

Mundo Vending

TÉCNICAS Y SERVICIOS

REVISTA TÉCNICA INDEPENDIENTE AÑO XIV Nº 82

TaVi

TECNOLOGÍAS APLICADAS DEL MAÍZ, SL

REVOLUCIONAMOS EL VENDING

fast
POP CORN

¡¡ pues va a ser
que sí!!



**ESTAREMOS EN
EUROVENDING 2005
Stand 51**

Pol. Ind. Sant Isidre • C/. Ensija, s/n. • 08272 ST. FRUITÓS DE BAGES (Barcelona) Spain

Tel. +34 93 877 24 45 • Línea Móvil +34 677 42 42 42 • Fax +34 93 878 71 23 • info@airpopcorn.com • www.airpopcorn.com



SUMA A SU FAVOR OFRECIÉNDOLES

LO MEJOR DE CADA MARCA



Juver, con su amplia gama, es capaz de satisfacer las necesidades de un gran segmento de población ofreciéndole desde su clásico zumo a los néctares mas completos o los libres de materia grasa.

Cazuelitas elaboradas con una selección de productos naturales y sin conservantes presentadas en un envase adaptado al canal del vending. Con ellas ofrece la primera y única alternativa de comida de calidad en las maquinas.



Gallina Blanca



Marca lider en el mercado de las galletas que cuenta ademas con el apoyo publicitario en TV, y una variada gama. Toda una apuesta en sus maquinas.

De los paises cafeteros de mayor tradición se obtiene el mejor fruto de cada plantación. Tras un riguroso control en origen se preservan intactas todas sus cualidades y asi poder disfrutar de uno de los mejores cafes.



Utilizando sus productos estara seguro de que ofrece a sus clientes unos preparados equilibrados con sabores adaptados a su paladar, con una amplia gama y gran regularidad en su funcionamiento.

Tras una selección de los mejores granos nace un café expresamente concebido para complacer al consumidor más exigente. Su envase al vacio y su válvula permiten que el producto se mantenga fresco y aromatico durante meses.



Una equilibrada mezcla de seis diferentes cafes da a nuestro café un sabor pleno con un ligero amargor, acidez y el aroma del café recién tostado.

Aporta a su negocio productos esenciales en el sector del vending como son los vasos y las paletinas y lo hace ofreciendo una gran variedad de ellos en cuanto a tamaños, formatos,... para cubrir todas sus necesidades.



Garantia y prestigio de marca que unidos a unos envases adaptados al canal del vending hacen de sus productos una alternativa mas muy a tener en cuenta.

Con sus barritas de cereales ricas en hidratos de carbono, fibra y con todo el sabor ayudan a hacer frente al ritmo de vida actual y sirven de complemento para conseguir una alimentación sana, equilibrada y variada.

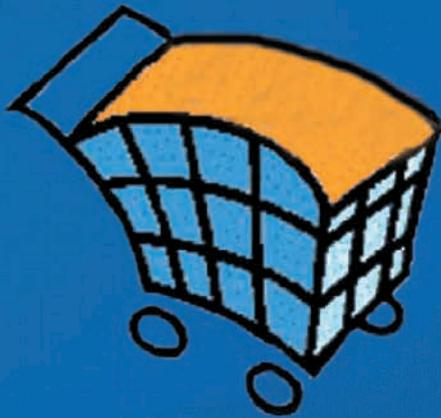


**MUCHOS OPERADORES YA SE HAN APUNTADO
A ESTA NUEVA INICIATIVA Y HAN EMPEZADO A SUMAR**

NO LO DUDE MAS... Llamenos AHORA al 902 445 300

¡Le informaremos de todas las ventajas!

HACER LA COMPRA



EN



LE RESULTARÁ MUY FÁCIL

POKER EN VARIEDAD
*"Los mejores fabricantes
seleccionados
en un solo catalogo"*

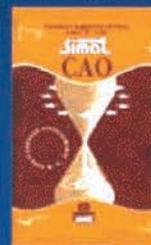


**NOS PONEMOS EN MARCHA PARA QUE USTED
GANE TIEMPO Y MEJORE SU SERVICIO**

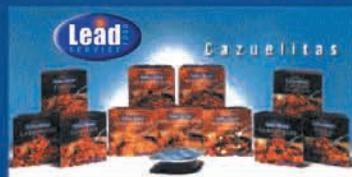


**RELAJESE PUES EN UNA SOLA RED DE VENTAS,
ADMINISTRACIÓN Y TRANSPORTE
SUMINISTRAMOS LOS MEJORES PRODUCTOS**

**NUESTRA EXPERIENCIA
EN EL SECTOR
NOS AVALA**



Y TODO ESTO CON LAS MEJORES OFERTAS MULTIPRODUCTOS



DISFRUTE PUES ESTO ES SOLO EL PRINCIPIO...



LEAD FOOD SERVICE, S.L.

Tel. 902 445 300 • Fax. 93 771 23 27 • e-mail: info@leadfs.com

VISITE NUESTRA WEB: www.leadfs.com

SUMARIO

NOTICIAS

NUEVAS INCORPORACIONES EN RHEAVENDORS	6
CUNO NOMBRA A UN NUEVO COMERCIAL PARA ESPAÑA	6
EUROPS 2005, TODO UN ÉXITO	7

FERIAS

EUROVENDING 2005, UNA EXCELENTE PLATAFORMA PARA LOS PROFESIONALES DEL SECTOR	12
PRÓXIMA CITA CON EL VENDING EN AVEX 2005	26
TORREMOLINOS SE TRASLADA A MÁLAGA	24

EMPRESA

NUEVO DISTRIBUIDOR SAECO: GRUPO ARCUBI	34
MEI CASHFLOW 7900 CUMPLE LAS EXPECTATIVAS	44
RHEAVENDORS ASISTE A EXPOVENDING 2005	54
LAVAZZA BLUE: LA REVOLUCIÓN DEL VENDING LLEGA A EUROVENDING	58
SVG IBÉRICA DESCUBRE LAS CLAVES DE SU ÉXITO	68
NESTLÉ, CIEN AÑOS DE INNOVACIÓN	74
GRUPO AZKOYEN: 60 AÑOS OFRECIENDO CALIDAD Y SERVICIO VENDING TUPINAMBA. "PODEMOS DEFENDER UN AUMENTO POR LOS SERVICIOS"	78
90	
CIALDOS, ESPECIALISTAS EN MINIVENDING	94
JOFEMAR PROMOCIONA SUS PRODUCTOS	96
VENDIN, S.L., SEGUIR CRECIENDO	100
TRATÉCNICA: SU SOCIO TECNOLÓGICO	102
SISTEMAS DE VENTA Y CONTROL. FAGE JEDY I UN PASO POR DELANTE DEL RESTO!	106

ENTREVISTA

CARLOS GALCERÁN, DIRECTOR GENERAL DE TAM, S.L.	36
ANGELO AMATO, GERENTE DE A&A BLUMED, S.L.	46
BIEL GARCÍA, JEFE DE VENTAS DE DT VENDING	84

REPORTAJE

CANALETAS: CALIDAD Y SERVICIO, SU MÁXIMA PRIORIDAD	60
--	----

ASOCIACIÓN

LA EVA COMBATE LA OBESIDAD	82
----------------------------------	----

SECTOR

LUCHA CONTRA LA OBESIDAD Y LA "COMIDA BASURA"	56
PREOCUPACIÓN POR EL ANTEPROYECTO DE LEY DEL TABACO ..	86

MAQUINARIA Y PRODUCTOS

EUVESA LANZA AL MERCADO LAS PRIMERAS BEBIDAS ENRIQUECIDAS CON DISPENSACIÓN AUTOMÁTICA	110
---	-----

La opinión de los artículos publicados no es compartida necesariamente por la revista y/o los editores, y la responsabilidad de los mismos recae exclusivamente sobre sus autores.

