de una u otra manera compartieron su carrera profesional, Manuel Sanmartín deja el vending en el momento de mayor auge, en el despegue que los nuevos tiempos están dando a la venta automática. En un número especial de la revista Minutos Tratecna para el Vending, al que hacemos referencia en la sección de Biblioteca, sus amigos y compañeros de trabajo hacen memoria de los años compartidos.

El mejor homenaje que podemos tributar al Sr. Manuel Sanmartín desde nuestra posición de medio de comunicación es incentivar y promocionar la industria del vending, elaborando una revista técnica dedicada a ocupar el espacio que le corresponde en el mundo de la venta automática, y que hasta ahora nadie ocupaba.

Mundo Vending en su número 0 salió lleno de esperanzas y, como no, con algo de temor por su aceptación, sin embargo la acogida ha sido correcta y ahora contamos con el apoyo y la colaboración del sector. Un sector emprendedor, profesional y joven que se encuentra en pleno ascenso y que cuenta ahora con unas páginas dispuestas a darlos a conocer y servir de soporte incondicional. Queremos agradecer la confianza que han depositado en nosotros y hacer público el reconocimiento de que sólo con la colaboración de ustedes podremos servir eficazmente, como vehículo de comunicación e impulsores de sus objetivos.

En nuestra incursión por el sector pretendemos abarcar desde la tecnología más avanzada en cambiadores de monedas hasta los pequeños detalles de decoración en

las máquinas o las nuevas ideas de emplazamientos. Lo cierto es que es una meta difícil, pero que nos atrae. Hacia ella vamos, hacia el futuro: la venta automatizada total.

El incremento de empresas y personas que se inician o se expanden dentro del sector es notable en esta época, que podríamos llamar de arranque definitivo. Ha crecido y sigue creciendo el llamado vending clásico que lo identificamos con las máquinas de bebidas calientes y frías y el "otro" vending que incluye la venta de cualquier artículo a cambio de unas monedas: libros, videos, regalos, cassettes, snacks, productos higiénicos y todo lo que el mercado pida o necesite. Esto es lo que están realizando varias empresas que se inician con buen pie en este mundo del vending.

El auge en el sector se palpa además en la serie de ferias y salones en las que encontramos apartados del vending. En este ejemplar presentamos Expo E.S., por su celebración reciente. Y en este mismo año encontramos muestras de venta automática en FER, Feria Española del Recreativo, S.I.M.O. Muestra Internacional de Equipos de Oficina y de Procesamiento de Datos y una dedicada exclusivamente a esta industria: EXPOVENDING, que se convertirá en el 1er. Salón Monográfico Internacional de la Industria del Vending en España. Este serie de encuentros estimula las ideas, refuerza la competencia y da a conocer los últimos adelantos, de ahí la tremenda importancia que tienen. Todas estas ocasiones serán seguidas por nosotros para hacerlas llegar a nuestros lectores.

En esta ocasión, y queremos que en las próximas, recorreremos muchos de los temas que a todos nos interesan, por supuesto que las sugerencias que deseen hacernos al respecto serán bien recibidas y estudiadas en nuestra redacción y llevadas a cabo. Porque tenemos la intención de avanzar al lado de ustedes y de sus empresas e impulsarlas cada día más. Sólo hace falta lanzarse tras un objetivo, nosotros estamos en eso.

"El gran secreto de la obra del hombre es un prodigioso esfuerzo, cotidiano y obstinado."

Albert Camus (1913 - 1960)



HABLANDO DE VENDING

La creación de Mundo Vending nos ha llevado a intercambiar opiniones con muchos profesionales del sector a fin de que nos dieran una pauta tanto en la situación en España de las empresas relacionadas con la venta a través de máquinas expendedoras automáticas así como de la línea general que tenía que llevar nuestra revista como medio de promoción del vending.

Consideramos que es importante dar a conocer estas opiniones que podrían dar ideas a todo el sector en pro de la divulgación del vending, es por eso que en éste y, esporádicamente, en los siguientes números de Mundo Vending hacemos una recopilación de las opiniones de diferentes profesionales relacionados con este campo.

En este primer coloquio participaron Luis Manene de NRI, empresa que se dedica

a la fabricación de monederos para máquinas automáticas; Ramón Jovani de Arfyc-Money Money, fabricantes y comercializadores en máquinas automáticas que hace poco tiempo incursionaron en el mundo del vending con la fabricación de máquinas expendedoras de tickets y distribución de máquinas de bebidas básicamente.

También estuvieron presentes Joan Font de Simat, empresa proveedora de café y leche para máquinas de bebidas calientes y Victor Portolés, representante de Open, firma organizadora de Expo-vending, evento que se llevará a cabo próximamente en Sevilla.

Estos cuatro profesionales del sector coinciden en que, en España, el vending no se ha dado a conocer ni se ha explotado como en la mayoría de los países europeos.

Existe una concentración impresionante, tanto a nivel de fabricantes o distribuidores como de proveedores y operadores en máquinas de café, tabaco y bebidas frías. En casos aislados hay quién se ha aventurado a introducir otro tipo de máquinas o productos pero a un nivel muy inferior al que el mercado podría aceptar.

"Los árboles no les dejan ver el bosque. . ."

Las empresas españolas del vending, sobre todo en el sector de operadores, "no trabajan en base a publicidad o promoción sino que se introducen en las empresas que no tienen máquinas expendedoras a través de los comités o similares y ésto está bien, pero los árboles no les dejan ver el bosque" nos dice Joan Font de Simat.

Por otra parte, hasta ahora no existe un plan de captar nuevos mercados, las empresas se aseguran introduciéndose en los sectores que ya funcionan (tabaco, bebidas frías o calientes y snacks) y se concentran en quitar clientes a las empresas de la competencia. Este factor llega a tales extremos que incluso grandes empresas estatales que tienen la capacidad para realizar los estudios de mercado necesarios e incursionar en



Luis Manene y Joan Font

nuevos campos, se limitan a entrar en este juego de explotar el mismo mercado que los demás e intentar captar los mismos clientes.

"... publicidad gratis y directa en puntos de venta innumerables."

Otro de los aspectos que ha frenado el desarrollo del vending en España es que la inmensa mayoría de las grandes firmas españolas, incluso multinacionales, con productos de marca plenamente vendibles a través de un sistema vending, no han decidido aún su utilización.

Realmente, los responsables de marketing, no han valorado su rentabilidad como "full service" o simplemente alquilando máquinas expendedoras automáticas con reclamos de marca en su diseño.

Pudiera ser que tampoco quieran complicarse la vida introduciéndose en un medio para ellos desconocido, cuando, por otra parte, consiguen alcanzar los

crecimientos y penetraciones de mercado presupuestados." - comenta Luis Manene y continúa - "Hasta ahora no me he topado con nadie que piense en explotar un nuevo mercado en el vending y se le ocurra considerar que estaría haciendo una publicidad gratis y directa en unos puntos de venta que pueden ser innumerables".

A pesar de estos problemas, el "boom" del vending en España es inminente, sin embargo, también es inminente que este "boom" no puede retrasarse más tiempo ya que el Mercado Común lo tenemos a la vuelta de la esquina y esto significa la entrada de empresas extranjeras en perjuicio de fabricantes, operadores, proveedores y distribuidores nacionales si éstos no se encuentran debidamente preparados e introducidos en el sector. Luis Manene, Antonio Font y Ramón Jovani están de acuerdo en que el factor tecnológico es el más fácil de solucionar porque en última instancia la maquinaria puede importarse.

El problema grave se centra en los estudios de mercado, sistemas o redes de distribución adecuados, educación al cliente y medios de promoción.

En definitiva, la clave está en saber vender el vending y sus posibilidades y esta es tarea de todos los profesionales relacionados con el sector: fabricantes, distribuidores, proveedores, operadores, asociaciones y medios de difusión especializados en el tema.

"Una propuesta a las grandes empresas para fabricar máquinas para vender sus productos"

En el coloquio, los participantes dieron los más variados ejemplos para potenciar el vending desde su posición de profesionales del sector. Pan, leche, fotocopias, bocadillos, periódicos, botones, artículos de higiene, bocadillos y un sin fin de productos y servicios pueden ser suministrados por máquinas. También existe una cantidad enorme de

espacios donde podrían funcionar máquinas con muy variados productos y que todavía no se han explotado tales como escuelas, cuarteles, hoteles, papelerías, estancos, etc.

"Estamos haciendo un dossier de presentación en el cual hacemos una propuesta a las grandes empresas para fabricar máquinas para vender sus productos" señala Ramón Jovani.

Luis Manene asegura el éxito que podrían tener establecimientos que funcionarían únicamente con máquinas durante las 24 horas del día en donde se podrían adquirir una infinidad de productos.

"... el vending debe aprovechar cualquier evento que busque concientizar a la gente de su potencial y posibilidades".

El tema de los medios de difusión del vending es un apartado que interesa a todos los profesionales del sector y que en algunos casos ha causado cierta po-



Victor Portoles y Ramón Jovani



Los 4 participantes en el coloquio sobre el vending

lémica ya que por ser un sector nuevo y con una inmensa necesidad de promoción hay un recelo por los medios y maneras que se utilicen para su divulgación.

Como en todas las cosas los comienzos son difíciles, sin embargo, en estos momentos son varios ya los intentos que en este sentido se están haciendo, talos son los casos de la revista de la Asociación Catalana del Vending, Expovending en Sevilla y el propio Mundo Vending.

"Allá donde haya vending y me llegue el presupuesto estaré y no por nada, sólo porque estoy en ese mundo y sé que en España tenemos que potenciar vending, vending, vending" dice Luis Manene refiriéndose a Expovending, evento que se llevará a cabo en noviembre y que se presenta como uno de los mayores y más completos para la divulgación del sector. "En estos momentos, el vending debe aprovechar cualquier evento, cualquier medio de difusión que busque concienti-

zar a la gente de su potencial y posibilidades" afirma Victor Portoles.

Como Expovending, hay más proyectos que se están haciendo y muchos más que se podrían hacer, tanto exposiciones como revistas e incluso otro tipo de promoción como campañas de televisión tal como sugería Joan Font. La competencia y diversidad en estos medios es positiva para el vending ya que fomenta el esfuerzo por ir ofreciendo siempre cosas nuevas, además de abarcar más aspectos relacionados con el sector.

Para que todos estos intentos que se están haciendo funcionen de manera adecuada deben estar apoyados por los profesionales del sector a todos sus niveles ya que son ellos quienes mejor conocen las necesidades actuales del vending. En este sentido, la Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos (ANEDA), como representante del sector, tiene una gran tarea por hacer.



 **Saeco**®

**"Un buen café en la oficina"
Antes era un problema,
ahora ha llegado "Saeco".**

SAECO IBERICA S.A. C/ BERLIN, 103 entlo. 2.ª - 08029 BARCELONA
Telf. (93) 410 02 07- Fax. 321 03 60 - Télex. 50913 TCNR - E.



SERVICIO EN LA MONTAÑA MAGICA.

El 20 de Febrero de 1899 y bajo la iniciativa del Dr. Salvador Andreu i Grau, prestigioso farmacéuta de su época, se fundó Tibidabo, S.A. en la montaña que limita Barcelona. Pero el Dr. Andreu no estaba solo en su empresa, con él actuaban Marcaya, Roviralta, Arnús-Gari, Fabra i Puig, Bosch i Alsina, Maristany, Mas Yebra, Juncadella . . .

El proyecto de Tibidabo era crear en esa montaña una "ciudad jardín" con ofertas lúdicas y de ocio y así construir lo que con los años se ha transformado en un símbolo inequívoco de la ciudad de Barcelona.

El Dr. Andreu instaló un tranvía y un funicular para poder acceder al parque, puso autómatas, hizo construir el ferrocarril aéreo, fue montando atracciones, restaurantes y al final colocó el que aún hoy es el símbolo más característico del recinto: El Avión (1928).

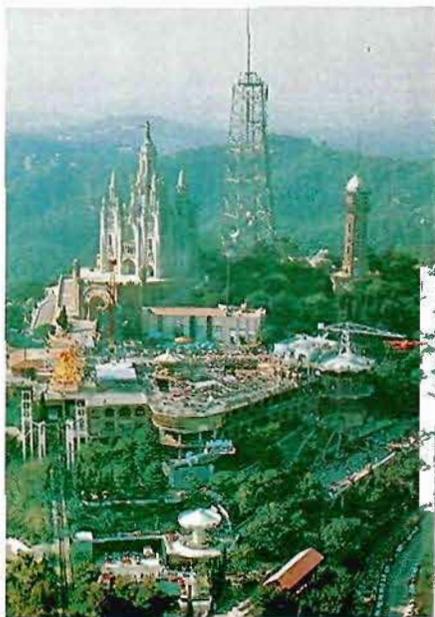
El éxito del parque no se hizo esperar. El Tibidabo se transformó en el lugar más idóneo de descanso y diversión por lo que la afluencia de público fue masiva desde sus inicios.

En Noviembre de 1928, cuando el parque de atracciones atraviesa una de sus mejores épocas, fallece el Dr. Andreu. El fundador es sustituido por su hijo, Juan Andreu Miralles. A las puertas de la guerra civil española, El Tibidabo no vuelve a iniciar su plena actividad y esplendor hasta la etapa de la postguerra y que llega hasta nuestros días.

En 1988, el Parque de Atracciones Tibidabo toma un nuevo impulso con el ob-

jetivo de hacerlo más competitivo y colocarlo como lugar de atracciones turísticas de Barcelona. Ese año la sociedad poseía un capital de 90 millones de pesetas, con unos recursos propios (capital+reservas) de 240 millones de pesetas, cotizando además en la Bolsa de Comercio de Barcelona desde 1901.

A mediados de 1988, se realizó una ampliación de capital por importe de 2.430 millones de pesetas que fue totalmente suscrito y desembolsado, en su mayor parte, por los nuevos socios, con



objeto de abordar un ambicioso plan de reformas y puesta al día del Parque de Atracciones, además de realizar otras inversiones financieras en empresas relacionadas con el sector del ocio. A finales de 1989, tiene lugar la creación de P.A.T.S.A. PARQUE DE ATRACCIONES TIBIDABO, S.A.

Actualmente el parque ocupa una extensión de 70.000 m² y en un futuro próximo piensa ampliar sus instalaciones en los 35.000 m² de suelo disponible cualificado para equipamientos.

Para situar al parque dentro de un alto nivel de competitividad y de interés turís-

tico, la Sociedad piensa invertir un total de 2.500 millones de pesetas entre 1989-1992. Dichas inversiones irán destinadas a mejorar algunas de las instalaciones actuales, por un lado, y por otro, instalar paulatinamente atracciones más modernas, de tecnología más avanzada y nueva que despierten el interés por parte del público en general.

Los bares automáticos

En el Tibidabo hay colocadas unas 40 máquinas expendedoras automáticas en los llamados Bares Automáticos. Estos



están colocados estratégicamente para prestar un servicio constante a los clientes.

Según Javier de las Muelas, director de Fast Food Tibidabo la característica más importante de las instalaciones de las máquinas en el parque de atracciones es la seguridad que siente el usuario al saberse respaldado por un sistema de comunicación constante. Todos los bares automáticos cuentan con unos intercomunicadores colocados a los lados de las máquinas, mediante los cuales el cliente puede pedir información o asesoramiento en caso de que la máquina no funcione. Hay un técnico a toda hora dispuesto a arreglar los posibles desperfectos en el servicio.

El Tibidabo tiene un contrato con una empresa operadora de máquinas expendedoras, S.V.A. quien se encarga de todo lo relacionado con el funcionamiento y cuidado de los aparatos.

Javier de las Muelas asegura que tanto clientes como los directivos del parque



Javier de las Muelas, director de FastFood Tibidabo.

están muy satisfechos con las máquinas de vending, así lo demuestra además los estudios de mercado realizados hasta el momento.

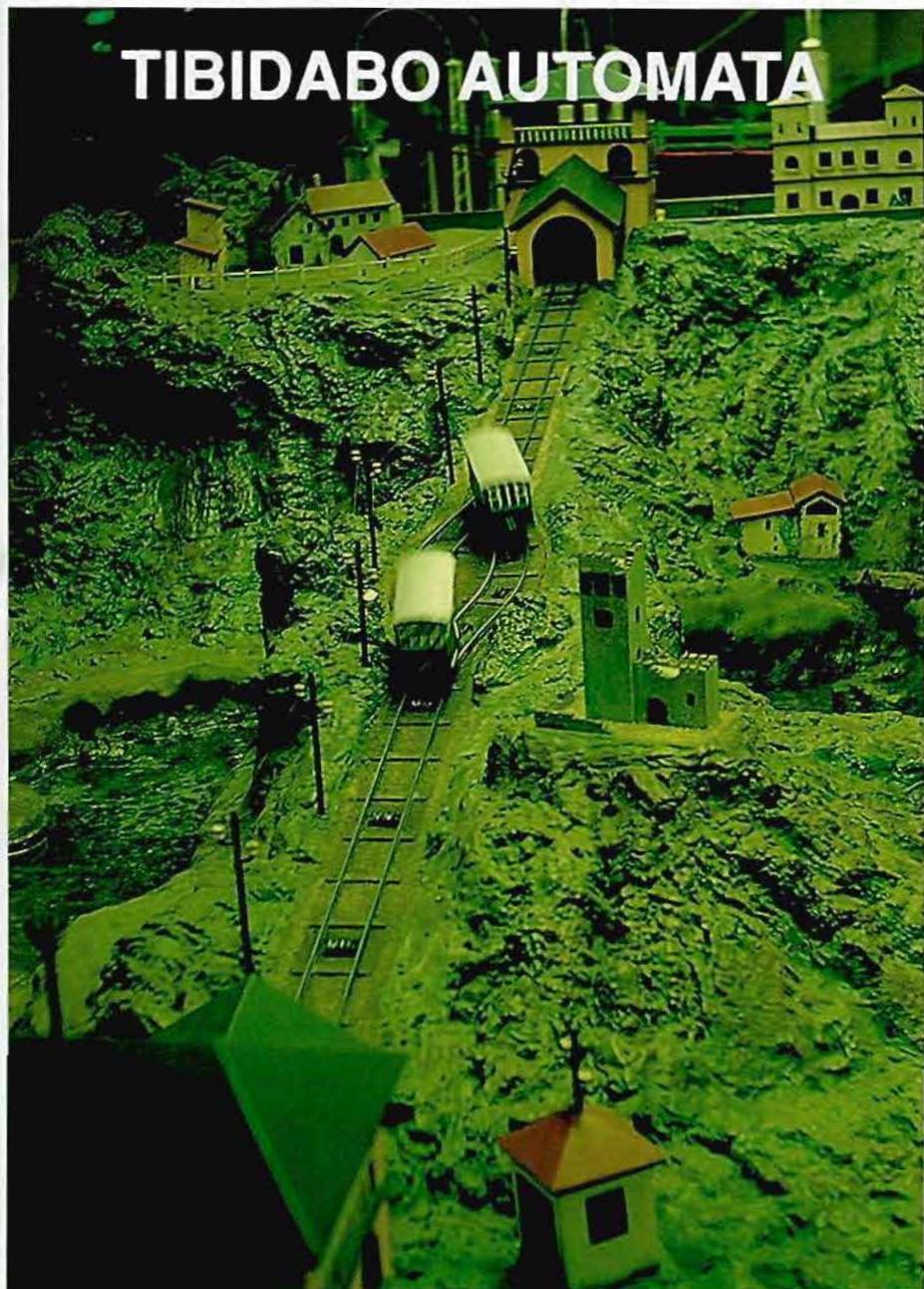
Las máquinas son usadas por el público de todas las edades, aunque se nota mayor incidencia del público juvenil.

En el parque de atracciones Tibidabo



Uno de los automatic bar que se pueden encontrar en el parque de atracciones.

TIBIDABO AUTOMATA



EXPEMOCAR S.A.



Suministramos
máquinas
expendedoras,
preservativos,
bisutería,
frutos secos,
golosinas, etc.

fabricante
en exclusiva
de bolas de
plástico (huevos)

TENEMOS RESUELTO SU PROBLEMA



Servimatic, S.A. tiene la máquina más adecuada a sus necesidades. Disponemos de aparatos de la más avanzada tecnología dentro del mercado de la Restauración Automática. Tenemos distintas modalidades de instalación de estas máquinas:

- GESTION DIRECTA
- ALQUILER
- ETC.

MAQUINA DE PRODUCTOS SOLIDOS

Distribuidor automático de productos sólidos.

Resuelve todos sus problemas de bollería, sandwich, "bocadillos", etc.



MAQUINA DE BEBIDAS FRIAS

Distribuidor automático de bebidas frías. Máxima fiabilidad y garantía en su funcionamiento.



MAQUINA DE BEBIDAS CALIENTES

Distribuidor automático en máquinas de café expreso, chocolate, té, etc.

Total fiabilidad y garantía en su funcionamiento, además, de la más alta calidad en sus productos.



S **ERVIMATIC, S.A.**
SERVICIOS MAQUINAS AUTOMATICAS

Camino de los Ingenieros, 13 - Teléfonos 462 47 99 - 462 45 89
28047 MADRID



Uno de los autómatas expuestos en el hermosos museo que tiene el Tibidabo.

encontramos máquinas de snacks, bebidas, helados y tabaco, y están instaladas desde 1988 y hay unas 6 personas al servicio de los llamados bares automáticos.

Los autómatas, la magia del vending

Los autómatas merecen no un capítulo aparte, merecen todo un libro aparte, por todo el encanto que producen a los espectadores que tienen la oportunidad de disfrutarlos alguna vez en el museo del Tibidabo.

Representan la época romántica del vending, un mundo de magia por una moneda.

Están allí, en ese hermoso museo en lo alto de la montaña, esperando que alguien toque un botón y se traslade, se vuelva pequeñito ante los muñecos que bailan con movimientos torpes. Quizás cuando se hicieron estos muñecos, la intención era conseguir el mayor parecido con la realidad, pero quedó sólo en el intento, en un intento que la época actual ha superado con creces. Los autómatas quedaron allí, no parecen reales, parecen lo que son: autómatas. Un apartado encantador de esta tecnología tan perfecta que nos rodea.



Las máquinas de vending cuentan con un respaldo de asesoramiento, información y ayuda inmediata, por medio de un sistema de intercomunicadores.



UNA MAQUINA PARA CADA ESTILO

CPK Internacional, S.A. siempre se ha sentido orgullosa de distribuir las máquinas de tabaco Harting. En esta ocasión mostramos la llamada "máquina del profesional", la Harting SSM 12/8 Manhattan en la que se distinguen su alta rentabilidad y su funcionamiento seguro.

La Manhattan como se llama familiarmente está fabricada con un mueble en chapa de acero, pintado al fuego y con un pánel publicitario. Son máquinas de construcción sólida con pie-soporte o con marco para fijación en la pared.

Viene equipada con canales de capacidad apropiada al volumen de ventas de las diferentes marcas, con mayor autonomía de carga y máximo aprovechamiento de la inversión. La SSM 12/8 Manhattan posee 12 canales, 8 selecciones y la capacidad total de 280 paquetes (180 paquetes=4x45 y 100 paquetes=4x25). Los canales son fácilmente adaptables para diferentes tamaños de paquete corto, standar y extralargo.

CPK Internacional garantiza la larga vida de las máquinas que distribuye, así como su fácil manejo. Poseen un equipo electrónico de control profesional Harting Micro Computador HMCIII. También información estadística completa de las ventas efectuadas: número total y por selecciones de paquetes vendidos, importe total de monedas existentes en cada tubo de cambio y el número total por tipos monedas.

Fácil programación de precios por se-

lecciones y comprobación de precios programados a través de los pulsadores de selección.

Dos modalidades de venta:

- Venta simple: devuelve automáticamente el cambio una vez servido el paquete seleccionado.

- Multiventa: debe pulsarse devolución de cambio una vez servido uno o varios paquetes.

Ayuda al diagnóstico y localización de incidencias.

Además posee otras prestaciones opcionales, como son, conexión a lector de tarjetas de prepago.

Harting provee a sus máquinas de un sector electrónico profesional de máxima seguridad. Con admisión de monedas de 5, 25, 50, 100, 200, 500 ptas, la devolución del cambio se hace mediante tubos autorrecargables de 5-25 y 100 ptas.

Todo el equipo electrónico hace que la máquina tenga un control estadístico completo.

En cuanto al diseño la SSM 12/8 Manhattan es totalmente racional en sus dimensiones:

Ancho 760 mm.
Fondo 310 mm.
Alto 1200 mm. con pie
900 mm. mural
Peso 80 kg.

Tiene una alimentación eléctrica de 220 v. 50 Hz. 50w. Además la selección del producto se hace mediante un panel con pulsadores iluminados de gran visibilidad. Rótulos de marcas y precios de fácil colocación. Este panel de visualización viene con indicación horaria en dis-

play digital. Indicación en digital del importe introducido y pendiente de devolución. Rótulo luminoso indicador de cambio agotado. Sólo autoriza la venta de paquetes con importe exacto. Rótulo luminoso intermitente publicitario.



INODOROS PUBLICOS AUTOLIMPIABLES

Comercial Martínez, empresa de suministros municipales, equipamientos urbanos y componentes para la construcción, presenta entre sus productos dos modelos de inodoros robotizados para cubrir las necesidades de todo tipo de usuario; estos son el T-MATIC y el TAU-H. Se trata de dos servicios de aseo automáticos, autolimpiables, de uso unisex que sólo necesitan de una sencilla instalación y son totalmente higiénicos.

El modelo TAU-H, de mayores dimensiones, está pensado para que pueda ser usado por personas con disminuciones, tiene la amplitud suficiente para que pueda introducirse una silla de ruedas. Dispone, además de todos los servicios completos, de barras metálicas donde la persona puede agarrarse.

El modelo T-MATIC tiene forma cilíndrica, ocupa una superficie de 2,3 metros cuadrados, su diámetro exterior es de 1,70 metros y tiene una altura de 2,20 metros. Su estructura totalmente de chapa estampada tiene una modularidad que simplifica al máximo el sistema de montaje y se presta, en caso de necesidad, a cambios rápidos de sus componentes. El T-MATIC está compuesto por una prebase con depósito de hormigón armado, provista de todas las tomas y áncoras para la conexión a las redes de agua, eléctricas y de alcantarillado urbano. Este ya sale preparado antes de la entrega, con el fin de simplificar y hacer mucho más rápida la instalación y la

puesta en funcionamiento del equipo. Sobre este bloque de hormigón con fibras de vidrio, se montan, por medio de un armazón de acero, los paneles exteriores. Los cinco paneles exteriores también van en hormigón con fibra de vidrio. En el interior hay un cilindro fabricado en fibra de vidrio de gran espesor que va revestido de gelcoat y con un tratamiento antipintado.

En el intersticio entre las paredes exteriores y el cuerpo interior se alojan la puerta deslizante empotrada que está construida en fibra de vidrio y revestida de acero inoxidable; el depósito de las fichas y los contenedores de los materiales de consumo. También todos los equipos hidráulicos, eléctricos y electrónicos: el difusor para el lavado interior y exterior del habitáculo; y el hueco de servicio al que se accede por medio de una apertura de cremallera, con cerradura, de dos paneles de la pared.

El T-MATIC dispone de una taza w.c. de porcelana con una forma particular para garantizar el máximo confort con las superficies de contacto mínimas. Sus paredes internas son muy escarpadas para asegurar un mejor desagüe. Pero además durante el uso las paredes internas son bañadas continuamente con un velo de agua que impide toda adherencia. El amueblado es simple y funcional ha sido realizado con la intención de obtener el máximo espacio útil garantizando los movimientos de un niño acompañado de un adulto y está compuesto de

una barra de sostén, para facilitar el uso de personas con dificultades físicas.

En el mismo habitáculo se han colocado una ménsula portaobjetos en tubos de aluminio pintados, un colgador corredizo

y un espejo irrompible fijado sobre un lavabo empotrado.

Este aparato se acciona al introducir las monedas en el monedero programable.



BEBIDAS CALIENTES SERVIDAS CON ALTA PRECISION.

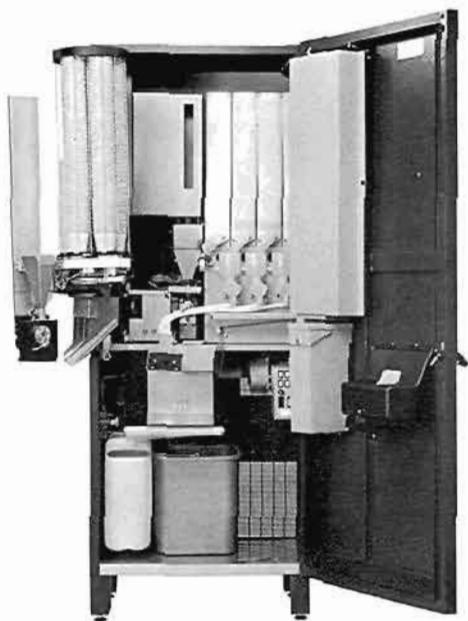
Somak, S.A. distribuye la máquina de café expreso y bebidas calientes Omnimatic P90, creada especialmente para responder a las exigencias actuales de los ambientes de trabajo, industrias y empresas de servicio.

El diseño sobrio y elegante y lo compacto de sus dimensiones, la convierte en la máquina indicada para espacios pequeños y que combina con cualquier decorado.

Toda la estructura está concebida en base a la funcionalidad y ha sido proyectada en vista a un uso racional de la instalación: aumentar el nivel de higiene, reducir el tiempo de mantenimiento y carga y rebajar los costes de asistencia.

Reproducimos algunas de las características tecnológicas de la máquina Omnimatic P90:

Seguridad: Interruptor de puerta. Falta de vasos, Falta de agua. Resto de líquido.



La P90 adapta la alta tecnología italiana con la funcionalidad y el diseño.

dos (aviso). Termostato subgrupo de café. Protección por temporizador del subgrupo café y del molinillo dosificador-

- Autonomía:

Café en grano.	kg.3,0
Azúcar.	kg.4,0
Leche.	kg.0,9
Chocolate.	kg.2,5
Té al limón.	kg.3,0
Vasos.	ca.500
Paletinas.	ca.400

- Selecciones: sin azúcar (preselección).
Café. Café largo. Café cortado. Café con
leche. Leche. Chocolate. Capuccino. Té
con sabor de limón.

- Conexión Hidráulica: Alimentación
de la red de agua, 3/8".

- Conexión eléctrica: Alimentación:
V.220/50 Hz. - 10 A

Máxima potencia absorbida : 1800 W.

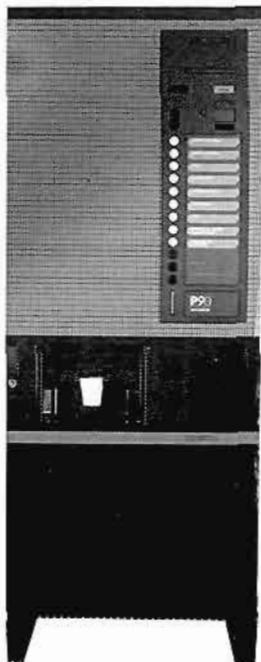
- Dimensiones y pesos:

Altura.	1730 mm.
Anchura.	670 mm.
Profundidad.	450 mm.
Peso en vacío.	110 kg.
Peso bruto.	130 kg.

- Dispositivo de venta: Hasta 4 precios
diferenciados. Monederos standar:
FAGE-GR10/4; MARS 1604-1504; NRI
G26-400; V.220350 Hz con conector.
Molex de 15 polos. Disponible para
sistemas de pago mediante tarjeta de
crédito recargable FA. GE-EC20000.
Disponible para la venta gratuita.

*El Omnimatic
P90, gracias a su
diseño sobrio y
elegante de van-
guarda, de dimen-
siones decisiva-
mente compactas,
se introduce fácil-
mente en cual-
quier rincón sin
ocupar demasiado
espacio.*

*Su funciona-
lidad es importante
ya que rebaja los
costes de asisten-
cia y tiempo de
mantenimiento y
carga.*



CARACTERISTICAS Y VENTAJAS DE LOS CAMBIADORES G26

En esta oportunidad daremos a conocer las características más resaltantes del monedero de cambio G26 de la empresa NRI Ibérica, S.A.

En relación a su capacidad de cambio, estos cambiadores tienen la posibilidad de trabajar con un módulo de tubos con 25/5/100 Ptas. o 25/5/5 Ptas. u otra cualquier combinación, gracias a que cada tubo es factible de ser intercambiado individualmente. La capacidad total por tubo es de 66 monedas de 5 Ptas. y 58 monedas de 25 Ptas.

En caso de atasco producido por una moneda en cualquiera de los tubos de cambio, el monedero está programado para que automáticamente la máquina continúe trabajando a importe exacto.

El monedero G26 está fabricado por medio de conjuntos modulares que permiten comprobaciones de averías y reparaciones que sean factibles de ser incorporadas a las memorias correspondientes. Esto permite la actualización de los monederos al menor coste, garantizando sus prestaciones ante las necesidades del futuro.

Además, cualquier lanzamiento de nuevas monedas, como ocurre actualmente, o cualquier cambio de las necesidades de aceptación de las mismas, se consigue con el menor tiempo y coste, gracias al sistema innovador de programación y al concepto modular de los monederos de NRI.

Gracias al concepto modular la actualización de los monederos de cambio G26 es total, pudiendo incorporarse a monederos antiguos el sistema MDE de capta-

ción de datos (inhalámbrios) a pasar indistintamente del monedero de cambio de un precio al de 2, 4 o 10 precios y a la inversa, con la sustitución de algún módulo, manteniéndose como elementos comunes la mayoría de los mismos, lo cual facilita también su mantenimiento y necesidad de repuestos.

Algunas de las ventajas de utilizar cambiadores G26 de NRI son:

- Incremento en la cifra de ventas de un 20 a un 30%.
- Alta capacidad de cambio.
- Optimiza la gama de productos a vender.
- Utiliza 8 tipos de monedas e incluso 3 fichas.
- Registro de datos sobre volumen de ventas, control de la máquina.
- Indicación en display del cambiador.
- Obtención de datos impresos con impresora manual.
- Acumulación de datos de ordenador personal por medio de un dispositivo manual registrador de datos (MDE).
- Sistema de verificación de monedas fiables.
- Potencia absorbida mínima.
- Posibilidad de programar desde 1 hasta 10 precios.
- Regulación y cambio rápido de los precios.
- Construcción de módulos que facilita su reparación y sustitución, por medio de cambios simples.
- Además la serie de cambiadores G26 ofrece una gran versatilidad, flexibilidad que se hace necesaria ante las nuevas exigencias del mercado.

MAQUINAS WURLITZER RECONOCIDAS POR SU CALIDAD

Las máquinas expendedoras de cigarrillos Wurlitzer son mundialmente reconocidas por su alta calidad e innovación constante en su tecnología. Algunas de las características técnicas de esta máquina son las siguientes:

Monedero electrónico programable para la admisión de 8 tipos de monedas (5, 5 nuevas, 10, 25, 50, 100, 200 y 500 Ptas.)

Devolución de cambio autorrecargable (5, 25, y 100).

Unidad de Control Wurlitzer IVC (control inteligente)

Memoria para todo tipo de información estadística; Contadores parciales y totales en Ptas., en caja y en cambio. Contadores de unidades vendidas por columnas.

Además el IVC ofrece:

- Display-LED para crédito y funciones.
- Datos de venta fallidas por columna agotada.
- Programa autodiagnóstico.
- Programa para test de funcionamiento de máquina.
- Conexión a impresora y ordenador.
- Tablero de pulsadores por sensor.
- Indicador de columna vacía.
- Indicador de crédito incorrecto.
- Venta múltiple (multiventa).
- Diferentes opciones de cambio.
- Ventanilla frontal con panel decorativo iluminado.

Etiquetas de marca con información de precios.

Ancho de columna ajustable, todas ellas pudiendo vender los 100 mms.

Resistente mueble de acero con ruedas en las patas para facilitar la movilidad.

Cerradura central.

Opcional: Soporte para pared.

Conexión 220 v.

Secundario: bajo voltaje.

Consumo: 100 w.

Tiene 8 selecciones, 8 columnas básicas+ 6 columnas de reserva, 12 displays de marcas y 12 pulsadores de selección.

Las dimensiones de la máquina embalada son: Alto 130, Ancho 78 y Fondo 41 cms.

El peso en Kilos sin embalar alcanza los 74 kg. y embalada los 86 kg.

Wurlitzer en España está representada por la firma Automatic, S.A.



VENDO VENDE VENDING

Vendo Iberia, S.A. tiene 24 años en nuestro mercado. Con tres fábricas a nivel mundial, una en Estados Unidos, otra en Japón y la otra en Italia para abarcar todo el mercado europeo, esta tradicional empresa de máquinas automáticas es ya todo un símbolo del vending.

Tuvimos ocasión de conversar con el Sr. Rafael CubarsíBas, Director Gerente en la Estación de Servicio Clavel de Mataró, donde se encuentran varias máquinas de Vendo. También nos acompañó el Sr. Alfredo Ouro, técnico de



El Sr. Rafael Cubarsi en la Estación de Servicio Clavel de Mataró.



El Sr. Alfredo Ouro trabajando en una de las máquinas de la estación de servicio.

la empresa. Allí conversamos sobre la trayectoria de Vendo y sobre las posibilidades futuras del mercado del vending.

Vendo Iberia, S.A. tiene instalados unas 30.000 máquinas en España. En todas las autonomías, excepto en Catalunya, son máquinas de Vendo las que expenden a diario las latas de Coca-Cola, que ya es mucho decir.

Pero Vendo antes de adentrarse en España ya era una empresa sólida y rentable, su trayectoria se remonta 50



La comodidad de las máquinas de vending en sitios como las estaciones de servicio, hacen de este sistema de venta uno de los más prósperos.

años atrás. Además, para seguir creciendo e incorporar la más avanzada tecnología a sus productos, Vendo es ahora una empresa de capital mayoritariamente japonés.

Y de esta asociación ya hay pruebas en el mercado español, por ejemplo con la máquina de helados MIC 202, que ha sido todo un éxito por su calidad en este verano. Pero además Vendo tiene delegaciones en todas partes del mundo: Francia, Bélgica, Alemania. . . .

Para cada país y para cada región de ese país se deben hacer estudios de mercado antes de lanzarse con una máquina automática. De allí que Vendo tenga más máquinas de un producto o de otro dependiendo del lugar en que se encuentren.

"El vending en España se encuentra en un momento de expansión, además la recesión en el área de los recreativos

incidirá de manera determinante en el vending", éstas son afirmaciones del Sr. Cubarsi, quien lleva más de 18 años en el sector y dos a la cabeza de Vendo.

Los distribuidores de Vendo se encuentran extendidos por todo el territorio nacional, Valencia, Alicante, Málaga, Tenerife, Asturias, Gerona, Madrid. . .

Las dos estaciones de Servicios Clavel de Mataró tienen instaladas, cada una, todo tipo de máquinas de vending, de snacks, refrescos, tabaco. . .

Vendo Iberia no sólo vende máquinas, su intención además es incentivar este mercado, por eso la empresa ofrece cursillos a sus clientes en el mismo sitio de la instalación del aparato, para asegurar así que el operador conozca bien su funcionamiento, ya que muchos de los problemas que presentan las máquinas vienen precisamente del mal uso de la persona que se encarga de ellas.

PARA EL CUIDADO COMPLETO DEL VEHÍCULO.

Kärcher es una reconocida empresa alemana que tiene unas 500 máquinas instaladas en España de sus productos estrella: las máquinas de lavado y aspirado de coches.

La instalación Kärcher de lavado en autoservicio de dos plazas SB-HDW 2 trabaja casi de modo completamente automático y puede funcionar en días laborables, en caso de reunir su emplazamiento las condiciones correspondientes, 24 horas al día. Con excepción de los controles diarios, al rellenar detergente en los recipientes y la limpieza ocasional de la instalación de lavado y el estacionamiento de los vehículos, el sistema funciona de modo automático.

La instalación Kärcher de lavado en autoservicio de dos plazas SB-HDW 2, versión Clean-park, es la ejecución más avanzada de esta nueva unidad central para lavado y limpieza con alta presión.

1/ Con ayuda del mando giratorio se selecciona el programa de limpieza inicial adecuado, a continuación se pone en funcionamiento el aparato introduciendo la moneda correspondiente y se toma la lanza provista de cepillo, de su soporte.

2/ La escala luminosa señala el número de monedas no utilizadas (y por tanto a disposición del cliente) que quedan en el aparato. (1 lamparilla= 100 Ptas.)

3/ La lanza con cepillo se extrae de su alojamiento para comenzar la limpieza del vehículo.

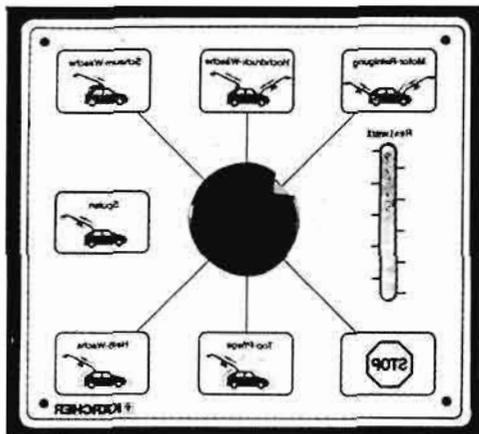
4/ Al seleccionar el programa "Lavado con espuma", la instalación conmutada automáticamente a funcionamiento con baja presión; con ayuda de un compresor se genera una espuma particularmente consistente, cuyas características pueden variarse según las necesidades o deseos concretos.