© Copyright. **Mundo Press 2000, S.L.**
Barcelona 1993
TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS

© MUNDO VENDING
BARCELONA 1989
ESPAÑA - SPAIN
Prohibida la reproducción total o parcial sin autorización expresa

MUNDO VENDING

Núm. 82 Marzo-Abril 2005
Año XIV Precio: 8 euros

Edita

Mundo Press 2000, S.L.

Director

Gonzalo Amorós

Redacción

María Ramos; Romina Tomás

Producción, coordinación

Dpto. propio

Maquetación

Manuel Calvo

Suscripciones y atención al cliente

93 226 50 33

Patri Concha

Administración, redacción y publicidad

C/. Aragón, 63 - Entlo. 2.º

08015 BARCELONA (ESPAÑA)

Tel.: 93 226 50 33 - Fax: 93 226 50 34

e-mail: m_vending@infonegocio.com

e-mail: mpress2000@infonegocio.com

www.mpress2000.com

Difusión

La revista MUNDO VENDING se distribuye en: Campings, estaciones de servicio, marítimas, ferrocarriles, centros de hostelería y restauración, centros oficiales (ministerios, cuarteles, aeropuertos, etc.), supermercados, grandes centros sanitarios, empresas de más de 25 empleados, empresas industriales y proveedoras del sector, profesionales, empresas de mantenimiento del vending.

Cubierta: Estucado 2/C 224 grs.

Interior: Estucado 2/C 224 grs.

Suscripción anual (6 números):
43 euros

Distribución

INTERPAS - Servicio D.G.C.T

Depósito Legal: B-31.208/90

MIEMBROS DE LAS SIGUIENTES
ASOCIACIONES

FPP
FEDERACIÓN INTERNACIONAL
DE LA PRENSA PERIÓDICA

A.P.T.T.
ASOCIACIÓN PORTUGUESA
DE PRENSA TÉCNICA

Luces y sombras para el vending

Tras dejar atrás una etapa sombría provocada a raíz de la llegada del euro, el vending se enfrenta en estos momentos a otro gran reto, esta vez, impulsado por el Anteproyecto de Ley del Tabaco presentado por el actual Gobierno. Ésta, sin duda, será una medida legislativa que afectará de forma directa a una gran parte de la industria de la venta automática. En este número, les ofrecemos las claves de esta nueva normativa, que supone grandes prejuicios, no sólo para el vending sino para otras muchas actividades económicas de nuestro país.

Pero, insistimos, el nuestro es uno de los sectores más afectados ya que la futura ley condiciona la ubicación de las máquinas expendedoras de tabaco, prohibiendo su colocación en centros comerciales o gasolineras, lo que implica grandes pérdidas económicas. Algunas de las compañías del sector han reivindicado junto a otras empresas y asociaciones de diferentes ámbitos los enormes problemas que plantea esta nueva ley, que les puede suponer una notable pérdida de mercado y de numerosos puestos de trabajo. Asimismo, reclaman la necesidad de un período de transición de al menos dos años para adaptarse a la normativa.

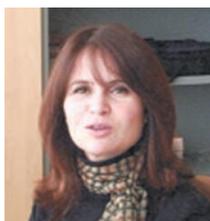
Éstas y otras cuestiones, como la lucha contra la obesidad que también afecta a nuestra industria, a buen seguro, se tratarán en el marco de la Feria Internacional del Vending, que se celebra los días 19, 20 y 21 de mayo en Madrid. Mundo Vending, como en anteriores ediciones, asistirá al certamen para conocer "in situ" todas las novedades de las diferentes empresas del sector. Eurovending será el punto de encuentro idóneo para unir nuestros esfuerzos frente a la adversidad y seguir avanzando con paso firme los próximos años.

El Editor

Nuevas incorporaciones en Rheavendors

Rheavendors España, continuando con su plan de consolidación, refuerza su equipo para la Península Ibérica constatando de nuevo el proyecto de futuro por el que está apostando, iniciado el pasado 1 de noviembre de 2003.

Dentro de este plan de consolidación y apuesta de futuro, la empresa ha incorporado recientemente a su organización a dos personas con larga trayectoria y experiencia profesional en este sector: Pablo Sanz Lázaro, que reforzará el equipo de Ventas, y Pilar Fernández Revuelta, que de-



Pilar Fernández, responsable de Marketing y Comunicación de la compañía

sarrollará las funciones de Marketing y Comunicación dentro de la compañía.

La mayor gama de producto para vending, más una tecnología reconocida con carácter innovador, unido al equipo humano del que dispone y reforzado ahora con estas incorporaciones, hace

Pablo Sanz, quien reforzará el equipo de Ventas



que Rheavendors España ofrezca cada vez más un valor añadido que hará alcanzable el éxito propuesto.

Desde Rhea, deseamos a Pablo Sanz y Pilar Fernández la consecución de sus mayores logros y éxitos en su nueva y prometedora etapa profesional •

Cuno nombra a un nuevo comercial para España



Kader Raiss

Cuno ha anunciado el nombramiento de Kader Raiss como Representante Comercial para España y Portugal en el seno de Water Group, reemplazando a Pedro Villena.

Raiss –que desempeñará su labor desde Barcelona– habla cinco idiomas con soltura y previamente ha trabajado en las ventas export de Tubing Food y de Orangina.

De origen español y francés, el nuevo representante comercial reporta directamente al responsable de Ventas del Food Service Europa, Steve Slark, en Woking (Surrey).

Gracias al equipo Cuno y al dinamismo y entusiasmo de Kader Raiss, la misión principal es la de desarrollar el mercado español y portugués •

Lead Food Service y Simat estrenan web



Dos nuevas y originales web sites están a disposición de los profesionales del vending en las direcciones www.leadfs.com y www.simat.es. Lead Food Service, S.L. y Simat han renovado sus páginas web con nuevos contenidos y llamativos colores, solicitando la opinión de los internautas, por lo que todavía falta completar algunos apartados.

La web de Lead FS consta de las secciones "Productos" –donde puede consultarse toda la gama de artículos que comercializa la compañía, desde solubles, snacks, comidas, bebidas, café en grano, hasta vasos y paletinas– y "Noticias" –en la que la firma anuncia que estará presente en la próxima edición de Eurovending.

La página de Simat –traducida al francés y al inglés– se divide en "Vending" –que incluye la línea de productos que proporciona la marca: leche, cacao, café e infusiones–; "Industrial" –que hace referencia al proceso de producción que sigue la empresa (Test, Producción y Formatos)–, y "Contacta" •

EurOps 2005, todo un éxito

Foto: PERS PHOTOGRAPHY



Un total de 251 participantes de 21 países de todo el mundo se dieron cita, los días 17 y 18 de marzo en el Hotel Intercontinental Praha (Praga/República Checa), con motivo de la segunda Conferencia de Distribuidores Europeos, EurOps 2005. Según informa la EVA, la reunión fue todo un éxito.

Este año, los temas que han abordado las diversas ponencias han girado en torno a las Políticas de la UE y su impacto en el vending, así como a aspectos relacionados con la Dieta y la Nutrición

y la importancia para todo el conjunto de la industria de reaccionar ante este hecho, juntamente con la UE. Por la tarde, el programa de conferencias – con servicio de traducción simultánea en 6 idiomas – fue de gran interés para los asistentes ya que se habló sobre las soluciones para crecer en el sector y las oportunidades de ganar nuevos clientes y mejorar la satisfacción del consumidor.

Y después de un intenso día de trabajo, EurOps 2005 concluyó con una motivadora sesión, de la mano de un *Management Consultant*, quien reveló el "arte de la persuasión en los negocios", arrancando las risas de los presentes. Ya por la noche, los invitados tuvieron la oportunidad de recorrer algunos de los rincones más emblemáticos de la ciudad de Praga, finalizando esta visita en una encantadora cervecería, donde pudieron disfrutar de una típica noche checa.

La III Conferencia de Distribuidores Europeos, EurOps 2007, se celebrará dentro de dos años, esta vez en Atenas •



CALIDAD Y SERVICIO
PRODUCTOS ALIMENTICIOS SOLUBLES PARA VENDING



902 445 300

Restaura Technology en Eurovending

Restaura Technology, en su evolución hacia un mercado global, tiene previsto asistir a las ferias Eurovending (Ifema, Madrid, 19-21 mayo- stand 83), NRA Show (Chicago, 21-24 abril) y HOST (Milán, 21-25 de octubre). La firma crea y comercializa soluciones que permiten ofrecer raciones en cualquier punto, sin necesidad de sistemas de extracción de humos y con operación automática o semiautomática. Su modelo de negocio consiste en buscar beneficio y facilidades para el distribuidor, operador de vending y cliente final, ofreciendo diferentes formas de financiación y canales.



Just Fries, innovadora máquina de patatas fritas de Restaura

Just Fries, Fast Chef y Just Tapas son soluciones porque se piensa en todo lo que necesita el cliente y se suministra como un paquete completo; combinando tecnología de primer nivel, con una cuidada selección de productos complementarios.

Patatas fritas

Just Fries es un nuevo concepto de vending, que expende patatas naturales fritas en el momento, y cuyas principales ventajas son la calidad del producto re-

sultante y la posibilidad de colocación tanto en interior como en exterior, gracias a su sistema de filtración de humos. Just Fries cubre necesidades de centros comerciales, parques temáticos, pabellones deportivos y estadios, entre otros.

Fast Chef ofrece a negocios de restauración que no disponen de cocina, la posibilidad de añadir valor a su negocio y conseguir beneficio con raciones y tapas. La solución es un completo "corner" de sencilla operación, que no requiere personal adicional y necesita tan sólo un enchufe para su funcionamiento.

Just Tapas es un sistema semiautomático de preparado de raciones, recomendado para salas de vending en edificios de oficinas, hostelería, etc. ●

Azkoyen prevé aumentar las ventas un 10% hasta 2007

La firma navarra obtuvo un resultado atribuido de siete millones de euros en el ejercicio 2004, frente a las pérdidas de 6,2 millones de euros correspondientes al año anterior.



La compañía ingresó 125,1 millones, un 15% más, gracias a la evolución positiva de las ventas de medios de pago, con un aumento del 80%, y de las actividades de hostelería, que se consolidan tras un año de profunda reorganización.

Entre los objetivos fijados por Azkoyen para próximos años, destaca un alza en ventas superior al 10% para el período 2005-2007 ●

Precios pagados por una taza de café

Según una información de la EVA (European Vending Association) publicada en su boletín de noticias y basada en los datos obtenidos de las asociaciones nacionales de la entidad, se analizó el precio medio de una taza de café, incluido el IVA, en la mayoría de los países europeos (Suecia, Suiza y RU no forman parte de la Unión Europea). Se extrajeron datos de los precios del café antes de la introducción del euro, después, en 2002 y las cifras más recientes del año 2004.

En las áreas públicas, no se observó ninguna tendencia general, no

obstante hay una ligera disminución del precio en Bélgica, Dinamarca, Hungría y España, en oposición con un incremento en Alemania, Portugal y Suecia. Se encontraron precios estables en Austria, Reino Unido, Suiza y los Países Bajos. Los precios más altos se registran en Suecia y Suiza (más de 1 euro), y los más bajos en la República Checa y Eslovaquia.

Una comparación entre áreas públicas y lugares cerrados muestra importantes variaciones de precio, sin embargo, no ocurre lo mismo en Francia, Eslovaquia y España ●

SOMAK ALICE CLUB,

¡descúbranos!



Incontro

*Autonomía:
270/300 vasos aprox.*



Internòs

*Autonomía:
270/300 vasos aprox.*



Contatto

*Autonomía:
450/500 vasos aprox.*



Contattofresh

*Autonomía:
450/500 vasos aprox.*



Novedad

*Internòs y Contattofresh proporcionan,
además de bebidas calientes,
agua a temperatura natural y fría*



Somak Alice Club, S.A.

C/ Xiprer, 1 - 08041 Barcelona

Tel.: 93 347 59 44

Fax: 93 348 02 46

e-mail: som@somak.net - www.somak.net

La AFEHC promociona la industria de equipamientos en el extranjero

La Asociación de Fabricantes Españoles Exportadores de Equipamientos para Hostelería y Colectividades (AFEHC), una entidad sin ánimo de lucro –formada por más de 75 empresas e integrada en la FELAC (Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines)–, tiene como finalidad lograr una mayor internacionalización de la industria española en el sector de equipamientos para hostelería y colectividades, y para ello es vital su presencia en las ferias más relevantes de los sectores que abarca.

En esta línea, cerca de una veintena de empresas de la AFEHC participarán durante el próximo mes de mayo en tres ferias del sector de equipamiento para hostelería y colectividades:

– **Hofex (Hong Kong, China/ del 10 al 13 de mayo):** la asociación –que contará con un stand informativo en el que se dará difusión de la *Guía de AFEHC*, que recopila información de los fabricantes españoles exportadores– está coordinando la participación agrupada en este certamen especializado en equipamiento para hostelería.

– **NRA-Restaurant Hotel-Motel Show (Chicago, Estados Unidos/ del 21 al 24 de mayo):** también bajo la modalidad de participación agrupa-



Stand de la AFEHC en la feria francesa SHIRA, Salón Internacional de la Restauración, Hostelería y Alimentación, celebrado en enero de este año en Lyon

da, es decir, bajo la coordinación de la AFEHC, diez empresas asistirán a este certamen americano, entre las que destacamos las siguientes del sector

de la venta automática: Azkoyen, Restaura Technology, Zumex y Zummo.