5/ La limpieza termina con los programas "Enjuague", "Cera líquida" y "Cuidado final /Brillantado", que se ejecutan todos con chorro de alta presión (sin cepillo).

Y así se trabaja:



1. Con ayuda del mando giratorio se selecciona el programa de limpieza inicial adecuado, a continuación se pone en funcionamiento el aparato introduciendo la moneda correspondiente y se toma la lanza provista de cepillo, de su soporte.



2. La escala luminosa señala el número de monedas no utilizadas (y por tanto a disposición del cliente) que quedan en el aparato. (1 lamparilla = 100 Pts.)



3. La lanza con cepillo se extrae de su alojamiento para comenzar la limpieza del vehículo.



4. Al seleccionar el programa "Lavado con espuma", la instalación conmuta automáticamente a funcionamiento con baja presión; con ayuda de un compresor se genera una espuma particularmente consistente, cuyas características pueden variarse según las necesidades o deseos concretos.



5. La limpieza termina con los programas "Enjuague", "Cera líquida" y "Cuidado final / Abrillantado", que se ejecutan todos con chorro de alta presión (sin cepillo).

OASIS AUTOMÁTICO

General de Maquinarias Hidros, S.L. presentó en Expo E.S. OASIS, una máquina para la venta automática de agua y refrescos, que se caracteriza por su practicidad. Las cargas se pueden variar según la época o el gusto de los clientes, puede venderse sólo agua y llenar todo el compartimiento con botellas de 1,5 litros o se puede variar con latas de refrescos, además la modificación de los módulos se hace de manera rápida y sencilla.

Las características técnicas más importantes que encontramos en la máquina Oasis son las siguientes:

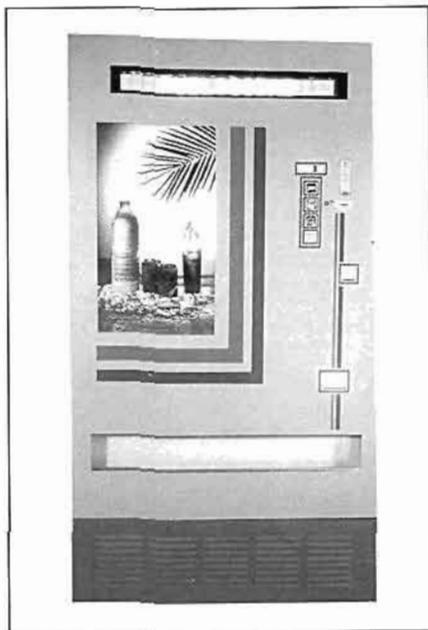
- Tensión alimentación: 220v. 50z.
- Tensión interna de control: 24v.
- Equipo de frío 1/2 HP, para un enfriamiento rápido.
- Un selector electrónico de monedas de 5, 25, 50, 100, 200 y 500 Ptas.
- Sistema electrónico de cambio.
- Visualización de monedas depositadas en los pagadores de cambio.
- Visualización de monedas depositadas en el cajón de recaudación.
- Programación a elección de los importes de los productos.
- Test de funcionamiento.
- Control de productos en venta de cada tipo o en global.
- Importe total de la venta.
- Letrero publicitario electrónico opcional.

En la Oasis podemos encontrar dos versiones: la Oasis 35, con 3 canales de

productos con capacidad para 135 botellas de agua de 1,5 litros, y la Oasis 90, donde encontramos dos canales de 45 botellas de 1,5 litros de agua y tres canales de 75 latas de refrescos.

Ambos modelos son adaptables a todo tipo de envases cilíndricos sin importar el tamaño ni las dimensiones del cilindro.

Las medidas de las máquinas son: Alto 1930 m/m, Ancho 110 m/m y Fondo 642 m/m.



La máquina Oasis presentada por General de Maquinarias Hidros impacta por su presencia estética.



CONTROL ALIMENTARIO EN LA CIUDAD DE BARCELONA.

La alimentación constituye una de las necesidades básicas de la población. La ingente actividad comercial creada en torno a ella, se encarga de que el consumidor pueda acceder a los alimentos en cantidad y variedad suficientes. Sin embargo queda por garantizar que este aporte sea realizado en condiciones tales que el consumidor vea satisfecha esta necesidad sin menoscabo de su economía y salud. Esta es la responsabilidad de los servicios de control alimentario.

Para llevar a cabo estas acciones, se precisa la existencia de un marco legislativo adecuado en forma de ley alimentaria básica y su desarrollo y complementación mediante reglamentaciones que exijan un etiquetado que informe adecuadamente de las características del producto.

Para que todas estas disposiciones sean aplicadas de forme efectiva se precisa la realización de periódicas inspecciones, la comprobación analítica de laboratorio, así como el constante asesoramiento y educación del personal manipulador del producto.

En definitiva, es preciso establecer controles a lo largo de toda la cadena alimentaria a fin de lograr que el producto final a disposición del consumidor pueda ser consumido con total garantía de inocuidad.

MECANISMOS DE CONTROL EN LA CIUDAD DE BARCELONA

La inmensa mayoría de pescados, frutas y verduras destinados a ser consumidos en la ciudad de Barcelona tiene como punto común de confluencia, previamente a su distribución hacia los establecimientos minoristas, los respectivos mercados centrales.

Por ello es importante, al igual que sucede con los productos cárnicos en el matadero, establecer un primer control sanitario sobre estos productos a fin de garantizar a los consumidores su total inocuidad. Esta responsabilidad recae sobre el Servicio de Inspección de Mercados Centrales, el cual se encarga del control organoléptico de los productos alimentarios, constata el cumplimiento o no de las normas legales de embalado y etiquetado, realiza inspecciones sobre las condiciones higiénicas de los locales y del personal, colabora con la Guardia Urbana en la inspección de los vehículos de transporte, realiza la custodia o destrucción de los alimentos intervenidos o decomisados, así como procede a la toma de muestras para su estudio analítico.

Control Sanitario en las Industrias Alimentarias.

Este nuevo eslabón del control alimentario.

tario municipal es llevado a cabo por el Servicio de Inspección Sanitaria de Industrias Alimentarias, el cual tiene como objetivo fundamental la inspección sistemática de las condiciones higiénico-sanitarias de aquellos establecimientos cuya actividad puede ser considerada como elaboradora de alimentos, como son industrias lácteas, industrias de platos preparados, etc., siendo de destacar su papel en el control del sistema de distribución de comidas a diversos colectivos municipales (guarderías, colegios, hospitales, residencias) realizado por una empresa privada de catering. La acción inspectora propiamente dicha es complementada con la toma de muestras oficiales destinadas a comprobar el cumplimiento de las condiciones técnico-sanitarias exigidas a los productos elaborados; en este sentido cabe destacar las campañas realizadas sobre determinados productos de consumo preferentemente estacional como son helados, derivados lácteos, turrone, cava, etc., así como la recogida de muestras en bares y restaurantes implicados en brotes de toxoinfecciones alimentarias a requerimiento del Servicio de Epidemiología.

Control Sanitario en los Mercados Zonales y Establecimientos

Este nivel de control se encuentra ya mucho más cercano al consumidor puesto que comprende la inspección de las distintas tiendas de comestibles, centros de restauración colectiva (bares, hoteles, restaurantes), recogida de muestras oficiales, así como funciones de asesoramiento ante consultas relativas a la higiene alimentaria efectuadas tanto por personal manipulador como por los consumidores.

En la actualidad estas funciones se encuentran descentralizadas, lo cual redundará en que todas las actuaciones sean planificadas y realizadas desde los distintos distritos de la Ciudad.

Educación Sanitaria de los manipuladores de alimentos

Finalmente, como última etapa de intervención municipal, en la Unidad Operativa de Higiene de los Alimentos y Zoonosis, periódicamente se realizan cursos de higiene para manipuladores de alimentos con el objeto de transmitir a este colectivo aquellos conocimientos sobre higiene alimentaria que implicados en su actividad laboral evitarán alteraciones en los alimentos ofrecidos al consumidor. La superación del curso conlleva la expedición del correspondiente carnet de manipulador de alimentos.

Control sobre los vehículos de transporte de alimentos.

A través de la Guardia Urbana y su Grupo Especial (GESPA) se controlan las condiciones de transporte de los distintos productos alimentarios y la documentación acompañante a los mismos, dando lugar a que, tras el dictamen sobre su idoneidad o no por parte de los Servicios de Inspección Sanitaria adscritos a la U.O. de Higiene de los Alimentos, se proceda a su liberación, inmovilización o decomiso.

Control específico sobre productos alimenticios

En esta etapa de control alimentario municipal, se realiza el estudio analítico de alimentos cuando ya se encuentran a disposición del consumidor en los diver-

Los establecimientos de la ciudad, ya sea a partir de la recogida de muestras oficiales o bien a través del programa de Investigación de la Calidad Sanitaria de los Alimentos (ICSA). Este programa a través del estudio de una serie de muestras escogidas de manera aleatoria, y teniendo en cuenta su grado de consumo y peligrosidad potencial, permite obtener una visión del estado sanitario en que se encuentran los alimentos comercializados en la ciudad. En el momento en que a partir de estos estudios o por notificación de las Autoridades Sanitarias Autonómicas o Centrales se detecta alguna anomalía en cuanto a composición o a niveles no tolerables de contaminación biótica y/o abiótica, se procede a la toma de muestras oficiales del alimento implicado para ser analizado en profundidad y poder de esta forma ejercer las acciones reglamentarias sobre el responsable de tales anomalías.

Dada la enorme distribución geográfica que la industria alimentaria realiza de sus productos, cuando en un determinado alimento se produce la detección de una anomalía que puede implicar un riesgo para la salud del consumidor, la existencia y utilización de los circuitos de comunicación establecidos entre la Administración Municipal, Autonómica y Central conducirá a que cada una de ellas, en el ámbito de sus respectivas competencias y posibilidades, ejerza las acciones más adecuadas para controlar el problema suscitado, consiguiendo de esta forma el objetivo común a todas ellas, como es salvaguarda de la Salud Pública.

Control Sanitario efectuado en el Matadero Municipal

En este centro se encuentra ubicado el

Servicio de Inspección Sanitaria del Matadero, el cual ejerce el primer filtro sanitario sobre la carne que será consumida en la ciudad, controlando por un lado la higiene del personal manipulador y del instrumental utilizado, y por otro realizando la acción inspectora propiamente dicha, la cual comprende la inspección en vivo, la comprobación y registro de la documentación sanitaria acompañante a los animales, la inspección del sacrificio y despiece, la inspección post-mortem de las canales y vísceras, la realización de análisis microbiológicos periódicos, el análisis triquinoscópico del ganado porcino y equino, el control tiroideo del ganado vacuno, culminando todo ello con el marcaje de aquellos productos aptos para el consumo y el decomiso de aquellos que no reúnen las adecuadas condiciones de comestibilidad.

Control Sanitario efectuado en los Mercados Centrales de Pescados, Frutas y Verduras

La inmensa mayoría de pescados, frutas y verduras destinados a ser consumidos en la ciudad de Barcelona tiene como punto común de confluencia, previamente a su distribución hacia los establecimientos minoristas, los respectivos mercados centrales.

Por ello es importante, al igual que sucede con los productos cárnicos en el matadero, establecer un primer control sanitario sobre estos productos a fin de garantizar a los consumidores su total inocuidad. Esta responsabilidad recae sobre el Servicio de Inspección de Mercados Centrales, el cual se encarga del control organoléptico de los productos alimentarios, constata el cumplimiento o

Coca-Cola



¡Sensación de Vivir!



no de las normas legales de embalado y etiquetado, realiza inspecciones sobre las condiciones higiénicas de los locales y del personal, colabora con la Guardia Urbana en la inspección de los vehículos de transporte, realiza la custodia o destrucción de los alimentos intervenidos o decomisados, así como procede a la toma de muestras para su estudio analítico.

PRESENTE Y FUTURO DEL CONTROL ALIMENTARIO

En los últimos años, los hábitos alimentarios de la población han experimentado importantes cambios. En líneas generales podemos decir que al habitual consumo de alimentos en estado natural se ha añadido con gran ímpetu toda una gama de alimentos elaborados industrialmente y que han venido a cubrir una serie de necesidades de toda sociedad moderna, como son el disponer de gran diversidad de alimentos en zonas donde no se producen, facilitar su rápida preparación, así como la satisfacción del aspecto frutivo que al hecho alimentario se asocia. En este sentido es preciso destacar el papel que en ello ha jugado la industria de transformación alimentaria a través de la elaboración de gran cantidad de "nuevos" productos, la incorporación de tecnología de vanguardia en la conservación y envasado de alimentos, la gran capacidad de introducción de sus productos en el mercado internacional y su extraordinario poder de inducción al consumo mediante un continuo y variado bombardeo publicitario.

Si bien actualmente el consumidor medio presta más atención a aspectos de carácter sensorial como apariencia, sabor, olor, etc., que a aspectos pura-

mente nutritivos, no es menos cierto que existe una marcada preocupación por la calidad de estos productos. De hecho, el consumidor busca el equilibrio entre dos exigencias, por un lado desea la mínima presencia de sustancias no naturales, tales como aditivos, residuos de pesticidas, etc. en los productos que va a consumir, pero por otro, demanda una gran variedad de productos cuyas características hacen necesaria la aplicación de esta tecnología no tradicional.

Ante estas situaciones, los Servicios de Control Alimentario deben controlar que los alimentos consumidos por la población no presenten niveles de contaminantes que puedan ser perjudiciales para su salud, así como identificar y monitorizar todas aquellas áreas que puedan representar un problema de contaminación alimentaria; todo ello sin limitar injustificadamente el necesario desarrollo de la industria alimentaria.

El Área de Salud Pública del Ayuntamiento de Barcelona, a través de sus Servicios de Inspección Sanitaria, la coordinación efectuada desde la Unidad Operativa de Higiene de los Alimentos, y con el soporte analítico del Laboratorio Municipal, acomete estas funciones de control alimentario con una clara voluntad de abarcar todos aquellos aspectos de la cadena alimentaria que, adecuadamente controlados, llevarán al objetivo último de proteger la salud del consumidor.

Gonzalo Monzón Fernández Peña de la Unidad Operativa de Higiene de los Alimentos y Zoonosis y Josep F. Arques Boté del Área de Salud Pública del Ayuntamiento de Barcelona.

(Este artículo fue publicado en la revista *Catering de Editorial Siglo XXI, S.A.* en el número de Mayo-Junio '90)

ANECDOTAS Y CURIOSIDADES DE JAPON

Que la tecnología de vanguardia, lo es y con mucho en el Japón, no es nada nuevo, pero los resúmenes y noticias que periódicamente nos llegan de esa nación no dejan de asombrarnos en cada sector de la tecnología que nos afecta, en este caso el vending. Los japoneses pueden adquirir las 24 horas del día cualquier cosa que pueda ocurrírseles, desde un café o un té hasta flores, joyas y enceradores automáticos de skies.

Una estadística recientemente publicada en el periódico "Yomiuri Shimbun" y reproducida en un artículo por la agencia "efe", indica que cada japonés consume en máquina de vending una media de entre 44.000 y 49.000 yenes (alrededor de 35.000 pesetas) en diversos conceptos. En 1989, de los cerca de cinco millones de máquinas automáticas de venta, la mitad eran distribuidores de bebidas frías o calientes, el importe de la venta de estas máquinas ascendió a 2,2 billones (con B) de yenes (15.714 millones de dólares), en pesetas sería astronómico. A estas máquinas les seguían en volumen de ventas las de cigarrillos y expendedoras de billetes.

El señor Katsutoshi Sawatari de la Asociación Japonesa de Fabricantes de Máquinas Automáticas manifestaba en unas recientes declaraciones a la prensa local - "Las máquinas automáticas han ganado tanta popularidad en Japón porque trabajan las 24 horas (salvo las expendedoras de bebidas alcohólicas, que se desconectan automáticamente a las diez de la noche) y además anuncian el

producto. El bajo índice de delincuencia y/o gamberrismo permite el amplio uso de estos aparatos que prácticamente no sufren destrozos.

Pero no quedan ahí las "originalidades", pues el pueblo japonés aunque no iguala al chino, también es un gran entusiasta de los juegos de azar y le entusiasma el hecho de poder obtener una bebida gratis con simplemente apretar un botón cuando suena la música y se encienden toda una serie de luces de colores, todo ello simplemente por un mecanismo que al azar efectúa una entrega gratuita similar al juego, por cierto muy popular, como es el "pachinko".

La versatilidad de las máquinas viene dada (para la muestra un "botón") por un modelo Sanyo, que ofrece hasta 39 bebidas frías o calientes que pueden ser: tés o cafés fríos o calientes, azucarados en más o menos o no azucarados, de mayor o menor tamaño, al mismo tiempo ofrece bebidas y refrescos con o sin gas, chocolates variaciones con leche, caldos, etc.

La estrategia consiste en ofrecer en todos los lugares inimaginables máquinas de flores y joyes de oro y plata, al lado de máquinas expendedoras de filetes de ternera tipo "kobe", arroz, fideos calientes, revistas (de todo tipo) y material higiénico. Existe el convencimiento que un grupo significativo de empresas asistirán a Expovending, primera feria nacional del sector vending, que se desarrollará durante los días 20, 21 y 22 del próximo mes de noviembre en las nuevas instalaciones feriales de Sevilla.

**Cuando el objetivo es subir,
sólo valen las soluciones de altura.**



GIRBAU, tecnología de alto nivel.

Incorporando en sus máquinas los últimos avances de la tecnología, Girbau ofrece las más altas prestaciones en lavado industrial: potencia y equilibrio de centrifugado; máxima limpieza y delicadeza para su ropa; contrastada solidez y fiabilidad mecánicas. Por eso, cuando sólo son válidas soluciones de altura, hay que acudir a la firma de más alto prestigio: Girbau.



GIRBAU

Rendimientos limpios.

GIRBAU, S.A. Carretera de Manlleu, Km. 1 - 08500 Vic (Barcelona) España - Tel. 886 11 00 - Télex 54380 girb e - Fax 886 07 85

Delegación en Madrid: Fundadores, 31 - 28028 Madrid - Tels. 245 57 15 - 245 57 40 - Delegación en Barcelona: Santaló, 95 - 08021 Barcelona - Tels. 200 93 77 - 200 90 90

MAQUINA AUTOMATICA PARA BOTELLAS DE PLASTICO



SOMAX, S.A.

Ciprés, 1-3 - 08026 BARCELONA
Tels. 347 59 44 - 347 57 79
Telefax 348 02 46

NUEVA SEDE DE SIMAT, S.L.

Preparados Alimenticios Simat, S.L. constantes siempre en tener unas instalaciones pensadas y desarrolladas para elaborar los mejores productos, han mudado su antigua sede de Sant Sadurní d'Anoia a Hostalets de Pierola, P.L. Camp de la Serra, c/Caseta de L'Hort, s/n. Código postal 08784 Telf. 771 23 11.



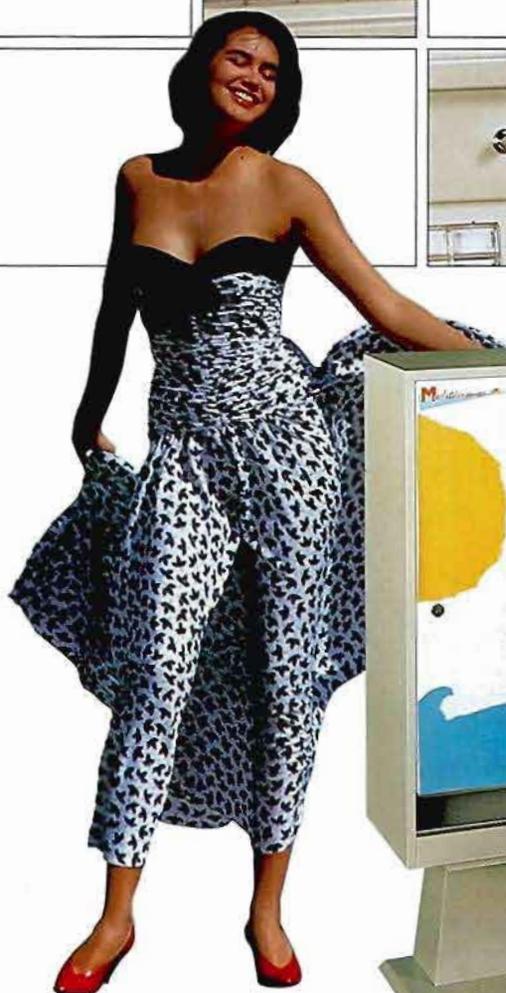
ASOCIACIONES EN PORTUGAL

Según información suministrada por el Señor Joao Campos de la empresa Maedomática, Lda, en nuestra reciente visita a la ciudad de Lisboa, se están generando los primeros pasos por parte del señor Juan Miguel Antofañanzas, Secretario General de Aneda (Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos) para la creación de la Asociación del vending en Portugal.