– **The Hotel Show (Dubai, Emiratos Árabes Unidos/ del 22 al 24 de mayo):** en el caso de este salón, enfocado para el equipamiento de hoteles, las empresas integradas en AFEHC participan a través de un pabellón oficial organizado por el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) ●

Tratécnica distribuye productos Kilowatt

Kilowatt y Tratécnica han llegado a un acuerdo de colaboración, por el cual Tratécnica distribuirá en España los productos de telemetría de Kilowatt.

Según este acuerdo, Kilowatt suministrará a Tratécnica los productos y está última dará soporte y asistencia técnica.

Kilowatt adaptará su unidad emisora para que, unida a los terminales Atlas y Cosmos de Tratécnica, transmita los datos almacenados en los terminales sin necesidad de otro módulo adicional en la máquina ●



A la izquierda, Pedro Tejedor, consejero delegado de Tratécnica, junto a Mario Cotza, director general de Kilowatt



Innovending.

Bianchi Vending Group completa su gama de productos propios con la línea de máquinas blindadas aptas para lugares públicos, además de aquellos en los que sea necesario minimizar el riesgo ante posibles actos vandálicos.

BVM 975 y BVM 685 son los dos Distribuidores automáticos que forman parte de esta nueva línea acorazada. Las bebidas calientes con 700 vasos y 12 pulsadores de selección configurables, ya sea como selecciones directas o como preselecciones y el frío, de espirales, con 48 selecciones y una capacidad de 380 productos entre latas, botellas y snacks. Ambos distribuidores están equipados con ranura de introducción de monedas y devolutor de cambio blindados, pulsadores de selección de acero inoxidable, mueble de doble lámina y todo ello con el diseño ergonómico y lineal característico de toda la gama Bianchi Vending Machines.

Las novedades que el grupo Bianchi aporta al mercado son el resultado de un atento seguimiento de sus proyectos con el más avanzado nivel tecnológico del mercado y su propia visión:

"Somos líderes innovadores en el mercado global del vending."

Eurovending 2005, una excelente plataforma para los profesionales del sector

El salón reúne a más de 80 expositores en IFEMA



Cayo Noé Quintanilla, presidente de Aneda, durante la pasada edición de Eurovending, celebrada en 2003

Los días 19, 20 y 21 de mayo, los profesionales de la venta automática tienen una cita en Eurovending 2005, la VIII edición de la Feria Internacional del Vending, cuyo escenario será el Pabellón 6 del Parque Ferial Juan Carlos I de Madrid (IFEMA).

El salón reúne desde fabricantes y distribuidores de máquinas y componentes para expendedoras hasta fabricantes y distribuidores de productos para

expenders en máquinas vending y operadores profesionales de expendedoras.

Según el listado provisional que facilitó Aneda (Asociación Española de Distribuidores Automáticos), organizadora del certamen, a *Mundo Vending* en febrero, más de 80 empresas expositoras habían confirmado su participación en el evento para presentar ante los profesionales del sector sus últimas novedades •



ANEDA
ASOCIACIÓN NACIONAL
ESPAÑOLA DE DISTRIBUIDORES AUTOMÁTICOS

Un año más...



19, 20 y 21 de mayo de 2005. IFEMA Pabellón 3

...El mejor *escaparate*
del Vending

EUROvending 2005 Información: ANEDA. c/ Samaca, 6. Local. 28033 MADRID. Contacto: Víctor Fernández
Teléfono: 91 381 53 86. Fax: 91 381 54 59. E-mail: aneda@ctv.es

Listado provisional de expositores Eurovending 2005 (a fecha de febrero 2005)

- ADIMAC
- AGFA
- ALMADERA
- ANEDA
- ASCASO FACTORY
- AUTOMATIC
- AZKOYEN INDUSTRIAL
- BENETTON
- BIANCHI VENDING
- BIFUCA
- BLENDER SOC. PDTOS. ALIMENTICIOS
- BRITA
- BRANDARE
- CAFES CASTEL
- CAFES TUPINAMBA
- CANALETAS
- CAROL CHOCOLAT
- CIALDOS
- CODIC
- COMESTERO
- CIA. EUROPEA DEL AGUA
- COMPUTER
- D.A. ITALIA
- DAMIAN
- DE AMERTEK
- D.T. VENDING
- DIXIE NARCO
- DOCIAN
- DOMINION INVESTMENT
- ELATER
- EUROSNACKS
- EUROUS
- EVERPURE
- FAGE
- FAS INTERNACIONAL
- FRIGICOLL
- GESPRESO
- G.M. VENDING
- G.P.E VENDORS
- GRUPO LECHE PASCUAL
- HISPACOUNTER
- IBERSELEX
- ILLY CAFFE
- IMPULSA
- INNOVACIONES MECANICAS
- INNOVENDING
- INTERIBI
- JOFEMAR
- JSP
- KILOWATT
- KÖLN MESSE
- KRONOS
- LAQTIA
- LAVAZZA
- LEAD FOOD SERVICE
- LUMESTIC
- MAGNETT
- MECABAN
- MEI SPAIN
- NECTA VENDING SOLUTIONS
- NESTLÉ ESPAÑA
- N.R.I. IBERICA
- OTR
- PERFETTI
- PREPARADOS ALIMENTICIOS SIMAT
- RHEA VENDORS
- RTP
- SAECO IBERICA
- SAGRA VENDING
- SANDWICHES NEVADA
- SISTEMAS DE VENTA Y CONTROL
- SOLOCAFEE
- SOMAK ALICE CLUB
- STS
- S.V.G
- TECNOLOGÍAS APLICADAS DEL MAIZ
- TECNOLOGÍA DEL VENDING
- TECNOLOGÍA PARA CAFÉ EXPRESSO
- TELERECARGA
- TRATECNICA
- VENDIN
- VENDO IBERIA
- VIDEO MANÍA
- ZUMEX MAQUINAS Y ELEMENTOS, S.A.

iceplus

iceplus *midí*



Enfría el verano

Jofemar ha creado la máquina perfecta para la venta de helados en cualquier lugar; sin limitación de tamaño de producto o envase; no se requieren envoltorios adicionales.

Dos modelos de máquinas de diferentes dimensiones y capacidades con unas características comunes que garantizan la satisfacción del usuario y el mantenimiento del producto en las mejores condiciones.

Además de esto se incorporan los mejores medios de pago de desarrollo propio Jofemar y todas las posibilidades del Vending actual como la gestión por telemetría o el pago a través de teléfono móvil.

Hostelequip registra un aumento del 10% de visitantes profesionales

La feria ha crecido más de un 20% con respecto a la anterior edición, ocupando los 17.800 m² del espacio disponible en el nuevo palacio malagueño para albergar a cerca de 200 expositores



Hostelequip, el Salón Profesional de Equipamiento y Servicios para la Hostelería del Sur, clausuró su XII edición el pasado 9 de marzo en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, con la conciencia de haber puesto un año más todos los medios en favor del desarrollo económico del sector de hostelería y restauración, el más importante en la Costa del Sol, apunta la organización.

En este punto de encuentro profesional de la hostelería, el mayor de toda Andalucía, numerosas e importantes marcas pusieron a disposición de empresarios y profesionales las últimas novedades de la industria e informaron personalmente acerca de las características, la utilización y las ventajas de su aplicación en los establecimientos hosteleros

La feria de este año ha contado con un espacio ocupado de 17.800 m² (un 20% más que en la pasada convocatoria), es decir, la totalidad de las áreas disponibles en el Palacio de Ferias y Congresos más nuevo de toda Andalucía, y que Hostelequip ya tuvo el privilegio de inaugurar en 2003. Según Carmen Torres, directora de la feria, **"el número de visitantes ha superado los 16.500 –un 10% más que en la pasada edición– y todas las actividades complementarias que se han desarrollado han sido un rotundo éxito de asistencia y profesionalidad"**.

"Se puede considerar que la feria ha cumplido la mayor parte de las expectativas, que ha supuesto un auténtico éxito profesional y de público para los casi 200 expositores dedicados a la fabricación, importación y distribución de productos y servicios para la hostelería y que se han alcanzado las previsiones de 2 millones de euros en volumen de negocio para esta feria de carácter regional",



El Alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, visitando la feria junto a Carmen Torres, directora de Hostelequip

concluye Expotecnic, entidad organizadora del salón.

El domingo 6 de marzo tuvo lugar el acto de inauguración del certamen, el cual presidió el Alcalde de Málaga, Francisco de la Torre Prados.

Mirando al futuro

Hostelequip lleva 13 años desarrollando su potencial hasta alcanzar la consolidación de que disfruta en la actualidad y que ya le permite realizar este salón de forma bienal para adaptarse mejor a las necesidades de los verdade-

ros protagonistas: los profesionales del sector hostelero.

La apuesta del certamen es la de seguir imprimiendo carácter a la feria y no frenar su expansión natural. A pesar del importante grado de consolidación que ha alcanzado este evento regional, que se sitúa entre los principales de hostelería de todo el territorio nacional, es preciso impulsar su progreso más lógico ampliando hacia los ámbitos geográficos con más proyección de futuro: el sur de Portugal y el norte de África. Mientras los países más fuertes de Europa vuelcan sus esfuerzos en los Países del Este,

a España y Portugal, y sobre todo a sus provincias del sur, lo que más les debe interesar es movilizar el máximo de ayudas para crear una zona comercial dinámica en el sur del Mediterráneo. Aunque España no ha escatimado esfuerzos para acrecentar su participación, todavía sigue siendo insuficiente, sobre todo teniendo en cuenta la cercanía geográfica. Además, este salón regional, pensado y hecho para el sur de España, tiene cada vez más visitantes y expositores extranjeros que dirigen sus esfuerzos hacia dichos mercados del sur ●



La empresa C.H.C. Hispanolusa, S.A., cambia su denominación social por la de Azkoyen Hostelería, S.A. Xpression es la nueva línea de máquinas de café expreso superautomáticas de Azkoyen, con la que la firma espera seguir manteniendo el liderazgo en el mercado





TAM



Necta



Saeco



Cafés Castel



Delta Cafés



Demas



Zumex



Jofemar



Stand de Mundo Vending

MUNDOVENDING

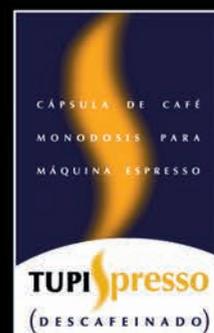
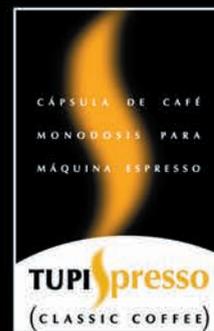
El Espresso Más Perfecto por Sistema



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

Calidad Inalterable: envasado individual y en atmósfera protectora.

Cómodo, Rápido y Limpio: el mejor café espresso en sólo 20 segundos.



TUPIpresso





Más novedades que nunca

Además de las importantes novedades comerciales que cada uno de los expositores ha acercado a los visitantes de esta feria, la organización de Hostelequip presenta en cada edición una serie de actividades destinadas a conformar un espacio de encuentro profesional más dinámico, donde tengan cabida todos los sectores relacionados con la hostelería.

En esta edición se han desarrollado, entre otras actividades:

- Las "Jornadas de Gobernantas" que ASEGO, la Asociación Nacional de Gobernantas de Hotel, ha celebrado un año más, dentro de esta feria.

- La Asociación Española de Directores de Hotel (A.E.D.H.) ha presentado el proyecto "Hotel Innova Hotel 2005-La Nueva Visión de la Hostelería", gestionado por Integra Hotel en colaboración con Hostelequip y el Palacio de Congresos y Exposiciones de Málaga. El espacio ha llenado sus aulas con profesionales hoteleros interesados en descubrir todo aquello que, en materia de nuevas tecnologías, empieza a ser imprescindible. Además, se ha desarrollado en el mismo espacio el seminario de gestión "Claves y metodología de las compras de hotel". Esta actividad, que ahora ha acogido la feria andaluza, se ha realizado en algunas de las ediciones de los más importantes salones profesionales del sector y participa del espíritu de los planes del Consejo Andaluz de Turismo para promocionar los destinos de la Costa del Sol y mejorar la calidad de los hoteles de dos y tres estrellas.



Alfred Koblmuller, chef del Westing Resort La Quinta de Marbella, fue el ganador del concurso de bocadillos y sándwiches en el marco del espacio Sandwichforum

- Una de las áreas más exitosas de la feria ha sido el aula permanente de "Sabores del Sur", organizada por AEHMA (Asociación de Empresarios de Hostelería de la provincia de Málaga), en colaboración con la Junta de Andalucía y Hostelequip. En este espacio se han realizado distintas exposiciones, conferencias, catas, demostraciones, degustaciones y maridajes de alimentación y bebidas, con el fin de aportar formación e informa-

ción útil a los visitantes profesionales al tiempo que se promociona la gastronomía mediterránea.

Asimismo, la AEHMA ha llevado a cabo en el marco de la feria una Jornada Técnica sobre siniestralidad laboral y prevención de riesgos laborales en la hostelería y una mesa redonda sobre el futuro hostelero del puerto de Málaga.

- Dentro de "Sabores del Sur" ha resultado especialmente llamativo el seminario "Sandwichforum", que ha incluido un programa de conferencias sobre técnicas de elaboración, higiene, calidad y análisis del mercado, y el concurso de bocadillos y sándwiches, que consistió en una presentación de "libre creación" y cuyo ganador fue Alfred Koblmuller, chef del Westing Resort La Quinta de Marbella, con un bocadillo en pan de mollete antequereño artesanal de queso de cabra de Ronda, jamón de jabugo y manzana cocida. El afortunado asistirá a la final "El bocadillo del año", que se celebrará en Barcelona el próximo mes de diciembre.