Fruto de la creciente incorporación de la idea del vending sobre la sociedad española es la siguiente viñeta publicada por La Vanguardia el pasado 30 de Agosto. Obra de Ferreres.



Harting SSM 14/10 MEDITERRANEO



CPK

INTERNACIONAL S.A.

calidad
alemana



Trav. de les Corts, 174 - 180 B, local 1 y 2 - 08028 BARCELONA
Telf. (93) 411 24 60, 411 25 85 - Fax. 411 23 35.

SNACK MART **Vendo**[®]

La máquina de Vending Universal "Inteligente".

Maquina Vendo <universal> modelo SM5000 disponible en versión refrigerada. Con 80 posibles selecciones, los productos son muy visibles.

Permite disponer de 6 estantes regulables en altura.

Fácil selección a través de pulsadores, inventario y control de caja.

Cierre de alta seguridad.

Gran ventana, escape de luz iluminada.



Modelo 5000

Vendo

SANDEN

Su seguro socio

Valencia

ADOLFO LOPEZ GARCIA
Adolfo López García
Avda. Gregorio Gea, 42, puerta 18
46920 MISLATA (Valencia)
Telf. (96) 370 49 58

Galicia

HERMANOS DOMINGUEZ, C. B.
Camino de la Gándara, 19
36209 VIGO, (PONTEVEDRA)
(986) 20 30 72

Alicante y Murcia

MAQUINAS DE VENTA, S. L.
c/ Mariano Benlliure, 152
03201 ELCHE (Alicante)
(96) 544 47 12

Asturias

COMERCIAL ENOC, S. L.
c/ Rio Caudal, 7
33010 OVIEDO
(986) 29 59 76

Madrid

TECDIX, S. A.
c/ Arturo Soria, 267
28033 (Madrid)
Telf. (91) 767 29 27
Fax (91) 383 92 25

Barcelona

VENDOIBERIA S. A.
c/ Reina Victoria, 22
08021 (Barcelona)
Telf. (93) 200 95 88
Fax (93) 202 07 90



CALIDAD, AROMA Y SABOR

Para el buen funcionamiento de una máquina de vending intervienen muchas más personas de las que pensamos. El usuario siempre culpa o bendice a la marca que se ve colocado en la máquina. Pero el vending es un conjunto formado por fabricante, proveedor, operador, el dueño de la máquina y por qué no, también por el público.

Hoy presentamos los productos de uno de esos elementos que intervienen en el buen funcionamiento y que muchas

veces ignoramos: el proveedor.

José Sánchez Peñate, S.A. distribuye el café en grano CRIS y Los Negritos, especialmente para ser usado en el sistema de distribución automática.

La máxima calidad, el aroma y el sabor auténtico de esta diaria bebida constituyen una constante en los productos de café de JSP.

La presentación de estos cafés viene en envases de 1000 y 2000 gramos. Además, se puede escoger entre natural, torrefacto y mezcla.



El grano guarda el sabor propio del café





TECDIX S.A.

**VENTA, INSTALACION Y MANTENIMIENTO
DE EQUIPOS EXPENDEDORES DE BEBIDAS.**

ARTURO SORIA, 267 Telf. (91) 767 29 27
28033 MADRID Fax. (91) 383 92 25

DISTRIBUIDOR DE VENDO IBERIA



Simat[®]

PREPARADOS ALIMENTICIOS

- SIMAT MILK
- SIMAT CAO
- SIMAT CAFE
- SIMAT TE
- SIMAT CALDO

PREPARADOS ALIMENTICIOS SIMAT, S. L.

CASETA DE L' HORT S/N.
POLIG. IND. CAMP DE LA SERRA
08784 HOSTALETS DE PEROLA

BARCELONA - SPAIN

Telf. (93) 771 23 24

Telf. (93) 771 23 27



EL CAFE

Se ha dicho que el café debe ser negro como el diablo, caliente como el infierno, puro como los ángeles y suave como el amor.

Si este postulado se cumpliera a rajatabla, no cabe duda que estaríamos en la gloria degustando una taza de café.

Mas... en la preparación de un buen café, concurren diversas circunstancias, que de forma breve vamos a analizar.

Intervienen el agua y la temperatura, el café propiamente dicho, el grado de molido, el tiempo de erogación y como no, el tipo de máquina.

El agua es un elemento primordial para la preparación de un café. El agua debe ser pura, ya que de lo contrario su sabor y olor se detectarán en la erogación.

Es indudable que la cantidad de agua utilizada para la erogación de un café, influye en la calidad del mismo. A más agua, el café queda "aguado", o lo mismo que hoy priva al pedir un "americano", la dosis del café, normalmente de 7 a 8 gramos queda disminuida.

El café italiano, el "ristreto" es la prueba evidente de que a menos agua el café conserva su sabor, color y olor.

En nuestro país tomamos café corto (40 cc.) o café largo (60 cc.), que es lo mismo que café con más o menos agua.

Hicimos mención de la temperatura. La ideal para hacer una buena erogación es de 100º C., sin sobrepasarla, ya que si es inferior se obtienen pocos extractos, *con pérdida de calidad y el café extraído puede estar frío*. Si la temperatura es superior el agua hierve y se produce el

escaldado o arrebatao del café, que queda sin crema espesa, con espuma oscura y sabor amargo.

Hablamos de la presión del agua. La presión es necesaria para vencer la resistencia que el café molido ofrece al paso del agua. Si la presión es baja, la velocidad de erogación será muy baja. Por el contrario, si es alta la velocidad *aumenta*.

Y vayamos al café, y nos referiremos al café en granos. La obtención del café tostado se realiza a partir del tueste natural, normalmente de diversas procedencias, sometiéndolo a un proceso de tostado en hornos.

Si a este proceso se añade azúcar, se obtiene el café torrefacto, ya que de lo contrario el tueste es natural.

Los entendidos dicen que debiéramos tomar siempre café natural. Más el consumidor estima que la erogación del mismo carece, en cuanto a presentación, de factores que el torrefacto presenta.

La mezcla de natural con torrefacto (en una proporción de 80-20) da un color más oscuro a la erogación, así como una crema de la que el natural carece.

Un exceso de torrefacto puede generar problemas de suciedad en los grupos de las máquinas.

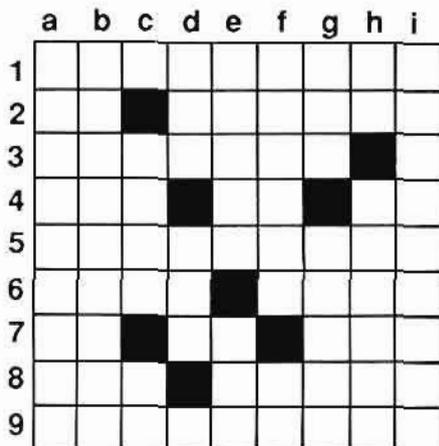
Sobre el tema del café seguiremos comentando en nuestros próximos números.

*Colaboración de
AZKOYEN COMERCIAL, S.A.
División de Vending de Barcelona.*

CRUCIGRAMA

Horizontales: 1.- Ciudad de universidad famosa, en la antigüedad llamada Helmantiké. 2.- Anteriormente, PP. / Al revés, falta de una cosa donde debiera estar, en plural. 3.- Cubiertas de nieve. / Curva. 4.- Si en vez de "i" hubiese "e", sería la famosa mosca de sueño. / Radio Nacional.. / __ mosfera. 5.- Oriundo de la capital griega. 6.- Chico, en catalán. / Compañía de mensajería y paquetería. 7.- Falta una "i" para ser el Carnet de Identidad / Al revés, nombre de letra. / El partido de Suarez un poco revuelto. 8.- Diminutivo diminuto de Eduardo. / Al revés, uno de los dialectos griegos más conocidos y también, sinónimo de la definición del 5- Horizontales. 9.- Ciudad europea, portuaria, destruida en gran parte por los alemanes en 1940.

Verticales: a.- Ciudad cántabra. b.- Desprendiendo peste. c.- Una ele. / ____



__ to, brisa fuerte. / Organización Tratado...d.- Cocer al fuego. / El del arca./ Té. e.- En castizo, capital de España. / Edgar Allan ____, escritor de miedo. f.- Del valle de Arán. / Cromo. g.- Consonantes. / Al revés, hablan, rumorean. . . h.- Calcio. / Espanta. i.- Capital cultural de Holanda.

Horizontales: 1.- Salamanca; 2.- AP; 3.- Ateniense; 4.- TSI; RN; AT; 5.- Atenien- se; 6.- Nano; Seur; 7.- DN; EP; LSD; 8.- EDO; Oclta; Rotterdam.

Verticales: a.- Santander; b.- Apestando; c.- L; Viet; Ot; d.- Asa; Noe; T; e.- Madri; Poe; f.- Aranes; Cr; g.- Nrs; Neid; h.- Ca; Asusta; i.- Amsterdam.



COIN CONTROLS S.A.

Coin Controls es una empresa multinacional con oficinas y unidades de producción en Europa y en los Estados Unidos, dedicada a la fabricación de elementos para la manipulación de monedas tanto en la industria del recreativo como en los sectores de máquinas y equipos de servicio automático en general.

Siempre considerada como una empresa innovadora en el diseño e investigación, Coin Controls se ha ganado el respeto de la industria del recreativo y el sello de Coin Controls se ha convertido en sinónimo de seguridad y fiabilidad tanto para los fabricantes como para los operadores.



COMPACT HOPPER
Pagador de dimensiones mínimas para un solo tipo de moneda y gran velocidad de pago.



COMPACT HOPPER
Detalle de una aplicación tipo (camo de pagadores de máquina tipo B, modelo mini).



UNIVERSAL HOPPER
Pagador de gran capacidad para cualquier tipo de moneda (multimoneda).



UNIVERSAL HOPPER
Detalle de una batería de Hoppers para la devolución de cambio en máquinas para la venta de billetes.

Si siguiendo en esta línea, Coin Controls, S.A. pone a su disposición la mejor solución para el pago y/o devolución de monedas en cualquiera de los supuestos siguientes:

- Gran capacidad de más de 1.000 monedas por Hopper.
- Espacios reducidos con más de 250 monedas por Hopper.
- Monedas del mismo valor con distintas dimensiones físicas.



**CALIDAD
SERVICIO
PRESTIGIO**

- PRODUCTOS LACTEOS
- PREPARADOS INSTANTANEOS A BASE DE CACAO
- INFUSIONES
- INFUSIONES SOLUBLES



- CAFE EN GRANO: JSP
- CAFE EN GRANO: ORIS, LOS NEGRITOS
- CAFES SOLUBLES Y SUCEDANEOS

JSP

JOSE SANCHEZ PEÑATE, S.A.

C/. Nobel, 1
EDIFICIO J. S. P.
POL. IND. SAN MARCOS
Telf. 695 04 12 - 16
Télex. 49609 JSPE E
Fax. 6950582
28905 - GETAFE - MADRID

Eufemiano Fuentes Cabrera, 21
35014 - LAS PALMAS DE GRAN CANARIA
Telf. 20 36 00 - 20 37 00 (4 líneas)
Télex. 95265 SANPE E
Dirección Postal. Apartado, 227
35080 - LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Polígono Industrial "El Majuelo"
La Laguna - TENERIFE
Telf. 61 01 50 - 4
Télex. 92467 OSAN E
Dirección Postal Apartado, 911
36080 - SANTA CRUZ DE TENERIFE



EXPO E.S. EN LA FERIA DE ZARAGOZA

La Exposición Internacional de Estaciones de Servicio (EXPO E.S.) significó otro momento de encuentro para todos los sectores relacionados con la industria del vending. La EXPO E.S., que se celebró en la Feria de Zaragoza los días 13, 14 y 15 de septiembre, es la primera exposición internacional española de la estación de servicio en esta nueva etapa de un mercado libre.

En el marco de estos tres días se cele-



Una vista general de la entrada al recinto de la Feria de Zaragoza donde se realizó Expo E.S. los días 13, 14 y 15 de septiembre.



El stand de Automatic, S.A. donde encontramos sus máquinas expendedoras de café y bebidas calientes, bebidas frías en bote y botellas, agua en botellas de 1,5 litros, alimentos, bocadillos y productos sólidos (con o sin refrigeración) Además de las máquinas de helados y cigarrillos.

braron una serie de conferencias y seminarios para todos los asistentes, en ellas encontramos los siguientes temas:

1/ Compañías petrolíferas, ideas y objetivos, aquí presentaron sus planes algunas compañías petrolíferas como BPMED, TEXACO, MOBIL OIL, etc.



Juan Miguel Antoñanzas, Secretario General de ANEDA, visita el stand de EFFEM España, Inc y Cia, en Expo E.S.



En Expo E.S. el stand de Coca-Cola se distinguía por su colorido y lo refrescante de su producto, Coca-Cola es sinónimo de vending y su presencia en la exposición así lo demostró.



Zanussi mostró en Expo E.S. una importante variedad de máquinas y algunas novedades como la Silver 7, de la que hablamos precisamente en el apartado de novedades.

FERIAS Y SALONES



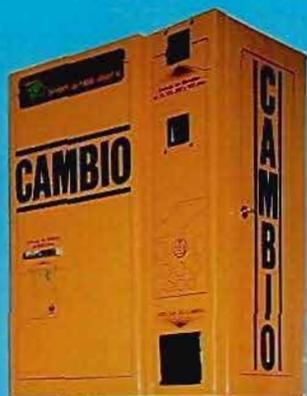
En el stand de Vendo Iberia encontramos toda la gama de máquinas expendedoras que esta empresa proporciona al mercado español.



Las máquinas de café Copacabana, presentadas por Gaggia en la exposición de estaciones de servicio.



MÁQUINA EXPENDEDORA
DE TIKETS, CON COBRO Y
CAMBIO AUTOMÁTICO.
CONTABILIDAD PERIÓDICA
DE VENTAS ETC.



MÁQUINA DE CAMBIO DE
MONEDA FRACCIONARIA.

**MONEY
MONEY**

& Money

arfyc

TICKET

TODO EN MAQUINAS ACCIONADAS POR MONEDAS



MONEY MONEY S.A.
d'Aristides Maillol, 7-9
08028 BARCELONA
tel. (93) 333 50 66 - fax 334 38 94

TICKET S.A.
Cl. J.M. Barandiarán, 4
01009 VITORIA
Tel. 945 - 22 83 35
Fax 945 - 22 32 99



El stand de Matutano se distinguió por su alegría, originalidad y por la gran variedad de productos que presentaron, variedad a la que estamos acostumbrados, pero que siempre es grato volver a disfrutar.



La empresa Jofemar mostró sus máquinas expendedoras en el stand del Grupo Ressa y la asistencia de público fue masiva.

2/ Modernos sistemas de pago: fue una exposición de los diferentes sistemas de planes de futuro, posibilidades, riesgos de fraude, seguridad, etc., tanto en España como en el extranjero (presentado por Banca Catalana y RESSA).

3/ La comunicación entre las compañías petrolíferas y las estaciones de servicio: presentado por SCR-Barcelona.

4/ Cómo relanzar la nueva posición e imagen de las marcas petrolíferas: presentado por ADDISON-Inglterra.

5/ Análisis de Mercado: presentado por MPS! SYSTEMS-Inglterra.

6/ El encargado de la futura estación de servicio realizado por Fomento Interprofesional de Actividades creativas.

7/ Las técnicas de promoción para la venta del carburante: por BSB- Barcelona. En ésta se presentaron casos reales de técnicas de venta y marketing en entornos no monopolísticos.

AGENDA

NAMA

Feria de la Asociación Norteamericana de Venta Automática (National Automatic Merchandise Association)
Centro de Convenciones de Orlando, Florida. Los días 10, 11, 12 y 13 de Octubre de 1990. Cualquier información: ANEDA Telf. (91) 519 84 76.

VISUMAT

Salón de la tienda moderna, equipamientos, promoción de ventas, gestión de tiendas y distribución automática.
Del 14 al 17 de octubre de 1990.
Organiza: VISUMAT.A.S.B.L.
Bruxelles Telf. (02) 344 58 59 Fax (02) 539 40 26.

EQUIPHOTEL

Salón Mundial de los Hoteles, restaurantes, cafés y colectividades
Del 14 al 20 de noviembre de 1990
Organiza: Equiphotel Blenheim Telf. 475 65 000 Fax 475 61 267

HORESCOM

Salón Internacional para la hostelería, la restauración y colectividades.
Del 18 al 22 de noviembre de 1990.
Organiza: C.E.M.A. A.S.B.L.
Telf. 262 06 00 Fax 262 04 02 Bruselas

EXPO VENDING

Salón Monográfico Internacional de la Industria del vending.
Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla
Los días 20, 21 y 22 de noviembre 1990.
Organiza: OPEN Organización de Proyectos y Ediciones Nacionales, S.L.
Telf. (93) 238 30 00.

HOGATEC

Feria Internacional de Hostelería, Gastronomía y Catering
Düsseldorf (Alemania) Del 5 al 9 de noviembre de 1990.
Messegesellschaft mbH-Nowea Telf. (0211) 456001

S.I.M.O.

Muestra Internacional de Equipos de Oficina y de Procesamiento de Datos.
Del 16 al 23 de noviembre de 1990.
Organiza: IFEMA, Feria de Madrid.
Telf. (91) 470 10 14 Fax: (91) 470 22 47.

FABRICAS DE CERVEZA Y MALTA, S. A.
LERIDA - MALAGA - BURGOS



DELEGACION BARCELONA:

C/ COMTE D'URGELL, 240, 5º D

08036 BARCELONA.

Telf. (93) 410 54 00

Fax. (93) 419 35 71



SEVILLA 90

Palacio de Exposiciones y Congresos



**SALON MONOGRAFICO INTERNACIONAL
DE LA INDUSTRIA DEL VENDING**

20, 21 Y 22 NOVIEMBRE

O R G A N I Z A C I O N



Organización de Proyectos y Ediciones Nacionales, S. L.
Telf. (93) 238 30 00



Palacio de Exposiciones y Congresos
Telf. (95) 467 51 40



NUMERO ESPECIAL DE TRATECNICA

El pasado julio, el sector del Vending sufrió una gran pérdida, Don Manuel Sanmartín falleció a causa de una grave enfermedad.

La revista Minutos Tratécnica para el Vending ha editado un número extra dedicado exclusivamente a Don Manuel. La publicación, que podríamos calificar de homenaje, recoge una serie de entrevistas con sus colaboradores y amigos más cercanos que también han sido y son profesionales del vending.

Carlos López, (A.W.C. Waldorf Federation), Emilio López de Letona, e Ignacio Pascual expresan con mucha emotividad los momentos más significativos que vivieron con Don Manuel.

A manera de editorial, Juan Miguel An-

toñanzas, Secretario General de ANEDA y miembro del Consejo Editorial de la revista, escribe una carta dirigida a Manolo, como familiarmente llamaban al Sr. Sanmartín.

Además de las entrevistas, la revista publica la opinión que sobre Don Manuel tenían representantes de varias empresas del sector tales como Pedro Avila, director comercial de Dyema; Jose María Esteve de Cantina Industrial; Jose Antoni Braña, director comercial de JSP; Hipólito Lanz de Vending Navarra; Francisco Navarro de Venbarna; Luis Escotat de Autovendo Asturias; Juan Carlos Rodríguez de Cafés La Mexicana; Rafael Guardiola de Nestlé; Franco Podo de Zanussi Industrial; Patrick Berguignat de Autobar Plastics Spain; José Andrés Abeal de SVA; Videl Fernández Lopez de Servicaif; Manuel Ortuño de Eurest; Luis Vila Casas de Automatic y Giuseppe Cerea de Dav. S.A.



ANUARIO EUROPEO DE LOS NEGOCIOS

En fecha reciente, apareció en toda Europa la edición 1990-91 de EURO-PAGES, el más importante anuario europeo de los negocios y un auténtico punto de encuentro para más de 140.000 empresas del continente agrupadas bajo 600 apartados, interesadas en el comercio exterior.

Con un formato similar al de las páginas amarillas, los 400.000 ejemplares de EURO-PAGES se distribuyen gratuitamente en seis idiomas entre los directores comerciales de las empresas de doce países europeos.

CATERING AL SERVICIO DEL SECTOR

Hace tres años que se edita la revista Catering. Tres años en que el sector de la alimentación y equipamiento para grandes colectividades tiene acceso a todo tipo de información concernientes a sus intereses.

Esta publicación, editada por Prensa XXI, S.A. es bimestral y contiene una serie de secciones entre las que destacan los artículos técnicos dedicados, generalmente, a aspectos específicos de la alimentación escritos por profesionales del tema.

Además de estos artículos se publican entrevistas y las más recientes noticias referentes a la alimentación, gastronomía y catering.

El apartado de dossier también es interesante, pues está dedicado a algún sector afín al de la alimentación o el catering, donde de manera breve y concreta se presentan los aspectos más importantes de dicho sector.