Y también, en palabras de Antonio Jesús Gutiérrez, especialista en vinos de Trujal Vinos y encargado de los maridajes de las catas, **"ha destacado, por su novedoso planteamiento, el concurso de cata a ciegas de 6 jamones de Salamanca de la casa Pepiño, con entrega de diplomas y premios presentada por Merloba, y que fue maridado con un Viña Acedo, Bodega Emperatriz. D.O.C. La Rioja."**

Novedad



Serie TEMPO



AZKOYEN Industrial, S.A.
Avda. San Silvestre, s/n
31350 PERALTA (Navarra)
Tel.: 948 709 709*
Fax: 948 709 708
<http://www.azkoyen.com>

AZKOYEN

Vending for life

ARMANDO TESTA



DESCUBRA LA REVOLUCIÓN DEL VENDING.



BEST LAVAZZA ULTIMATE ESPRESSO

EL PRIMER SISTEMA DE VENDING CON CÁPSULAS CON LA FIRMA DE LAVAZZA, PARA DISFRUTAR DE UN AUTÉNTICO ESPRESSO ITALIANO.



LA CÁPSULA MONODOSIS.

Protegida herméticamente, la cápsula monodosis mantiene intactos el aroma y la calidad de los más selectos blends de café y le garantiza un espresso perfecto en cada servicio.



LA GAMA DE MÁQUINAS.

Lavazza BLUE es la solución ideal para servir un espresso perfecto en cualquier espacio público y en todo tipo de empresas.



Su completa gama de máquinas de vending, free-standing y tabletop, permite satisfacer cualquier exigencia de espacio y necesidad de consumo.

LAVAZZA BLUE EN EUROVENDING.



Venga a Eurovending y descubra las ventajosas ofertas de nuestros productos y de nuestra gama de máquinas Lavazza BLUE y Lavazza Espresso Point.

**LAVAZZA ESTARÁ EN EUROVENDING
PARQUE FERIAL JUAN CARLOS I - MADRID
FERIA DE MADRID, DEL 19 AL 21 DE MAYO.**

www.lavazzablue.com

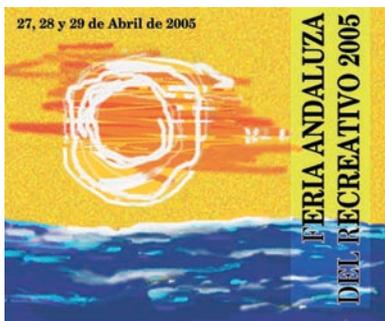
Para más información sobre LAVAZZA BLUE: 902 888 101

Torremolinos se traslada a Málaga

La Feria Andaluza del Recreativo, Torremolinos, se celebra, por primera vez, en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga los días 27, 28 y 29 de abril de 2005.

Con el conocimiento de la Junta de Andalucía, la decisión del traslado provisional responde a la necesidad de aumentar el espacio de exposición, y está respaldada por la opinión de las compañías expositoras, consultadas a través de diferentes asociaciones empresariales.

El Grupo Interazar, organizador de este certamen declarado ofi-



cialmente por el Gobierno como Internacional a efectos aduaneros, tiene grandes expectativas derivadas de los nuevos reglamentos autonómicos sobre la actividad del sector del recreativo •

CIRSA tendrá el mayor stand

Ubicado en el corazón de la feria andaluza, el stand del Grupo Cirsa tendrá una superficie neta de 1.014 m². En esta XXIV edición de Torremolinos que se celebra en el recinto ferial de Málaga, la empresa presentará sus últimas novedades en todos los segmentos del Ocio y el Juego, si bien serán los nuevos modelos de Máquinas "B" los que constituyan la oferta más esperada y llamativa del Grupo.

Cerca de 4.000 profesionales visitan Expojogo/Expovending

El recinto Exposalão de Batalha acogió la clausura, el pasado 14 de febrero, de la décima edición de Expojogo/Expovending 2005, salones dedicados al recreativo y la venta automática, respectivamente. Un total de 3.939 personas de Portugal y España visitaron el certamen, entre ellas, operadores y profesionales interesados en el sector del vending como actividad o estrategia de ventas, quienes han quedado sorprendidos con la evolución estética de los equipos y con la accesibilidad de precios.

Una excelente plataforma, la feria portuguesa, para conocer las últimas novedades de estos ámbitos de la mano de 50 expositores, 30 del recreativo y 20 de vending, presentes en esta convocatoria.

El vending promete

Expovending ha tenido –según ha informado a *Mundo Vending* la asociación portuguesa de venta automática– más éxito que el salón Expojogo, debido a que el sector de la venta automática aún debe crecer en el país luso. Portugal conoció el boom en el vending en el período 1996-2000, sin embargo, todavía hace falta colocar en el mercado 50.000 equipos de vending para llegar a los números, por ejemplo, de España.

Entre las empresas de vending que participaron en esta cita, se encuentra Necta, Bianchi, FAS, Ducale, Rhea, Azkoyen, Lavazza, GPE, Flymax, Artiach, Paramalat,



Magic Expresso, etc., las cuales han valorado muy positivamente el salón.

Por su parte, Expojogo ha contado con la participación de compañías de los sectores de tecnología para máquinas automáticas, salones recreativos, salones de juego en red y centros de ocio infantiles, además de fabricantes de accesorios y productos para vending •

Las mejores
decisiones
se toman en
caliente.....

....disfruta del
café con la
Lugano Nestlé de
AZKOYEN.



AZKOYEN Industrial, S.A.

Avda. San Silvestre, s/n
31350 PERALTA (Navarra)
Tel.: 948 709 709*
Fax: 948 709 708

60 Aniversario

<http://www.azkoyen.com>

AZKOYEN
Vending for life

Próxima cita con el vending en...



La obesidad, foco de atención en el certamen londinense

Una de las citas con más tradición dentro del panorama europeo del vending es, sin duda, Avex, Salón Internacional de la Venta Automática, que celebra su próxima edición del 10 al 12 de mayo en el centro de exposiciones Earls Court 2 de Londres.

La historia de esta feria –de carácter bienal– se remonta 37 años atrás, y según apunta la organi-



Interior del Earls Court 2 de Londres en Avex 2003

zación, la Asociación de Venta Automática del Reino Unido e Irlanda (AVA), la edición de 2003 batió el récord de asistencia de visitantes. En Avex 2003, se superó el número de asistentes por radio de expositores –46 personas–, en relación a los 38 visitantes por expositor de 2001.

El certamen es un buque insignia para la industria del vending y la plataforma ideal de lanzamiento de nuevos productos y servicios –no sólo para el Reino Unido sino para el resto de Europa y del mundo.

Abordar la obesidad

A nivel europeo, la obesidad ha afectado al sector del vending de forma negativa, sin embargo, en el Reino Unido este hecho se ha convertido en un aspecto positivo.

En el marco de Avex, la *Health Education Trust* demostrará cómo sus investigaciones han ayudado a la industria de la venta automá-

tica a formar parte de la solución; la Asociación para la Investigación Alimentaria *Campden & Chorleywood* identificará nuevos productos que proporcionen el soporte necesario para un mercado en constante

cambio, y la Federación de Alimentos y Bebidas (*Food and Drink Federation*), también presente en el certamen, centrará sus intervenciones en cuestiones relacionadas con la Alimentación y la Salud.