(En el número de mayo-junio se ofrece información sobre el vending).

MEMORIA DE LA CAIXA DE SABADELL

La Caixa de Sabadell publicó recientemente su Memoria 1989. Además de la memoria, el escrito incluye el balance, cuentas de pérdidas y ganancias y la propuesta de distribución de resultados correspondientes al ejercicio de 1989.

Esta Memoria ha sido presentada por el Consejo de Administración de la Caixa de Sabadell y fue aprobado por la Asamblea General Ordinaria, celebrada el día 28 de marzo del presente año.

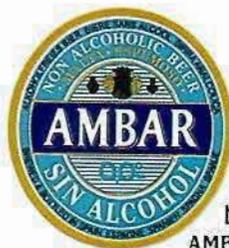
La Memoria es una cuidada publicación con información detallada de todas las actividades más relevantes del pasado año. Un total de 72 páginas de datos, estadísticas, comparaciones ampliadas con gráficos y con el respaldo de informes de auditores independientes.

DESCUBRA EL HUEVO DESHIDRATADO 100% NATURAL...
Gallina Blanca HUEVO EN POLVO

Con la calidad y economía de Gallina Blanca.

UN SALUDABLE INTERES

0,0% VOL.



En los negocios lo interesante es obtener el mayor beneficio.

Ahora usted puede beneficiarse de AMBAR AZUL, la primera cerveza con toda la malta y el lúpulo de la cerveza pero con el 0,0% vol. de ALCOHOL. Para hacer negocios sin renunciar al placer de una buena cerveza.

Tómese un saludable interés.

AMBAR SIN

FABRICA DE CERVEZA Y MALTA
La Aragonesa S.A.
Fundada en 1900

DE EL

SI

A

NRI



NRI Ibérica,sa



Badajoz, 145, 4.º Deha. · Telefax: 309 80 51

Tel. (93) 300 41 63 · Ventas (93) 300 46 05 · Serv. Técnico (93) 300 46 61 · 08018 BARCELONA



TIERRA A LA VISTA!

Vidi S.A. es una empresa que desde 1963 se dedica a la fabricación y explotación de telescopios de observación pública accionados con monedas. Jacinto Fuentelsaz es quien lleva las riendas del negocio y según nos dice son los únicos fabricantes en España de este tipo de telescopios.

Vidi es una empresa autosuficiente, desde la fabricación de los telescopios hasta la selección del lugar e implantación de los mismos, así como su mantenimiento, está a cargo de la empresa.

Cuando el telescopio lo compra alguna empresa o institución, Vidi únicamente se encarga de las reparaciones, si así lo solicita el cliente. El Sr. Fuentelsaz nos explica cuál es el proceso de trabajo:

La fabricación se hace en series de 20 telescopios y hasta que no se venden o instalan todos los aparatos no se hace otra tirada.

El lugar se selecciona de acuerdo al interés turístico que pueda tener y las posibilidades en cuanto a panorámica. Una vez seleccionado el sitio adecuado se pide permiso para la instalación al Ayuntamiento o Institución correspondiente.

En cada zona donde hay telescopios (casi todos en la costa) tienen una persona que se hace responsable de las recaudaciones; también se encarga de hacer las pequeñas reparaciones tales como cambiar los lentes si los han roto, cambiar las pilas, dar una capa de pintura donde haga falta, etc. Si la avería es mayor tiene que enviar el aparato a Bar-

celona y, mientras se hace la reparación, dispone de uno de repuesto.

Son dos los tipos de telescopios que actualmente fabrica Vidi. El modelo VD 2200 es un prismático monocular, tiene un objetivo de 20 por 70 y pesa aproximadamente 125 kg. Este telescopio es uno de los mejores en cuanto a estructura y forma, tiene un cuerpo muy sólido y ningún tornillo exterior. El anclaje al suelo también está hecho con los tornillos boca abajo para evitar que lo saquen.

El modelo Galiletto es más pequeño, tiene un objetivo de 20 X 60 y pesa 60 kg. aproximadamente. Este modelo únicamente se instala en lugares que tengan vigilancia tales como hoteles, restaurantes o campings, ya que por sus características sería mucho más fácil de estropear.

Ambos modelos se fabrican con temporizador de relojería o bien con temporizador electrónico.

El mayor problema al que se enfrenta la empresa es el vandalismo. Nunca falta quien, sin razón alguna, introduzca en la ranura de las monedas cualquier clase de objeto, desde palos de polo, anillas de cerveza o refrescos, etc. También es común que rompan los lentes, los rocíen con spray, pinten o rallen la estructura e incluso que los arranquen del suelo (ha habido ocasiones en que han tenido que sacar los aparatos del mar).

La labor de vigilancia es ardua y aún así a veces no hay nada que hacer, la única solución es quitar los aparatos

LOS OPERADORES

porque resulta imposible luchar con el grado de vandalismo que existe en algunas zonas.

A pesar de los problemas a los que se enfrentan día a día, Vidi sigue luchando por este servicio recreativo que es agra-

decido por una gran cantidad de turistas que visitan nuestro país. El Sr. Fuentelsaz tiene varios proyectos para aumentar los sitios en que podamos ver una hermosa panorámica a través de sus telescopios.

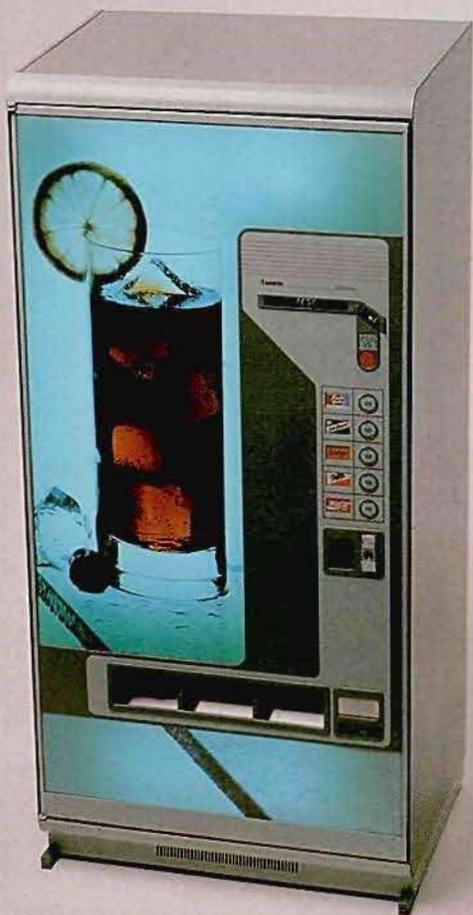


El modelo VD 2200 tiene una estructura muy sólida



AZKOYEN

Vending Café+Vending Bebidas





LA GASOLINA EN EL MERCADO ESPAÑOL

El futuro del sistema de concesión de las gasolineras es incierto. La crisis del Golfo Pérsico y su consecuencia en el incremento de la gasolina ha hecho volver la mirada a este aspecto. Sobre todo, porque se lleva aún en la memoria la carga psicológica de la grave crisis de 1973.

Las compañías petrolíferas y los gobiernos de los países occidentales afirman que las reservas actuales de crudo equivalen a cerca de seis meses de importaciones netas. Lo que quiere decir que el "stock" del petróleo actual es mayor al que existía en crisis anteriores,

lo que implica que se puede hacer frente con mayor holgura.

La estabilidad anunciada por las compañías petrolíferas sin embargo, se ha quedado solo en palabras, ya que poco a poco el litro de gasolina super ha pasado de las 79 pesetas que costaba hasta el 10 de Julio a las 89 que cuesta actualmente. Lo cierto es que desde su última subida de precio el 21 de Agosto de este año las gasolinas super y normal han subido 5 pesetas cada una, mientras que el gasóleo ha aumentado más de tres pesetas por litro. Y aquí no para la cosa, con el nuevo sistema de precios de los





productos petrolíferos el importe del litro de gasolina podrá variar cada 15 días. La principal preocupación de las autoridades económicas españolas respecto a la subida de precios de la gasolina es la repercusión en el índice de Precios al Consumo (IPC) y en el control de la inflación, pues el efecto inflacionario directo de la subida de la gasolina en una gran cantidad de productos es imparable.

Se habla de una crisis económica, de tensión, de medidas urgentes en una época de cambios importantes, por ejemplo, en lo relacionado con la liberación de los precios de los distintos productos petrolíferos que ha ido adelantando España desde que firmó el tratado de adhesión a la Comunidad Europea. El último paso fue un nuevo sistema de precios que aprobó el Consejo de Ministros en julio pasado.

Pero aún no se puede hablar de libertad

ya que esta liberación de precios está condicionada temporalmente por la existencia de límites a las importaciones de productos provenientes del petróleo, además de una necesidad constante de proteger al consumidor, aplicando cierto control a las empresas.

Las compañías multinacionales interesadas en expandirse en España tales como Shell, Total, Agip, British Petroleum, Elf, Mobil y Texaco, forman aún una red paralela a la de Campsa, que se encuentra muy poco desarrollada, compuesta apenas por 90 estaciones de servicios.

Para establecer una estación de servicio se necesita, además de una inversión en extremo elevada, respetar los requisitos de distancia física y condiciones de servicio acordados por el Ministerio de Industria y la Ley de Carreteras. De todas maneras el Ministerio de Obras Públicas

y Urbanismo está estudiando ya las más de 300 solicitudes presentadas para emprender esta expansión de estaciones de servicio en territorio español o adquirir alguna de las actuales por parte de empresas privadas.

Para poder competir con la industria española las multinacionales tienen que apoyarse en la construcción de estaciones de servicio. La industria española tiene del monopolio. Es decir, sea quien sea el propietario de una estación de servicios, de la administración depende el permiso para vender gasolina. Y si alguien quiere vender su gasolinera, el Estado puede oponerse a tal operación y constituirse en nuevo dueño. Vemos aquí los problemas a los que se enfrentan las multinacionales a la hora que quieren adquirir una estación de servicio del monopolio. La única solución a simple vista parece ser hacerse de una refinería

o parte de ella, y así tener acceso a esa red de estaciones de servicio construidas bajo el amparo del monopolio.

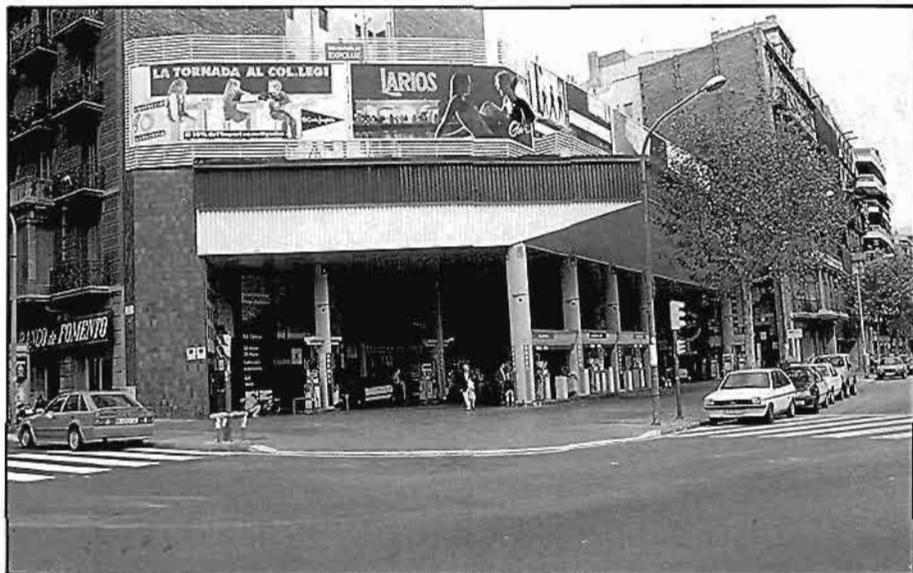
El hecho de una entrada de las multinacionales al país por la construcción de estaciones de servicio podría ser un factor favorable para el consumidor, pues los puntos de venta se incrementarían y habría mayor competencia que podría mejorar el servicio y el precio que se ofrece al cliente.

De momento, Campsa fija el precio de venta de los productos en la red de monopolio y da opción, mediante el pago de la tarifa correspondiente, a que el resto de las empresas involucradas se adscriban a su estructura logística.

Esperamos que con el tiempo la red paralela de estaciones de servicio sea una realidad y la competencia de mercado sea un hecho.

Algunas multinacionales que tienen al-





guna estación de servicio en territorio español, como el caso de Agip, que tiene tres gasolineras siguen la política marcada por Campsa, y aunque saben que su incidencia en el mercado todavía es muy pequeña, piensan que en un futuro próximo será mejor.

Para que las industrias nacionales comiencen un verdadero sistema de competencia comercial, Repsol está discutiendo con las demás refinerías privadas el reparto de todas las gasolineras monopolizadas. Debemos recordar aquí que Repsol es propietaria del 68,12 por 100 de Campsa.

La realidad de una competencia y de una liberación de precios no será palpable hasta que la red paralela de estaciones de servicio esté suficientemente desarrollada. Por ahora los precios máximos se adaptarán a los costes, con lo que factores como la proximidad geográfica de las gasolineras a las refinerías

serán determinantes. Lo que quiere decir que el precio de venta al público de la gasolina dependerá de la localización de los puntos de venta del producto y no tanto de si la estación de servicio en cuestión pertenece a una u otra empresa.

En lo que va de año la gasolina sin plomo ha aumentado notablemente su consumo y además Campsa se ha comprometido a distribuirla en 800 gasolineras (un 21,5 por 100 de la red de gasolineras nacionales) para seguir potenciando su uso. Tanto a la industria petrolera como a la legislación les interesa notablemente que se incentive el uso de este tipo de gasolina.

La C.E.E. tiene también su incidencia en este punto de la gasolina sin plomo, en definitiva para el año 1993 todos los vehículos deberán estar dotados de catalizador. Es decir que la gasolina sin plomo será un producto de gran consumo.

NUEVO SISTEMA DE PAGO EN EL METRO DE BARCELONA

Transportes Metropolitanos de Barcelona pondrá en marcha a partir del próximo mes de agosto un nuevo sistema de gestión y pago en toda la red del Metro de Barcelona, con esto se pretende mejorar la calidad del servicio a la vez que es una respuesta a las necesidades actuales y futuras del transporte público de la ciudad.

El nuevo sistema de pago que TMB incorpora introduce elementos de alta tecnología que permite la automatización de la venta de títulos y tiene como principal objetivo aumentar la calidad del

servicio al usuario, ya que hará posible la apertura de los vestíbulos del metro que en determinados días o épocas del año permanecían cerrados, ya que el personal que realiza actualmente la venta de billetes pasará a dedicarse a trabajos de atención al público. El sistema se implantará de manera gradual al metro y posteriormente a los autobuses.

Objetivos

En primer lugar con este sistema se mejora la acogida y atención al usuario.



Además este sistema automático de pago facilita la creación de una mayor variedad de títulos y documentos de viaje que se adapten a las diversas necesidades actuales y futuras de los diferentes tipos de clientes. Incluso la probabilidad de comprar los títulos de transporte mediante la tarjeta de crédito, así como de implantar en el futuro una tarjeta de valor monetario.

El nuevo sistema de pago permitirá constatar el número de usuarios que han accedido a la red de metro por cada máquina.

Funcionamiento.

El proceso de implantación de este sistema de pago se iniciará en el Metro con la instalación y puesta en marcha de máquinas de venta automática de títulos magnéticos y máquinas validadoras magnéticas, que cancelarán los títulos en el momento del acceso. Concluirá con la extensión a autobuses.

Los vestíbulos de la red de Metro dispondrán de una máquina de venta automática

-andén sólo se tendrán que introducir el título de viaje en la nueva canceladora magnética que indicarán mediante textos y señales luminosas que puede pasar al interior del andén.

Nuevos títulos de viaje

Este método de pago supone la sustitución de los actuales títulos de viaje (billete sencillo, tarjeta multiviaje, pases y abonados) por otras provistas de banda magnética.

Aprovechando la oportunidad de la sustitución de títulos de viaje, TMB consultó a diversos diseñadores barceloneses para confeccionar la imagen del

nuevo documento. Finalmente se utilizará el proyecto presentado por el diseñador Albert Isern, que muestra un billete grabado con una secuencia del perfil de Barcelona.

Por lo que respecta a títulos de viaje, cabe destacar también la creación de una tarjeta válida por 20 viajes, denominada T-20

Fases de Implantación del nuevo sistema.

La implantación del nuevo sistema de pago comienza por la red de metro y apenas haya finalizado en ésta continuará a la red de autobuses.

En el proceso de cambio se distinguen 3 fases: - La primera fase, que constará de tres etapas y se inició el mes de agosto, incluye 35 estaciones. Los vestíbulos mecanizados serán debidamente señalizados y tendrán instaladas máquinas de venta automática.

Esta etapa contempla la sustitución de nuevos títulos para la red y la implantación de canceladores de magnética en todos los torniquetes de acceso a la red del metro.

La 2ª fase se implantará en 1991 y consistirá en la extensión del sistema de pago en todos los vestíbulos de la red del metro.

Una vez finalizada la implantación del nuevo sistema a la red de metro, se iniciará la 3ª fase, que consistirá en la aplicación a la red de autobuses.

Estudio del nuevo sistema de pago.

Flexibilidad tarifaria: implantar un sistema de percepción que permita aplicar un sistema tarifario flexible, que responda las necesidades de las tipologías de la clientela actual y potencial.

Incremento de la calidad mediante la automatización de la venta.

Transformar el lugar del expendedor de billetes en trabajos de tipo comercial con funciones de atención al usuario.

Aumento del horario de servicio en varios vestíbulos que permanecerán cerrados en algunos horarios y días del año.

Características del sistema de metro.

- 750 validadores magnéticos incorporados al interior de los actuales torniquetes.

- 350 distribuidores automáticos de títulos de transporte.

- 98 concentradores de información, uno por estación.

- 1 puesto central.

Características del sistema de autobuses:

- 750 validadoras magnéticas.

- 700 expendedoras de billetes sencillos y concentradores de información.

- 4 puestos centrales.

Tres son los elementos básicos utilizados en este sistema de pago:

1) Máquina de venta automática: estas máquinas tienen como objetivo la completa automatización de la venta de billetes. Gracias a ellas, el viajero puede obtener los billetes sencillos y las tarjetas por diez o veinte viajes de manera rápida, fácil y cómoda, sin tener que pasar por la taquilla.

Los distribuidores funcionan con monedas de 5, 10, 25, 50, 100, 200 y 500 pesetas y devuelven cambio. Ofrecen una selección de posibilidades mediante pulsadores que utiliza el usuario y que le indican el tipo de documentos que puede adquirir: billetes sencillo o tarjetas multi-viajes, actualmente por 10 o 20 viajes.

En el momento de expender los billetes esta máquina los dota de la información

de manera impresa que el usuario puede ver con la información magnética que interpreta la máquina validadora del documento. Para su funcionamiento se conectan a la red eléctrica y tienen una batería que suministra la alimentación eléctrica en caso de que se produjera una avería circunstancial en la fuente de iluminación habitual.

Así mismo, la máquina de venta automática dispone de un visor en su parte superior donde indica "torna canvi" (devolverá el cambio que corresponde) "import exacte" (se introducirán exactamente las monedas necesarias) o "fora de servei" (cuando la máquina no funciona).

La operación para comprar billetes o tarjetas en la máquina es muy sencilla.

- 1.- Pulsar el botón con la cantidad de billetes o tarjetas deseadas.

- 2.- Pulsar el botón del tipo de título de transporte que se quiera adquirir. Un visor indicará el importe de la operación.

- 3.- Introducir las monedas necesarias.

- 4.- Recoger el billete y el cambio.

Si en cualquier momento se desea interrumpir la operación bastará con pulsar el botón "anular".

2) Billetes

Desde principios de agosto podrán adquirirse los títulos de transporte, billetes y tarjetas en las taquillas y máquinas de venta automática de algunas estaciones de Metro. Estos documentos son de un diseño moderno y del tamaño de una tarjeta de crédito.

En la parte delantera estará impreso el nombre del título de transporte: billete sencillo, tarjeta T-2 de 10 viajes y la T-20 de 20 viajes. En el dorso tiene una banda magnética, ésta es un espacio para que

la canceladora imprima la anotación correspondiente al viaje realizado.

Cabe destacar la introducción en el nuevo sistema T-20 por un precio de 725 pesetas, sensiblemente inferior al que resulta por billete con la tarjeta T-2 del sistema anterior.

El dibujo del nuevo billete es obra del conocido diseñador Alberts Isern y consiste en la reproducción de una línea del horizontes de Barcelona metropolitana. Este diseño tiene la originalidad de que no entrega los billetes con dibujos exactos pues la impresión lleva un perfil entero de unos 30 cms. repetidos a lo largo del rollo de cartulina y la longitud del billete que se entrega al usuario mide sólo unos 6 cms.

3) Máquina canceladora:

Son máquinas situadas en los vestíbulos de las estaciones, cuya misión es

validar el documento de viaje para poder pasar a las instalaciones.

Constan de un dispositivo situado en su parte superior que tiene una ranura por la cual se introduce el documento de viaje, un pequeño visor indicativo para señalar el acceso y unos torniquetes que hacen de barrera para salvar el paso del viajero.

Su funcionamiento consiste básicamente en la introducción del billete por la ranura del dispositivo, validándolo y expulsándolo a continuación por el extremo opuesto. Esta acción pone en marcha el mecanismo interno de la máquina que desbloquea el torniquete, a la vez que indica al usuario a través de señales luminosas que tiene paso libre a la instalación.

Si el título de transporte no es aceptado por la canceladora el llamado visor indicará su motivo.



HELADOS SIN ESTACIONES

Todavía en España se tiene la costumbre de que los helados se comen en verano, por eso los seguidores de este exquisito postre sólo los encontraban hasta ahora en muy pocos lugares, cuando no era la estación estival. En cambio apenas se acerca junio vemos como crecen y se multiplican los quioscos de helados en medio de nuestras aceras.

Resulta que esto ocurre por estas tierras, pero en muchas otras el helado no está sometido a los cambios de temperatura, en lo que respecta a su venta, claro. España es uno de los más reconocidos productores de helados, sin embargo



La máquina Vendo Mic 202 instalada en la estación de servicio Clavel de Mataró

Cintas	Máx. medidas del producto en mm			Cantidad
1				51
2				39
3				39
4				31
Equipo normal 2 x 1 + 2 x 3 = 180 productos				

durante nueve meses al año la mayor producción es para exportación.

Pero ahora, de cara al invierno, Vendo ha presentado lo último en tecnología japonesa para la venta automática de helados. Así los amantes de estos dulces podrán adquirirlos con más facilidad y los no habituados se irán percatando de la posibilidad de disfrutarlos en primavera, otoño e invierno.

La Vendo Mic 202 es una máquina automática con 4 selecciones y una capacidad de 204 productos de medidas variables.

Las características técnicas de la Vendo Mic 202 son:

Alto 183/197,5 cm.
Ancho 86,0 cm.

Fondo 68,5 cm.
Peso 260 kg.
Conexión 220 Volt
Iluminación 15 W.
Compresor 150 W.
Tipo de Gas R12+R502

La máquina viene con cierre de la puerta asegurada, un anuncio óptico del precio del producto (opcional). Es compatible con todos los sistemas de pago, tiene contador y caja de acero barnizada. Tiene un sistema muy fácil para recambiar partes interiores. Una gran multiplicidad de los productos y una instalación frigorífica eficaz.

Con esta máquina se servirán los helados con la máxima tecnología y en cualquier época del año.

MUSICA AL INSTANTE. . . .

Ya mostramos en nuestra revista número 0/90 las máquinas orgullo de Azkoyen, las de tabaco de la línea Design. Lo que ignorábamos, y ahora presentamos en esta sección de novedades, eran algunas de las posibilidades de la inmensa gama que poseen estas máquinas de tabaco. En esta ocasión la D14 ha aparecido en la versión de la máquina expendedora de cintas de audio, lo que quiere decir que ya se pueden adquirir las cintas vírgenes a través del cómodo y práctico sistema del vending.

La máquina tiene la misma fiabilidad de las Design que vemos en bares, cafeterías, gasolineras. . . vendiendo a diario tabacos de todas las marcas.

Cuenta con 14 selecciones que se identifican con la colocación de la etiqueta de la cinta en la parte superior. En el panel se incorpora una fotografía de una cinta de audio, pero como todas las de este estilo se puede adaptar a la decoración del establecimiento con publicidad y un diseño que personalice al gusto del cliente.

A la máquina se le han hecho ciertas adaptaciones internas para la salida de los cassettes, por esta razón la capacidad aumenta. En este sistema se pueden vender unas 40 cintas por canal, sin necesidad de llenar el compartimiento nuevamente. Y para comodidad del operador el mueble trae un cajón con llave en la parte inferior donde se pueden almacenar las cintas con las que se llenarán los canales cuando éstos se vacíen.

Estas máquinas las podemos encontrar ya en funcionamiento en algunos sitios de Valencia, Bilbao, Madrid, Sevilla y Barcelona, y en lugares tan variados como estaciones de servicio, estaciones de trenes, cadenas de tiendas de música y alta fidelidad, etc. Generalmente el propietario coloca cintas de tres marcas distintas de casas fabricantes de cassettes, en sus diferentes versiones 45, 60, 90 y 120 m. Además, algunos destinan ciertos canales a los cantantes y grupos de actualidad.

Esta máquina tiene una capacidad total de 400 cintas y su selector electrónico, como el de todos los productos de la casa Azkoyen, está capacitado para admitir todo tipo de moneda, de las que circulan actualmente y las que circularán en muy poco tiempo.

En la parte superior derecha, al igual que en las máquinas de tabaco, se encuentra una pantalla digital donde se puede escribir cualquier tipo de mensaje que al propietario de la máquina le interese (hasta 999 caracteres o letras), es decir la hora, la fecha, el nombre del local o la frase que identifique el sitio donde está ubicada. Las etiquetas de las cintas de audio quedan a la vista del cliente, por su diseño ergonómico y trabaja con tensión de 12 y 24 voltios, respetando así las normas de la C.E.E.

La seguridad en el cobro de esta máquina, que lo realiza con una eficacia del 100 %, garantiza la rentabilidad del sistema, además el mantenimiento es muy económico, y los cassettes no pueden ser sustraídos con ningún truco o violencia.

Como surgió la idea de adecuar las máquinas de tabaco a la venta de cintas de audio, así también podemos esperar de todos los fabricantes que pongan la imaginación a producir y nos muestren sus nuevas creaciones en vending. Azkoyen nos ha prometido nuevas sorpresas, que llegarán a ustedes a través de éstas, sus páginas.



GAGGIA

Gaggia Española, S.A. presentó en Expo E.S. la nueva máquina de café expres automática COPACABANA realizada especialmente para oficinas, clubs, estaciones de servicio, etc.

La máquina es de diseño totalmente industrial, sólido y duradero.

La Copacabana viene en dos modelos que se adaptan perfectamente al local donde se va a colocar.

Las características técnicas de la máquina son las siguientes:

- Tiene una autonomía de 50 cafés, solamente llenando los depósitos correspondientes al agua y al café, esta autonomía se puede aumentar si se coloca una toma directa de agua y se adapta una ampliación al depósito del café.

- Tiene un control de agua en el depósito.

- Control de café en grano.
- Control de marro.
- Un control de los residuos en bandeja.
- Contador numérico de cafés.
- Molino dosificador incorporado.
- Control general por microprocesador elec trónico.
- Una dosificación de agua por sondas.

La máquina puede funcionar según las necesidades del clientes por pulsador, por ficha o por monedero.

Las dimensiones de la máquina son Alto 536 mm.; Fondo 376 mm. y Ancho 382 mm. El peso es de 37 kg.

Funciona con voltaje de 220 v. 50 Hz.

La Copacabana, según nos contó el Sr. Francisco de P. Soler, Administrador

Gerente de Gaggia en su stand de Expo E.S., es un diseño realizado para un pedido especial dirigido a Estados Unidos. Para el mercado español se encuentra en proceso de fabricación hasta el próximo año que se iniciará su comercialización definitiva.

Otra de las características resaltantes de la máquina de café expres presentada por Gaggia es que el microprocesador utilizado es de tecnología totalmente española, lo que significa un paso más en la consolidación de la industria en nuestro país.



EL VIDEOCLUB AUTOMÁTICO EN ESPAÑA

El jueves 27 de Septiembre se presentó en el club Nick Havana, de Barcelona: Videochange, un video club automático que viene a revolucionar el mundo de la venta y alquiler de películas.

Videochange es una máquina de fácil manejo que permite al usuario la compra o cambio de películas de vídeo en formato VHS. El uso de la máquina convierte a la compra o cambio en un hecho totalmente anónimo.

Para cambiar una película sólo hace falta comprar una. A partir de entonces el propietario podrá canjearla indefinidamente. Mediante el teclado se puede acceder -por pantalla- a los títulos disponibles del género cinematográfico que se desee: policíaco, erótico, terror, etc., hay hasta 18 temáticas para escoger. También aparecen en pantalla los créditos y la sinopsis de las películas.

Una vez localizada la película, automáticamente quedará depositada en la boca de salida.

El cambio de películas puede efectuarse en cualquier máquina Videochange instalada. No es preciso ser socio ni el pago previo de una cuota. Tampoco existe recargo alguno por demora en la devolución de una cinta, pues el intervalo de tiempo que el usuario puede tenerla en su poder es ilimitado.

La máquina es de un tamaño reducido lo que permite instalarla en cualquier lugar: gasolineras, supermercados, video clubs, bares, bingos, etc.

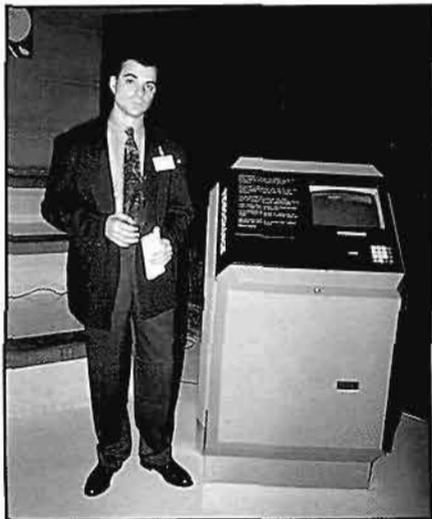
Videochange presenta más de 120 pelí-

culas para canjeo automático de todos los géneros y una renovación constante del stock de títulos.

Videochange Ibérica, S.L. tiene a la disposición del cliente un servicio de asistencia técnica en cualquier punto de España y además realiza revisiones periódicas de las instaladas.

Las películas vienen con un código de barra que es inviolable y un seguro multirriesgo en caso de robo, atraco, inundación, incendio, pérdidas de beneficios y otros.

Todas las máquinas Videochange instaladas están interconectadas informáticamente entre sí, para dar mayor información y facilidades al usuario.



Valenti Vidaña nos muestra Videochange, el club de video abierto día y noche.

CAFE FACIL Y MUY RAPIDO

Antonio Fernández Valle, Fernando Río Villén y José Ventura Ollé, llevan más de 10 años metidos en esto del vending. Y ahora son verdaderos empresarios, juntos han desarrollado la serie de máquinas de café Famave y con ellas piensan ocupar un sector importante de la distribución automática.

Antonio Fernández Valle, como director técnico del proyecto, le ha costado más de 3 años la investigación y desarrollo de un grupo de café, para conseguir la fiabilidad y alto rendimiento que el sector del Vending requiere.

Tanto el grupo de café, como la electrónica del proyecto de sus fabricados, son patente de la empresa que ellos han creado: Fadiven, S.L.

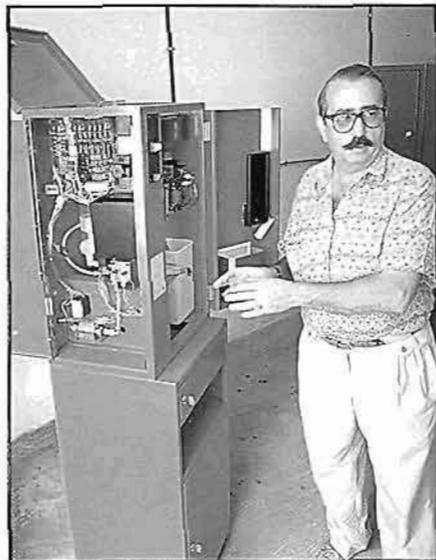
Es conocido por todos el hecho de que el café en grano está desplazando al café soluble, por eso en Fadiven pusieron todo el empeño en alcanzar y mejorar la tecnología del café expres.

La serie Famave incluye tres máquinas: la Famave 1, que sólo proporciona café y es ideal para oficinas. La siguiente, y la máquina que está siendo todo un éxito a través de los prototipos que tienen colocados en el mercado es la Famave 2, esta máquina proporciona café, cortado y café con leche, además el cliente puede variar la cantidad de café o leche que se le está sirviendo, pues la máquina tiene un botón de stop con el que se puede parar el suministro de café o leche.

La Famave 2 tiene una autonomía de 150 a 160 tazas de café por carga y su co-

mercialización va dirigida específicamente a operadores y empresas en general.

La máquina es muy sencilla de manejar, porque en su fabricación se ha tratado de simplificar todos los aspectos técnicos, por ejemplo, uno de los desperfectos más frecuentes en todas las máquinas de café o de bebidas calientes es que se calcifica la resistencia, llegando en ocasiones a quemarse. Esta resistencia se encuentra en lugares escondidos de las máquinas, lo que quiere decir que cuando hay que cambiarla se tiene, prácticamente, que desmontar todo el aparato y el trabajo se vuelve muy largo para algo tan sencillo. En cambio en esta



máquina la resistencia está colocada en un lugar de fácil acceso, donde su cambio se realiza cómoda y rápidamente. Además, se ha colocado una de las mejores resistencias que existen en el mercado.

En Fadiven se mecanizan piezas de las máquinas y se ensamblan completamente en su fábrica ubicada en Cervelló (Barcelona). Es de tecnología completamente española, aunque tiene algunas piezas de importación buscando siempre la calidad del producto, por ejemplo el molinillo es italiano.

La característica más importante es el tamaño tan cómodo de las máquinas, son sencillas y sobrias. La búsqueda de la relación precio-prestación es otro de los objetivos de esta empresa que pronto despuntará en el mercado.

A los operadores interesados en la máquina y para lograr un conocimiento total

de su funcionamiento en Famave se impartirán cursillos especialmente dirigidos a todos los que estarán a diario en contacto con ellos.

La idea de la empresa es cubrir en principio el mercado nacional y posteriormente introducirse en la exportación, pues la máquina que presentan sencilla, oportunidad para cubrir otros mercados.

La Famave 2 tiene además varias opciones que influyen, claro está, en el precio final, por ejemplo, para una empresa de pocos empleados el vaso en lugar de ser dispensado automáticamente puede colocarse de manera manual. El azúcar puede colocarse en bolsitas en un dispensador al lado de la máquina o servirse de la manera más cómoda que encuentren los usuarios. Para la preparación del café se puede variar la cantidad al gusto.

La recomendación de estos fabricantes para esta nueva máquina, que pronto estará en el mercado, es la de toda persona consciente de la realidad de la distribución automática, lo más importante es la higiene que se le dé al aparato. La máquina puede ser excelente, pero si no se cuida de la manera en que debe hacerse el producto final no será el deseado. Para facilitar las cosas, la Famave 2 viene con un dispositivo automático de limpieza para los conductos de la leche.

En relación a la tercera representante de la serie Famave, la Famave 3 que está por bautizar, aún podemos adelantar que proporcionará mucha más variedad de productos, pero cuidando siempre las características que han impulsado a esta empresa, el tamaño, la sencillez en la tecnología, la calidad y una relación exacta entre precio y prestaciones.



VENDIMAX EN DOS OPCIONES, 32 Y 60 SELECCIONES

Vendimax, S.L. no piensa quedarse atrás en esta nueva generación de máquinas expendedoras, por eso ha lanzado al mercado una máquina que puede expender diversos productos: cassettes, calculadoras, relojes, encendedores, souvenirs, etc. Y precisamente la presentó en la feria Sonimag 90 con el nombre de Vendimax 32, en ella incorpora un gran expositor con todos los productos en 32 canales, selector electrónico multimonedas para 25, 50, 100, 200 y 500 pesetas y dos hoppers para la devolución de cambio de 25 y 100 pesetas.

Algunas de las características de esta máquina son:

- El importe de la venta de cada producto es programable a su elección.
- Contabilizables las ventas efectuadas por procedimiento electrónico.
- Máximo rendimiento, alta rentabilidad.
- Dimensiones 1570 X 780 X 330 mm.
- Peso aproximado: 108 kg.

Vendimax, S.L. también presenta su Vendimax 60, con 60 selecciones para la colocación de productos.

Vendimax 60 reafirma con su contenido la mejor oportunidad para la autoventa automática de regalos. Hasta sesenta regalos distintos puede exponer y vender sin mediación ninguna por parte del operador.

Vendimax 60 significa un escaparate para 60 productos con un selector electrónico multimonedas, indicador del precio programable a voluntad y con dos

hoppers para la devolución de cambios. Además esta máquina contabiliza las ventas de manera electrónica. Es un sistema indicado para vender automáticamente cintas, cassettes de música, juegos de ordenador, calculadoras, encendedores, relojes, souvenirs, etc. La rentabilidad es uno de los máximos exponentes con el uso de esta sencilla y práctica máquina.

Las dimensiones de la Vendimax 60 son: 1570 X 940 X 410 mm.

Peso aproximado: 178 kg.



La Vendimax 60 ofrece comodidad y rendimiento. Con la máxima tecnología.

SERVICIO LECTORES

DESEO SIN COMPROMISO POR MI PARTE MAYOR INFORMACION DE LOS ARTICULOS INDICADOS EN LA PAGINA QUE SEÑALO CON UN CIRCULO

PARA RECIBIR DOCUMENTACION RODEE CON UN CIRCULO EL N° DE LA(S) PAGINA(S) CORRESPONDIENTE(S)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36
37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76
77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111
112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139
140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167

RECIBE REGULARMENTE M V SI NO
LO RECIBE POR OTROS MEDIOS SI NO
¿CONOCE OTRAS PUBLICACIONES DE NUESTRO GRUPO EDITORIAL? SI NO
PUBLICITARIAMENTE. ¿QUE ARTICULOS CREE DEBERIAMOS INCLUIR?

ESPECIAL INCIDENCIA:

- BEBIDAS FRIAS/CALIENTES
- BOCADILLOS
- PLATOS CALIENTES
- T BACO
- CAMBIO/BILLETES
- DULCES/HELADOS
- BOTELLAS
- LECHE
- PRODUCT EN CONSER (LATAS)
- ZUMOS
- BEBIDAS ALCOHOLICAS

PARTICULAR INCIDENCIA

- SELLOS/TARGET POSTALES
- MERCANCIAS VARIAS
- TELEFONOS
- CONTROL ESTACIONAMIENTOS
- ITINERARIOS
- PELICULAS CINEMATOGRAFICAS
- PELICULAS FOTOGRAFICAS
- VIDEOS-CINTAS
- REFRIGERACION
- LIMPIEZA DE BOTAS
- FOTOCOPIADORAS
- TELESCOPIOS
- APARATOS FOTOGRAFICOS
- APARCAMIENTOS Y CONTROLES
- TICKETS
- CARBURANTES
- PRODUCTOS PARA LA AUTOMOCION
- PRODUCTOS EDITORIALES
- AUTOMATICOS DE CONGELADOS
- PRODC. SANITARIOS O FARMAC.
- PRODUCTOS HIGIENICOS

BOLETIN DE ABONO

SR/SRA.....
FIRMA O RAZON SOCIAL.....
DIRECCION: CALLE/PL..... N°.....
POBLACION..... CODG. POSTAL.....
PROVINCIA/DEPARTAMENTO..... PAIS.....
TELEFONO..... FAX.....

SOLICITO ABONARME A MUNDO VENDING .. SEGUN DETALLO:

- 3415 PTAS. POR 1 AÑO (EXTRANJERO, 48 \$ USA) POR 6 N°S
- 6830 PTAS. POR 2 AÑOS (EXTRANJERO, 96 \$ USA) POR 12 N°S

6% I.V.A. INCLUIDO. GTOS. DE ENVIO INCLUIDO N° DNI NIF CIF

UTILIZARE EL SIGUIENTE SISTEMA DE PAGO:

- ADJUNTO TALON NOMINATIVO
- TARJETA DE CREDITO:
 - N° TARJETA VISA
 - TARJETA EUROCARD MASTER CARD
 - FECHA DE CADUCIDAD

FIRMA Y SELLO

FIRMA TITULAR TARJETA



LOS PAGOS DEBEN REALIZARSE A NOMBRE DE ETHO-ESPAÑA, S.L.

POR FAVOR RELLENEN LOS APARTADOS ABAJO RESEÑADOS.

(LA UTILIZACION DE LOS DATOS RESEÑADOS ES EXCLUSIVAMENTE A EFECTOS ESTADISTICOS).

NOMBRE

RAZON SOCIAL

CALLE

N.º TELEFONO

CODIGO POSTAL

POBLACION

PROVINCIA

PAIS

SECTOR DE ACTIVIDAD

- HOSTELERIA
 ESTACIONES SERVICIO
 CENTROS OFICIALES
 ESTACIONES VARIAS
 CENTROS ASISTENCIALES
 CENTROS EDUCATIVOS
 EMPRESAS EN GENERAL
 PROFESIONALES
 OTROS.....