Asimismo, habrá un espacio dedicado a las habituales conferencias, que versarán acerca de temas como la Nutrición de la mano del experto nutricionista Dr. Michele Sadler, y del *Professor Ron Maughan*, asesor sobre Nutrición en el Deporte del Comité Olímpico Internacional (COI), o el vending en los colegios por

Jennette Higgs, nutricionista de la Salud Pública, y Joe Harvey, director del *Health Education Trust*.

Actividades paralelas

La tecnología en el vending está llevando a cabo importantes desarrollos en lo referente a la gestión de máquinas, sobre todo, en telemetría (transmisión de datos). Por tanto, este sistema tendrá un papel destacado en la feria, a través de una demostración a los espectadores en tiempo real acerca del análisis de datos. Así pues, se transmitirán datos reales desde una máquina de vending en Manchester.

En el stand *Ring a Drink* podrá hacerse un donativo para la *Macmillan Cancer Relief* mediante la compra de una botella de agua a través del teléfono móvil.

En relación a la Directiva WEEE (*Waste Electrical and Electronic Equipment*), que tendrá un gran impacto en la venta de máquinas de vending a nivel europeo, la AVA ha constituido una compañía independiente –c10c– que presentará sus objetivos en Avex.

También podrá visitarse la empresa *Save a Cup Recycling Company*, que ha estado reciclando vasos de plástico durante varios años y transformándolos en una singular variedad de productos, la cual incluye bolígrafos, lápices y gomas de borrar •

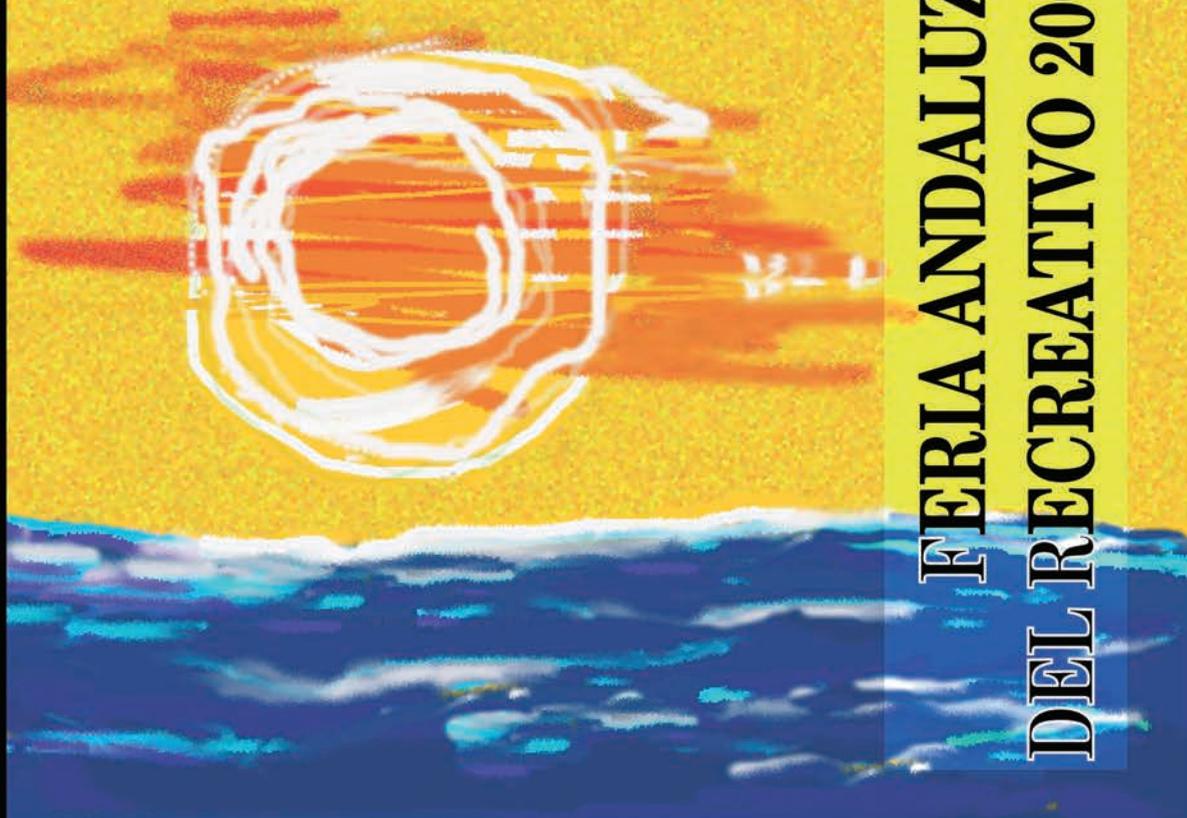
24
ANIVERSARIO

**...Y AHORA LA FERIA MAS DESEADA,
QUERIDA Y ESPERADA DEL SECTOR, EN...**

MALAGA

NUEVO PALACIO DE FERIAS

27, 28 y 29 de Abril de 2005



**FERIA ANDALUZA
DEL RECREATIVO 2005**

**UN PUNTO DE ENCUENTRO
PARA MAS DE 15.000
VISITANTES PROFESIONALES**

Organización
Grupo INTERAZAR de Inversiones
Santa Engracia, 113. 4º Dcha. 28010 MADRID
Tel.: 91 445 37 02 - Fax: 91 447 63 33
info@grupointerazar.com - www.grupointerazar.com

Un calendario favorable para D.A. Vending Expo 2006

Reed Expositions France, a fin de responder a la demanda de sus clientes, ha decidido celebrar la novena edición de la Feria Internacional de la Distribución Automática, D.A. Vending Expo, del 25 al 28 de octubre de 2006 en Paris Expo-Porte de Versailles.

De este modo, se evitarán los días festivos del 1 y 11 de noviembre que aparecían alternativamente en las fechas de las sesiones precedentes.

En 2006, el nuevo recinto de la exposición (pabellón 3) se beneficiará de reformas que mejorarán el espacio de acogida a los visitantes. El sa-

lón –del que pueden ampliar información en el sitio web www.da-vending-expo.com– está patrocinado por la NAVSA (Cámara Sindical Nacional de Venta y Servicios Automáticos), miembro de la EVA (European Vending Association) ●

Cifras 2004

Expositores directos	234 (32% internacionales)
Visitantes	12.867 (25% internacionales)
Superficie bruta	20.000 m ²

SHA se consolida en el Noroeste Peninsular

El III Salón de Hostelería y Alimentación del Atlántico, SHA 2005, acogerá alrededor de un centenar de expositores de España y Portugal, del 28 al 30 de mayo en el Instituto Ferial de Vigo (IFEVI). El evento está organizado por Producciones Gálata y cuenta con el apoyo de instituciones y principales asociaciones del sector.

Según la directora del SHA, Raquel Robledo, en esta tercera edición aumentará el número de empresas participantes, se incrementará la superficie expositiva y habrá una mayor oferta de actividades paralelas. Robledo afirma que el certamen avanza hacia su consolidación definitiva, tras convertirse en un referente en su sector en el Noroeste Peninsular, un área con un mercado de siete millones de consumidores.