CARGO

N.º DE EMPLEADOS

- DE 1 A 10
 DE 10 A 20
 DE 20 A 50
 DE 50 A 100
 DE 100 A 200
 MAS DE 200

RECIBE REGULARMENTE M.V. SI NO
(TECNICAS Y SERVICIOS)

FRANQUEESE
AQUI
COMO
POSTAL

ETHO - ESPAÑA, S.L.

Apartado de Correos 9371
08080 BARCELONA

Dpt.º PROMOCION

PRINTED IN SPAIN - IMPRESO EN ESPAÑA
DEPOSITO LEGAL N.º B-31.208
M.V. N.º 1 (TECNICAS Y SERVICIOS)

AÑO 1 - NUM. 090 - JULIO 90

GRUPO ETHO

MUNDO VENDING

TECNICAS Y SERVICIOS



**Un mundo por una
moneda**

FRANQUEESE
AQUI
COMO
POSTAL

ETHO - ESPAÑA, S.L.

Apartado de Correos 9371
08080 BARCELONA

Dpt.º SUSCRIPCIONES

PRINTED IN SPAIN - IMPRESO EN ESPAÑA
DEPOSITO LEGAL N.º B-31.208
M.V. N.º 1 (TECNICAS Y SERVICIOS)

CONOZCA LA EXPO DEL 90
LA VENDEDORA MAS
BELLA Y PERFECTA DE

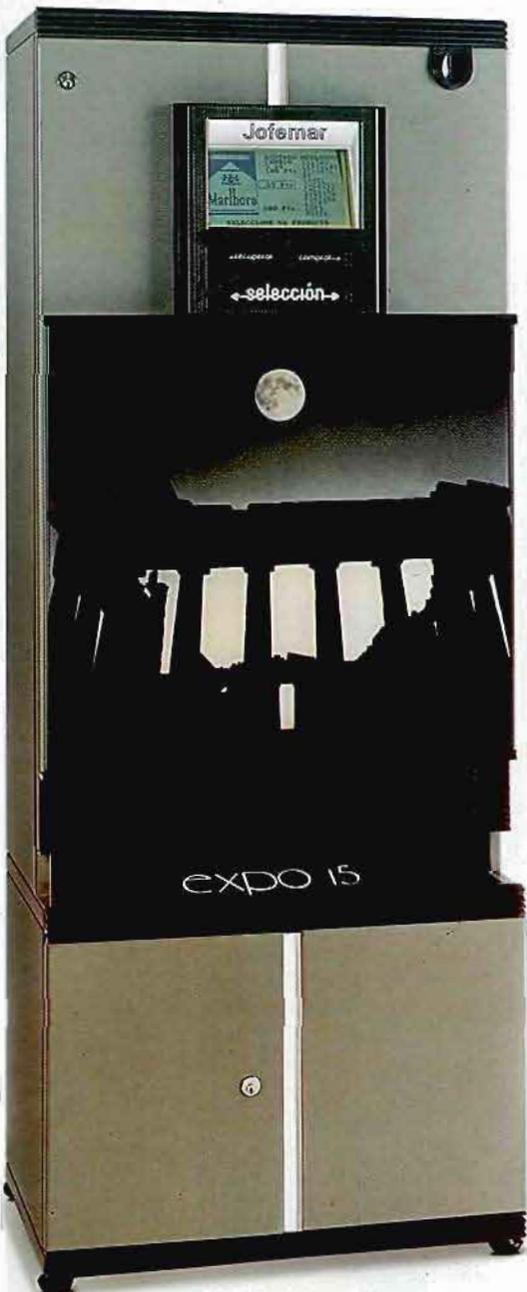


EXPO

LA SERIE "EXPO" DE MAQUINAS EXPENDEDORAS DE CIGARRILLOS, ES EL ULTIMO PRODUCTO DE JOFEMAR EN SU CONSTANTE DESARROLLO EN EL CAMPO DEL VENDING. TRES MODELOS DE DIEZ, QUINCE Y VEINTICINCO CANALES, PRESENTAN POR PRIMERA VEZ EN EL MERCADO LA VISUALIZACION DEL PRODUCTO POR MEDIO DE UNA PANTALLA DE CRISTAL LIQUIDO, Y LA SELECCION, COMPRA Y RECUPERACION, MEDIANTE SOLAMENTE TRES PULSADORES PARA TODAS LAS OPCIONES DE COMPRA.

ES LA MAQUINA CON MEJOR RELACION VOLUMEN / CAPACIDAD DEL MERCADO, Y SU DISEÑO, SOBRIO, BELLO Y FUNCIONAL, ESTA A LA VISTA.

EXPO ES LA REVOLUCION EN MAQUINAS EXPENDEDORAS DE TABACO DE ULTIMA GENERACION, IDIGITAL!



Jofemar
Tecnología de selección

SILVER 7, VENTAJAS EN BEBIDAS

Zanussi presentó en Expo E.S. su máquina de bebidas Silver 7, un diseño limpio y elegante que se adapta a los nuevos tiempos y que impone una tecnología cada vez más depurada y con el respaldo de la empresa Zanussi Grandi Impianti.

A continuación reproducimos las características técnico-funcionales de la máquina:

Dimensiones y potencia:

Ancho	800 mm.
Altura	1830 mm.
	(+20 cm. patas regulables)
Profundidad	704 mm.
Peso	200 kg.
Potencia	2kw.

Tensión de alimentación: 220v+10%-50Hz.

Alimentación hidráulica de la red.

Depurador a cambio iónico.

Ocho selecciones para veinte bebidas diferentes, además:

- pulsador extra azúcar/sin azúcar.
- sólo vasos.

La autonomía de la máquina se basa en las siguientes proporciones:

vasos (de 166 cc.)	700
paletinas	600
café en grano	kg. 4
chocolate	kg. 3,8

leche	kg. 1,8
té al limón	kg. 5,7
azúcar	kg. 5,5

En relación al grupo de café, las Silver 7 de Zanussi vienen con un sistema de azúcar es erogado antes que la bebida directamente en el vaso mediante un mecanismo retornable. Así se evita la incrustación del azúcar debido al vapor. Al mismo tiempo viene efectuada la distribución de la paletina en el vaso.

Todo el conjunto es de fácil extracción y desmontaje. Facilitando la limpieza y garantizando la higiene.

Otra de las características de la máquina es que el café es molido para cada selección y dosificado volumétricamente.

El sistema electrónico utilizado es el C/MOS para el control del proceso necesario para la preparación de las bebidas.

La instalación electrónica está formada por circuitos, fácilmente sustituibles, dotado de espías (LED) que señalan el correcto funcionamiento de los sistemas de la máquina.

En seguridad esta máquina de bebidas está dotada de los siguientes dispositivos: anti-inundación, vacío agua, interruptor puerta, vacío de vasos, vacío de café, protector térmico del molinillo, protección a tiempo del ciclo, de la bomba del café y del molinillo.

Además Zanussi ofrece para la Silver 7 una serie de accesorios, fácilmente instalables y de diversa utilidad.



ESTATUTOS DE LA ASOCIACION CATALANA DEL VENDING

Parte II

Artículo 17º:

La presidencia de todas las asambleas generales corresponden al presidente de la asociación y, en ausencia de éste, al vicepresidente.

La mesa de la asamblea quedará integrada por el presidente de la asociación y dos vocales, designados por la Junta Directiva en turno rotativo, y actuará como secretario el mismo de la Junta Directiva.

Los acuerdos que adopte la asamblea general serán aprobados por mayoría simple, fuera de los casos de modificación de estatutos o disolución, en que serán necesarios una mayoría de los dos tercios.

La modalidad de las votaciones quedará a criterio de la propia asamblea.

Cada afiliado que esté al corriente de pago de sus cuotas tiene derecho a voto.

Artículo 18º:

Son funciones y competencias de la asamblea general:

a) Adoptar acuerdos relativos a la representación, la gestión y la defensa de los intereses de la asociación y de sus afiliados.

b) Aprobar los programas y planes de actuación.

c) Elegir y revocar el mandato de los miembros de la Junta Directiva y el pre-

sidente de la asociación, así como también fijar su duración.

d) Examinar y aprobar la memoria

e) Aprobar las cuotas ordinarias y extraordinarias que hayan de satisfacer los afiliados, de acuerdo con las proposiciones que elabore la Junta Directiva.

f) Aprobar el estado de cuentas de la asociación y los presupuestos.

g) Aprobar o reformar los estatutos.

h) Acordar la disolución de la asamblea.

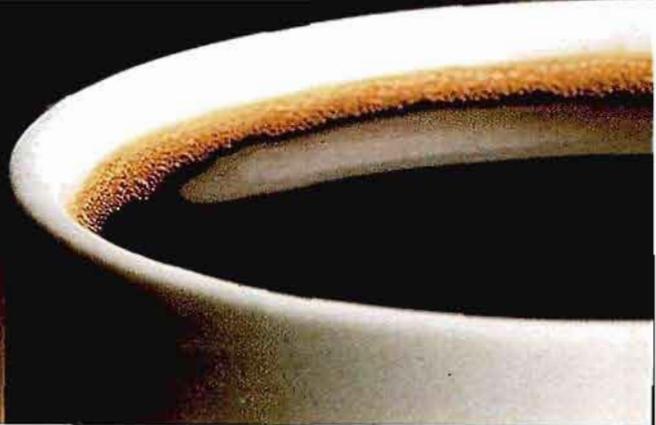
i) Conocer y resolver las reclamaciones y recursos formulados por los afiliados.

Artículo 19º:

De todas las reuniones y en el periodo de 15 días después de su celebración, se levantará acta que reflejará los acuerdos adoptados. Las actas constarán en un libro de registro para tal efecto, y deberán ir firmadas por el presidente y el secretario de la asociación.

Artículo 20º:

La Junta Directiva es el órgano encargado de la gestión, la representación y la administración de la asociación y ha de ser designada y renovada por la asamblea general ordinaria, de entre sus miembros, a través de sufragio libre, directo y secreto. La junta directiva esta-



Servir un buen café



Porque detrás de un buen café hay siempre un cliente satisfecho. Y un cliente satisfecho es siempre un buen negocio.

NESTLÉ, con muchos años de experiencia en el mundo del café, le ofrece una esmerada y cuidada selección de los mejores cafés. Cafés en grano y solubles, cafés para todos los gustos. Para que cada día su negocio sea más y más un buen negocio.



BONKA. El café en grano de Nestlé

Bonka es el resultado de una cuidada y esmerada selección de cafés de los mejores cafetales. Tostados y envasados al vacío en bolsas especiales garantizando su conservación durante más tiempo. Cada bolsa lleva incorporada una válvula de seguridad para conservar intacto el aroma del café tostado.

Bonka se presenta en 5 variedades: Natural, Torrefacto, dos Mezclas y una calidad superior: Bonka Natural Superior. Servidos en bolsas de 1 Kg. y en cajas de expedición de 12 bolsas.



BONKA. Tueste Natural

Selección de cafés americanos de fino sabor y delicado aroma.

Tostados mediante una técnica especial (Fast Roast) que intensifica el aroma consiguiendo un mayor rendimiento por cada grano. Este café, le ofrece la posibilidad de obtener por un kilo un MAYOR NUMERO DE TAZAS sin variar la dosificación habitual y manteniendo la misma calidad.



BONKA. Tueste Torrefacto

Cafés tostados con azúcar, lo que les da cuerpo y color oscuro.

Esta variedad de Bonka Torrefacto le permite preparar a su gusto la mezcla con el café Tueste Natural.



BONKA. Mezcla

Para satisfacer la demanda de mezcla más habitual.

Nestlé envasa las siguientes proporciones de café natural y torrefacto: 65 % Tueste Natural y 35 % Torrefacto. Proporciona cuerpo y color. 80 % Tueste Natural y 20 % Torrefacto.

Aporta aroma y sabor.

Estas dos variedades de Bonka Mezcla que le ofrecemos, combinan las ventajas del café Tueste Natural (tostado mediante la técnica del Fast Roast) y diferentes proporciones de cafés torrefactos, lo que permite obtener un máximo rendimiento en cada taza.



BONKA. Tueste Natural Superior

Café seleccionado entre los mejores del mundo y tostado según procedimientos tradicionales. Especialmente recomendado para los paladares más exigentes. Su inigualable aroma, su cremosidad y suavidad son las características que hacen de este café uno de los más apreciados.



es un buen negocio



NESCAFÉ. El café soluble

Nescafé ha sido elaborado seleccionando meticulosamente y con esmero los mejores granos, que Nestlé ha tostado y envasado para que lleguen hasta Ud. con el mismo sabor y frescura de origen.

Servido en botes de 1 Kg. perfectamente protegido, garantizando una perfecta conservación durante largo tiempo y manteniendo intacto ese inconfundible sabor de los mejores cafés.



MOKANOR. Instantáneo Natural y Torrefacto

Nestlé presenta el café soluble Mokanor, para que Ud. pueda servir al momento una taza de buen café a un precio mucho más económico.

Mokanor se presenta en dos variedades: Natural y Torrefacto.

Envasado en bolsas de 1 kg. y servido en cajas de 6.



NESCAFÉ. En sobre

Su reducido tamaño le hace especialmente indicado para cafeterías y restaurantes.

Cada sobre contiene la dosis exacta para una taza. Herméticamente sellados

para garantizar la perfecta conservación y calidad del café.

Distribuidos en cajas de 100 sobres de 2 g. se presentan en dos variedades: Nescafé Natural y Nescafé Descafeinado.

La variedad Descafeinada es la apropiada para aquellos que prefieren un café sin cafeína con el mismo aroma y sabor de Nescafé.



Servicio de información y ventas

Nestlé dispone de un equipo de especialistas que le aconsejarán sobre cualquier consulta que Ud. tenga, no sólo sobre el café sino también sobre cualquier tema de alimentación. Cualquiera de nuestras 9 oficinas de venta le darán la información que Ud. precise.

ALICANTE Avenida 18 Tel. 33 40 41 03001 ALICANTE	LA CORUÑA Torre Aroca 19 Tel. 22 81 64 15008 LA CORUÑA	SEVILLA Polígono Ind. de Saurim C. A. Pardo 27 Tel. 34 40 00 41003 SEVILLA
BARCELONA Avenida Miraflores 1042 Tel. 37 18 00 08010 DESVINYES	MADRID Edif. Suroeste 37 Tel. 447 10 00 28010 MADRID	VALENCIA Vía de Ferreracabada Km. 2700 Tel. 31 31 31 46100 VALÈNCIA
BILBAO Calle 4 Tel. 40 14 00 48008 BILBAO	MÁLAGA Avenida 100 de Santa Teresa Tel. 34 00 00 Tel. 34 50 00 29008 MÁLAGA	ZARAGOZA Avenida Crta. Aragón 9 Tel. 44 00 00 50001 ZARAGOZA



Asesores en Alimentación

rá formada por un máximo de 10 y un mínimo de 5 afiliados.

Artículo 21.º:

La Junta Directiva se reunirá, en sesión ordinaria, al menos una vez al trimestre. También se reunirá, en sesión extraordinaria en los casos que los solicite la tercera parte de sus componentes o lo decida el presidente por propia iniciativa, atendida la importancia de los asuntos a tratar.

El presidente de la Junta Directiva, que será de la asociación, convocará a sus miembros, siempre que sea posible, con 8 días naturales de antelación a la fecha fijada para la reunión, y enviará la correspondiente convocatoria, que incluirá el orden del día de los asuntos que deben tratarse. Por razones de urgencia, se podrán tratar asuntos que no consten.

Artículo 22.º:

La Junta Directiva se considerará válidamente constituida cuando concurren a la reunión la mitad más uno de sus miembros, estén presentes el presidente y el secretario o la persona que los substituya. Para la adopción de los acuerdos, se requerirá un voto favorable de la mitad más uno de los miembros asistentes de la Junta Directiva.

Las discusiones y los acuerdos de las sesiones, tanto las ordinarias como las extraordinarias, de la Junta Directiva constarán en actas que una vez firmadas por el presidente y el secretario, se transcribirán al correspondiente libro de actas.

Artículo 23.º:

Las funciones y las facultades de la Junta Directiva son:

a) La ejecución y cumplimiento de los acuerdos de la asamblea general.

b) La representación y gestión económica y administrativa de la asociación.

c) Realizar y dirigir las actividades de la asociación necesarias para el ejercicio y desarrollo de sus finalidades.

d) Proponer a la Asamblea General los programas de actuación general y específicos, y ejecutar los que ya hayan sido aprobados dando cuenta de su cumplimiento en la próxima asamblea general.

e) Elegir entre sus miembros al secretario, el tesorero y el contable de la asociación, y también sus respectivos suplentes.

f) Presentar en la asamblea general los presupuestos, los balances, las liquidaciones de cuentas y las propuestas de cuotas para su posterior aprobación.

g) Elaborar la memoria anual de actividades y someterla a la asamblea general para su aprobación.

h) Decidir en materia de cobros y ordenación de pagos.

i) Supervisar la contabilidad y la mecánica de cobros y pagos, sin perjuicio de las facultades asignadas al contable y al tesorero.

j) Controlar y velar para el normal funcionamiento de los servicios.

k) Adoptar acuerdos referentes a la contratación de bienes y servicios, el ejercicio de acciones y la concesión de poderes.

l) Realizar informes y estudios de interés para los afiliados.

m) Todas aquellas otras competencias que se le otorguen desde la asamblea general.

En casos de extrema urgencia, adoptar decisiones sobre asuntos, la competencia de los actuales corresponde a la asamblea general, dando cuenta de ello en la primera sesión que se celebre.

Artículo 24.º:

El presidente de la asociación será elegido y revocado en su mandato por la asamblea general a través de sufragio libre y secreto.

Artículo 25.º:

Las funciones y atribuciones del presidente son las siguientes:

a) Convocar y presidir la asamblea general y la junta directiva.

b) Dirigir los debates y el orden del día de las reuniones.

c) Representar a la asociación, suscribir contratos, otorgar poderes y ejecutar todo tipo de actuaciones, con la debida autorización de la Junta Directiva.

d) Emitir el informe anual de su actuación y de la asamblea general.

e) Proponer a la Junta Directiva el nombramiento de los cargos técnicos que sean necesarios para las actividades de la asociación.

Artículo 26.º:

El vice-presidente de la asociación que lo será de ésta y de la Junta Directiva, tendrá las mismas funciones y atributos que el presidente, siempre que los sustituya por causa de vacante, ausencia o enfermedad.

Artículo 27.º:

El secretario de la asociación levantará acta de todas las reuniones de la Junta Directiva y de las asambleas generales. Tendrá a su cargo la dirección del personal y de los servicios.

Título IV

REGIMEN ECONOMICO

Artículo 28.º:

Los recursos financieros de la asociación estarán integrados por:

1. Las cuotas de los miembros de la asociación.

2. Las donaciones y legados a su favor.

3. Las subvenciones públicas o privadas que reciba.

4. La venta de sus bienes y valores.

5. Los ingresos procedentes de la venta de publicaciones y prestaciones de servicios.

6. Cualquier otro tipo de recursos obtenidos en conformidad con las disposiciones legales y preceptos estatutarios.

De cara a cada ejercicio económico, deberá revisar y adecuarse el presupuesto ordinario y de ingreso y gastos, con sujeción a las normas contenidas en estos estatutos.

Artículo 29.º:

La Junta Directiva determinará las normas para la administración y contabilidad, siendo el ordenador de pagos el presidente de la asociación.

El contable intervendrá todos los documentos de cobros y pagos y supervisará la contabilidad, y el tesorero cuidará de la conservación de todos los fondos en la forma que disponga la Junta Directiva y firmará todos los documentos de pagos y cobros.

La Asamblea General dará las medidas adecuadas para que todos los asociados puedan conocer la situación económica de la asociación.

Artículo 30.º:

Los recursos de la asociación, así como también el de su patrimonio se destinará al cumplimiento de sus finalidades.

HISPACOUNTER, S.A.

LA GAMA DE PRODUCTOS AL SERVICIO DEL VENDING.

MÁQUINA CONTADORA-CLASIFICADORA DE MONEDAS.



Modelo TITAN-2408. Incorpora un microprocesador y un pequeño monitor en el que se exhibe, en tiempo real, todas las operaciones de conteo y clasificado que realiza la máquina. Preparada para contar y clasificar todas las denominaciones españolas de curso legal (200, 100, 50, 25, 10, 5, 2 y 1 Ptas.), así como cualquier nueva denominación que fuera emitida en el futuro, sin necesidad de efectuar ninguna reforma en la máquina. Su velocidad media aproximada de clasificado es de 450/550 monedas por minuto.

Rechaza cualquier tipo de moneda u objeto que no cumpla estrictamente las características de calidad de las monedas que clasifica (desde cualquier moneda extranjera, hasta anillas, plásticos, ruedas de goma, etc.) por incorporar un validador electrónico de monedas que le permite hacer 6 tipos de análisis distintos a las mismas.

Provista de batería interna que evita la pérdida de la información contenida en la máquina aunque haya una interrupción del suministro eléctrico o la máquina fuera desconectada.

Equipada con interfaz de tipo RS-232, para ser conectada directamente a una impresora comercial o a un ordenador.

Permite realizar paradas a cantidades predeterminadas en los sacos de recepción de cada una de las denominaciones sin que por ello se interrumpen las operaciones de conteo y clasificado de las restantes monedas.

SISTEMA DE TARJETA EC-2000. (NOVEDAD HOSTELCO-89)



10 RAZONES PARA ESCOGER EL SISTEMA EC 2000.

- 1 - LA ÚNICA CON CUATRO SISTEMAS EN UNO:
 - DINERO
 - TARJETAS
 - COMBINADO DE DINERO Y TARJETAS
 - SISTEMA DE CARGA.
- 2 - ACEPTA 10 TIPOS DE MONEDA.
- 3 - 10 PRECIOS DE SALIDA.
- 4 - MULTIVENTA.
- 5 - LARGA DURACION Y ESPECIALMENTE PRACTICA EN TARJETAS.
- 6 - LECTOR DE TARJETAS AUTOLIMPIABLE.
- 7 - ALTO NIVEL EN LA EXACTITUD DE VALIDACION.
- 8 - TRIPLE NIVEL DE SEGURIDAD.
- 9 - FACILITA LA VENTA EN EL SECTOR VENDING.
- 10 - SENCILLA DE PROGRAMAR.

Dirección, Dto. Comercial y Administración
Arrieta, 4
28013 Madrid
Tlfs. 247 17 31 - 248 88 62 - 248 03 70
Telex. 23806 - Fax. 247 09 11

Servicio Técnico Central
Eraso, 36 - 2º
28028 Madrid
Tlfs. 255 20 69 - 255 20 72
Telex. 23806

Delegación en Cataluña
Gran Vía de las Cortes Catalanas, 164 (local 25)
08014 Barcelona
Tlf. 422 38 50
Telex. 23808

Delegación Andalucía
Manuel Torres, 8
29003 Málaga
Tlf. 35 04 24
Telex. 23808



c/ Pensamiento, 27 3º 3ª
28020 Madrid

Tel. (91) 571-46-36
571-44-38

Fax. (91) 571-14-31

*SUPER LIGHT
AMBIENTADOR CONCENTRADO
VENTA A 200 PTAS.
ESPECIAL PARA COCHES Y
LOCALES CERRADOS
AROMAS AMOROSOS*



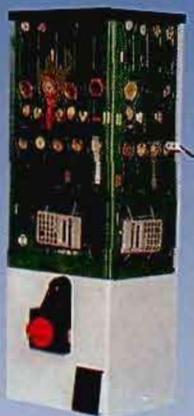
MAQUINAS EXPENDEDORAS MECANICAS

Monederos de 1 moneda de 100 ptas.
de 2 monedas de 100 ptas.

Monederos de cualquier país del M.C.E.

Bolas desde 14 mm Ø a 70 mm Ø

Se atienden casos especiales



ASESORIA JURIDICA ESPECIALIZADA

— CONSULTAS GRATIS —



EL ESFUERZO POR UNA IMAGEN

El sector del vending se divide fundamentalmente entre el grupo de empresas fabricantes e importadores de maquinaria vending y el conjunto de operadores de estas máquinas.

Estos últimos también se autodenominan explotadores, ya que su actividad consiste en hacer rendir al máximo las máquinas, suministrando los productos y manteniéndolas siempre en funcionamiento; ya que según ironiza Ramon Clofent, presidente de la Associació Catalana de Vending (ACV), "a fin de cuentas, lo que a nosotros nos interesa es el resultado final de la cuenta de explotación de nuestros negocios."

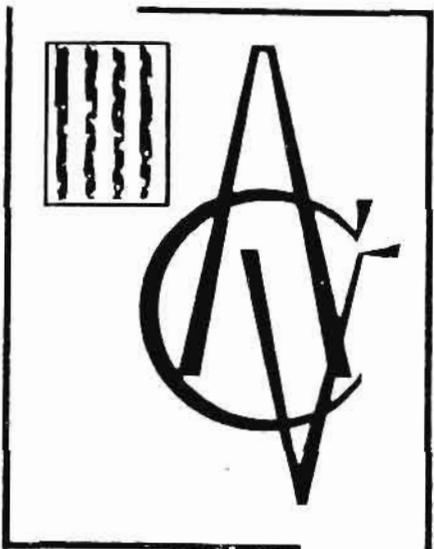
El negocio del vending lleva implantado en España 25 años, por lo que hay que considerarlo un sector relativamente nuevo. Catalunya debido a su amplia zona industrial fue pionera en la demanda de este tipo de servicio. En los primeros años éste proliferó en forma de pequeños empresarios que compraron máquinas ya emplazadas y en funcionamiento, que habían puesto en marcha distribuidores y fabricantes de maquinaria, ya que debido al desconocimiento del sector se hacía muy difícil la venta directa.

Así pues desde un principio este servicio se ofertó a través de la pequeña empresa familiar, muy tradicional en Catalunya.

De esta forma se vendieron la mayoría de las primeras máquinas de vending, el empresario que desconocía el mercado podía ver por los números como funcio-

ta. Esta gran proliferación de pequeños empresarios complicó enormemente el mercado ya que en muchos casos se solapaban las ofertas pisándose entre ellos mismos los clientes.

Ante un panorama como éste nació por sí misma la necesidad de crear diálogo entre los diversos protagonistas de la escena. Ramon Clofent describe con estas palabras los problemas y dificultades que se vivían en los primeros años. "Cuando alguno de nosotros iba a ofertar una máquina tenía que estar más pen-



ASSOCIACIÓ CATALANA VENDING

Anagrama de la Associació Catalana de Vending.

diente de qué precio había acordado el empresario de al lado que de ofrecer un buen servicio y un buen producto a su cliente. Esta dinámica conducía a que se acabaran ofreciendo productos a bajo precio y de peor calidad para poder dar el servicio un duro más barato que el competidor más cercano.

Actualmente la situación ha cambiado porque la mayoría de los que se dedican a este sector son profesionales, es decir personas que conocen a fondo su trabajo y el funcionamiento de la máquina.

El empresario conoce el sector y va a comprar aquella máquina que más le interesa y que considera mejor; dispone de sus propios técnicos que mantienen las máquinas a punto y las provisionan regularmente.

Pero el sector necesitaba ser organizado, y de ahí nació la idea de crear La Associació Catalana de Vending, con el objetivo de velar por los intereses del empresariado explotador del vending. En una carta de la asociación dirigida

a los proveedores se les dió a conocer la siguiente declaración de principios: "entre los objetivos más importantes, se pueden señalar los siguientes: representación, defensa y promoción de los intereses económicos, y también de los sociales, laborales, profesionales y culturales de sus afiliados. Fomentar la solidaridad profesional promocionando y creando servicios comunes de naturaleza asistencial, programar acciones para conseguir mejoras económicas y sociales de sus afiliados. Servir de vehículo de comunicación entre los empresarios del sector y ustedes - nuestros proveedores - y también frente a la Administración, fomentando aquellas iniciativas de índole económica, legal, fiscal, estructural y de cualquier tipo que pueda afectar a la

actividad explotadora de las máquinas de VENDING. Y muy especialmente, ejercitar la defensa de las acciones que contribuyan a la mejor ordenación del sector económico propio de los explotadores, en su más amplio sentido. Dar asistencia jurídica, fiscal y social a sus afiliados, así como aquellos servicios que se consideren oportunos, y pueda prestar la ASOCIACIÓN CATALANA DE VENDING".

Los inicios de la asociación los encaminaron doce empresarios del sector que entraron en contacto con ANEDA (Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos), que el mes de junio del año 89 asistieron a una reunión que ANEDA celebró en Madrid.

Pero los objetivos que se había planteado la asociación nacional no cubrían totalmente las necesidades de los empresarios catalanes, y el día 28 de septiembre del mismo año se firmó en Barcelona el acta fundacional de la Associació Catalana de Vending (ACV).

En aquel momento empezaron siendo miembros de la ACV 29 empresarios, número que en la actualidad ha aumentado hasta 40.

Uno de los problemas importantes con los que se enfrenta la industria del vending es el elevado número de negocios sumergidos que existen dentro del sector. Las cifras que se conocen de pequeños empresarios, que trabajan en estas condiciones, es realmente preocupante, según nos indica el presidente de la ACV.

Este grupo puede ser el cáncer del sector, ya que puede reventar los precios debido a su actividad no legalizada y libre de impuestos. Sus costos empresariales inferiores les permiten ajustar extraordinariamente los márgenes.

Pero el problema es mucho mayor si se



KÄRCHER

mecanicemos la limpieza

Usted, empresario moderno, piensa como nosotros, que el tiempo es oro. Por eso, con las máquinas de limpieza Kärcher, puedo ahorrar hasta el 80% en trabajo, en tiempo y en dinero.



¡Pruébelo!

limpiemos rápido

Los hombres del volante no tienen tiempo que perder

La limpieza
es asunto
nuestro



Aspiradores,
Lava-aspiradores
seco y húmedo
Lavadoras alta presión
agua caliente y fría

KÄRCHER, S. A. Pol. Ind. Font del Radium C/. Doctor Trueta, 6-7 08400 GRANOLLERS (Barcelona)
Tel. 846 44 47 - Fax Oficinas 846 55 05

EDICIONES TÉCNICAS DE HOSTELERÍA - ESPAÑA, S. L.
EDIÇÕES TÉCNICAS DE HOTELERIA, LDA, PORTUGAL.
EDITIONS TECHNIQUES D'HÔTELLERIE - FRANCE, S. A. R. L.
EDICIONS TÉCNIQUES D'HOSTELERIA - ANDORRA, S. L.



GRUPHOSTEL

MADRID
BARCELONA
BONN
PARIS
LISBOA
ANDORRA LA VELLA

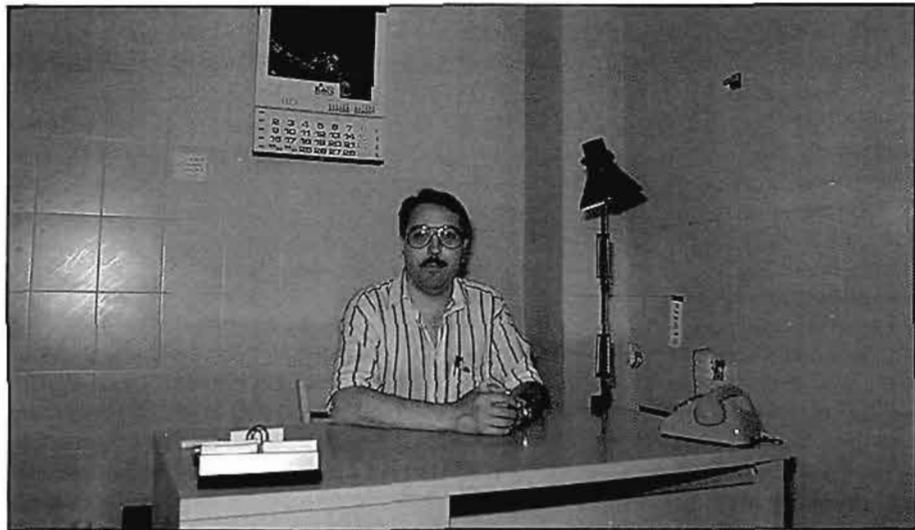


Un mundo de tecnología

PRIMER GRUPO INTERNACIONAL DE PRENSA TÉCNICA Y SERVICIOS.

OFICINAS CENTRALES:

ETHO - ESPAÑA, S. L. C/ BAILEN, n.º 100, Pral.
08009 BARCELONA. Telf. (93) 257 39 40. Fax. (93) 459 22 10



Ramon Cloufent, Presidente de la Associació Catalana de Vending, en la sede que la Asociación tiene en Barcelona

tiene en cuenta la baja calidad de los productos que éstos ofrecen, así como el desconocimiento mecánico de la máquina que los hace depender totalmente del servicio técnico de la casa fabricante de las máquinas. Esto repercute en el servicio post-venta que acaba siendo menos efectivo que el que ofrece el empresario que lleva él mismo el servicio técnico de las máquinas que explota.

Ese mal servicio que ofrece un grupo dentro del sector, ha dado a la industria del vending una mala imagen que la Associació Catalana de Vending quiere reparar a base de organización, profesionalidad, legalización de negocios y el buen servicio por encima de todo.

De ahí que desde la asociación no sólo se busque establecer un diálogo permanente entre los diversos empresarios del sector de los operadores, si nó que se trata también de crear la imagen de esta actividad empresarial.

Uno de los primeros pasos que la asociación quiere dar es la edición de una revista sobre el vending, que presentará su primer número durante el mes de octubre de este año. La publicación tiene un papel muy importante en el esfuerzo que la asociación está haciendo para mejorar la imagen de su sector. Según palabras de su presidente " toda asociación para que funcione ha de verse autoobligada. El compromiso obliga a funcionar y la revista, y las diversas comisiones técnicas (mecánica, prospecciones de mercado, imagen . . .) son las que han de dar solidez a esta asociación, que lucha contra una situación del sector que está absolutamente disperso y temeroso de ser conocido por la misma competencia.

Otros objetivos que se propone la asociación son defender sus intereses, llevar a cabo la reconversión y la ampliación del sector, así como establecer una línea de

información para sus socios que les mantenga informados de lo que pasa dentro y fuera del país de manera que facilite su potenciación.

Ramon Clofent está convencido de que el asociacionismo beneficia a todos los empresarios implicados en el sector. Para los socios de la Associació Catalana de Vending sus posibilidades son mayores, por esta razón ya se están empezando a establecer contactos con otras zonas del país donde también el asociacionismo del sector está despuntando.

Después de la creación de la Associació Catalana de Vending en otras comunidades se han iniciado experiencias similares con las que se han iniciado contactos, tal es el caso de la Asociación del País Valenciano.

Por lo general este es un sector industrial de pequeñas empresas donde la media se establece entre los 6 trabajadores, para empresas de este tamaño individualmente es impensable que se pueda establecer un acuerdo marco que las acogiera y que a la vez contemplara sus intereses específicos, en el cual ellos pudieran tomar parte.

Para la Associació Catalana de Vending este es uno de los puntos de mayor importancia que requieren su atención.

El sector del vending sufre todavía hoy, 25 años después de sus comienzos, el problema de la clasificación fiscal de estas máquinas. Debido al desconocimiento del sector, incluso por parte de la Administración, no ha sido hasta muy recientemente y en algunos casos queda pendiente de aclarar qué lugar les corresponde dentro de la normativa. Se las clasifica igual que a las máquinas recreativas y tragaperras, que nada tienen que ver con el negocio del vending.

El presidente de la Associació Catala-

na de Vending establece con facilidad las diferencias que separan a ambos lectores.

"Nosotros lo que estamos dando es un servicio, se trata de pagar unas monedas a cambio de cubrir un servicio, que puede ser muy diverso ya que el futuro es vending; porque llegará un momento en que todo o casi todo se podrá vender a través del vending, en cambio las máquinas tragaperras pertenecen al sector del ocio; lo que se busca en ella es un entretenimiento, una diversión marcada por el consumo".

La importancia de ese epígrafe legislativo es mucha, porque de él depende la confianza de los empresarios del sector para lanzarse a hacer inversiones, que son las que lo harán crecer. "Si finalmente las máquinas vending se contemplan fiscalmente igual que las máquinas recreativas, es evidente que nos lo tendremos que vender todos porque ellos pagan altos impuestos, pero no tienen los costos que tenemos nosotros, y el beneficio que dejan es muy distinto".

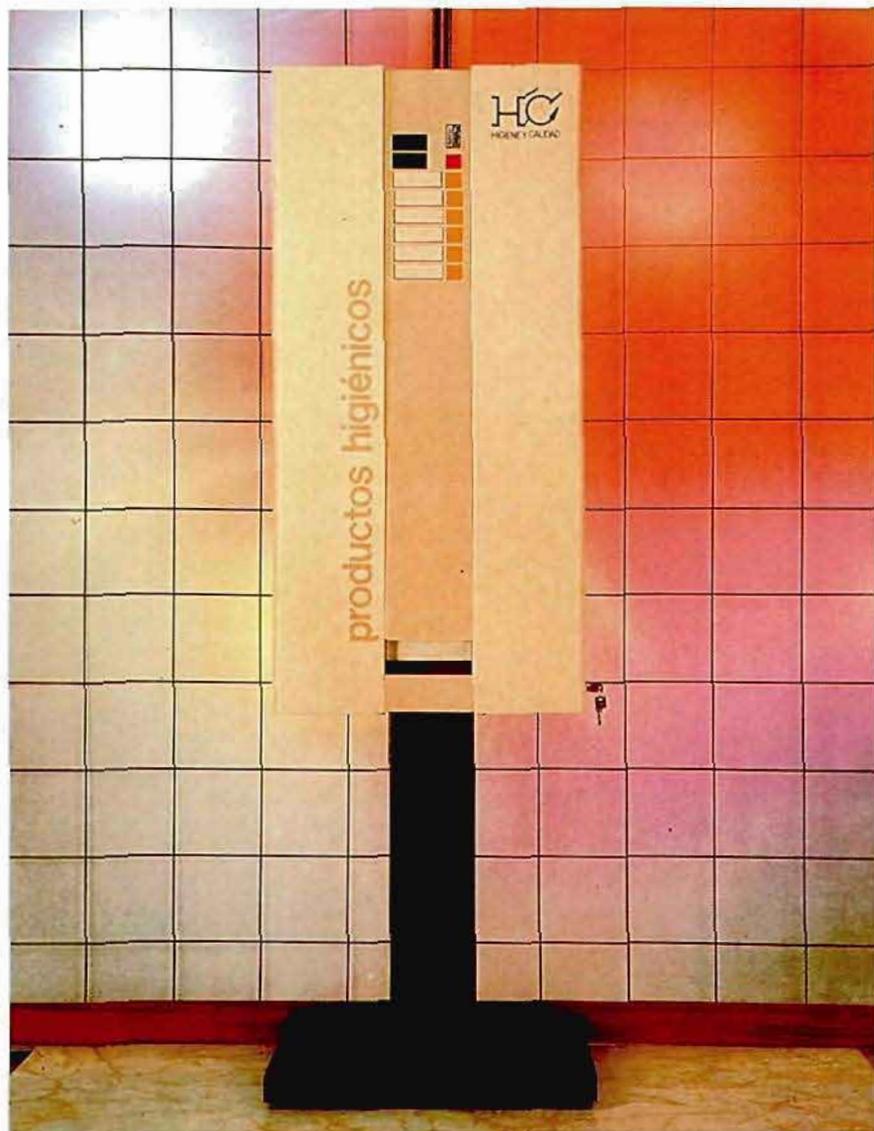
El presidente de ACV desde la asociación lucha por dar a conocer la amplitud del término; el teléfono, las barreras que se levantan con el pago de una moneda, las máquinas automáticas de limpiar zapatos; todo esto y más es el vending.

Para desarrollar esta "cultura del vending" que ha de familiarizar a todos los sectores de la sociedad con las máquinas que dan un servicio, hay que ganar imagen y confianza para el vending, éste tiene su aplicación en cualquier lugar donde hay gente retenida más de una hora y media, en base a esta situación, muy frecuente en nuestra sociedad sobretodo en los contextos urbanos, el vending funciona.



HIGIENE Y CALIDAD, S. A.

MUY BIEN PENSADAS PARA SU SERVICIO PERSONAL



HIGIENE Y CALIDAD, S.A.
C/ Nicasio Gallego, 18, 2.º izqda.
28010 MADRID
Tels. (91) 593 29 77/593 23 34
Fax. (91) 593 23 89

BUSCAMOS DISTRIBUIDORES

Maquina
expendedora
de papel
y protectores
higiénicos
personales
para W. C.



Polynet

Fabricado por:



MasterVending

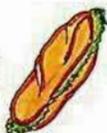
SI A JUAN LE GUSTA A LAS 10 UN

ALICIA PREFIERE  A LAS 12.

PEPE NECESITA DE VEZ EN CUANDO

UN  . NOSOTROS ATENDEMOS

SUS NECESIDADES LAS 24 HORAS



GRUPO

SEMAC

SERVICIO DE BEBIDAS Y ALIMENTOS EN OFICINAS, FACTORÍAS
Y DEMÁS CENTROS DE TRABAJO MEDIANTE MÁQUINAS
DE DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA

CHAPON



CANTINA INDUSTRIAL, S. A.
Teléf. (94) 412 00 11

CUBRIMOS TODA ESPAÑA



VENBARNA, S. A.
Teléfs. (93) 377 98 07 - 377 97 07
Fax 377 32 26

SEMAC
SOCIEDAD ANÓNIMA

Teléfs. 675 09 14 - 675 13 81
Fax 675 41 64



AUTOVENDO ASTURIAS, S. A.
Teléf. (985) 22 42 86



VENDING NAVARRA, S. A.
Teléf. (948) 31 70 14