En pasadas ediciones, unas 16.000 personas visitaron la fe-

En SHA 2005 se incrementará la superficie expositiva y habrá una mayor oferta de actividades paralelas



ria, de las que un 30% procedían de Portugal, contando con la participación de 200 empresas, en representación de 400 marcas.

Un hueco para el vending

El certamen ofrece dos salones en un mismo espacio: el Salón del Equipamiento para la Hostelería, Restauración y Colectividades, en el que estarán representados Equipos y maquinaria para la Hos-

telería; Equipos de apoyo; Limpieza industrial; Mobiliario y decoración; Artículos de mesa; Lencería textil; Servicios; Staff de apoyo; Tecnología; Tintorería, Lavandería Industrial y limpieza en general; Seguridad; Gestión e informática, y **Vending**; y el Salón destinado a la Alimentación.

Una de las principales novedades que incluirá el programa de actividades es una Cata de Aguas Minerales ●

Serie-Q

Un diseño económico
de dos piezas con
válvula en el cabezal



SVG Ibérica

Cromo, 18

08907 Hospitalet de Llobregat

Barcelona (SPAIN)

Fax 93 335 02 60

svg@svgvending.com

www.svgvending.com

Tel.: 93 335 02 02

Puro, Simple y Económico



Serie-E

Recambio de
cartuchos para
cabezales de otros
fabricantes



Gran éxito de convocatoria en BTA 2005

Unas 1.400 empresas expositoras estuvieron presentes en el certamen



Este año, la feria ha aumentado la superficie de exposición un 8% con respecto a la edición celebrada hace tres años

El Salón Internacional de la Tecnología Alimentaria, BTA Barcelona Tecnoalimentaria 2005, cerró las puertas de su séptima edición, el pasado 22 de febrero en el recinto Gran Vía de Fira de Barcelona, con un notable éxito de participación. Según apunta la organización –Alimentaria Exhibitions–, más de 50.000 profesionales visitaron los 40.000 m² de superficie –un espacio que ha aumentado un 8% respecto a la convocatoria de hace tres años–, interesados por las últimas innovaciones en cuanto a tecnología alimentaria de la mano de 1.400 empresas nacionales e internacionales. En líneas generales, en el certamen

se ha dado a conocer un gran número de novedades de todos los sectores como geles desinfectantes, puertas frigoríficas y cortafuegos, maquinaria para envasar productos cárnicos y para seguir el tratamiento de los aditivos, más rápida, menos ruidosa y más fácil de limpiar, etc.

Sectores representados

El certamen ha acogido este año dos nuevos salones, Tecnoconserva e Ingretecnó, sumando un total de siete, entre los que destaca Tecnocárnica que, con casi la mitad del espacio de la feria, se ha centrado en el equipamiento y suministros de la industria cárnica y afines. Por otro lado, el salón

Tecnicop ha representado al sector de la panadería y pastelería. Expofryc ha recogido las aplicaciones técnicas sobre la industria del frío y la climatización. Liqma se ha centrado en la industria de las bebidas y embotellado, mientras que Tecnoalimentaria se ha ocupado de los bienes de equipo, suministros y tecnologías de procesamiento •

En su 7ª edición, BTA recibió la visita de más de 50.000 profesionales



Stand de Barry Callebaut



Stand de Dégerman



Stand de Zumex



HOREQ

SALÓN DEL EQUIPAMIENTO
PARA HOSTELERÍA
HOTEL AND RESTAURANT
EQUIPMENT SHOW

19-22 Octubre / **October 2005**

Parque Ferial Juan Carlos I, Madrid / **Juan Carlos I Exhibition Centre**

Equipamiento para Hostelería / **Equipment for Hotel and Restaurants** | Lavandería y Limpieza / **Laundry and Cleaning**
Vending / **Vending** | Equipamiento Comercial / **Commercial Equipment** | Alimentación fuera del hogar / **Food Service for**
Eating Out | Tecnologías / **Technologies** | Mobiliario y Decoración / **Furniture and Decoration** | Lencería y Textil / **Drapery**
and Textile | Mesa y Menaje / **Tableware** | Baño, Ocio, Descanso y Deportes / **Bath, Leisure, Rest and Sport** | Instalaciones
y otras infraestructuras / **Installations and other infrastructures**

LINEA IFEMA

INFOIFEMA 902 22 15 15
EXPOSITORES 902 22 16 16
INTERNACIONAL (34) 91 722 30 00
FAX (34) 91 722 57 88

Parque Ferial Juan Carlos I,
28042 Madrid

horeq@ifema.es

www.horeq.ifema.es



IFEMA
**Feria de
Madrid**

IBERIA
Transportista Oficial
Official Carrier



En su 5ª edición, BNF se ha consolidado como uno de los mayores escaparates feriales del sistema de franquicias

El salón Barcelona Negocios & Franquicias, BNF, cerró sus puertas el pasado 26 de febrero, tras haber cumplido, en palabras de la organización –Fira de Barcelona– las expectativas iniciales, manteniendo las 22.000 visitas alcanzadas en la pasada edición.

La buena afluencia de público durante los tres días de celebración ha sido especialmente valorada por los expositores –un total de 143 marcas de más de una veintena de sectores–, que han destacado los contactos comerciales realizados y el interés que los asistentes han demostrado por la oferta reunida en el salón.

BNF se ha convertido, una vez más, en escaparate del gran potencial del sistema de franquicias y de la creatividad de los empre-

BNF revalida la calidad del visitante

dedores de nuestro país a la hora de optar por las enseñas como forma de expansión comercial. El certamen ha ejercido de plataforma de encuentro entre la oferta y la demanda, siendo motor dinamizador del sistema de franquicias, por lo que el "efecto BNF" se notará en los próximos meses con la apertura de nuevas franquicias en el nordeste peninsular, el área de influencia de la feria.

Sectores

Los sectores más representados en BNF han sido el de la hostelería y restauración, y el de la confección, moda y complementos, aunque se aprecia una mayor presencia de marcas de belleza y cosmética, tiendas especializadas y servicios.

El salón, que ha ocupado cerca de 4.000 m² netos de exposición, ha recibido también a una decena de expositores directos extranjeros, procedentes de Francia, Alemania, Portugal, Holanda e Italia, que buscan acceder al mercado español.

La gran novedad de esta edi-

ción ha sido el *licensing* –esto es, la obtención de los derechos para la explotación comercial de marcas y productos a terceros–, que se ha sumado a la oferta del salón para ampliar el concepto "negocios" de su denominación.

Según la organización, los expositores participantes en esta área han coincidido en señalar la importancia de constituir una plataforma ferial que ejerza de eje vertebrador del sector. A pesar de su enorme potencial económico, el *licensing* continúa siendo un desconocido para los profesionales de diferentes actividades económicas. La participación de seis empresas de licencias en BNF, que han representado a un total de 134 marcas, ha permitido acercar el funcionamiento y las posibilidades que ofrece esta actividad tanto para el gran público como para profesionales y posibles licenciatarios.

III Foro Mediterráneo de la Franquicia

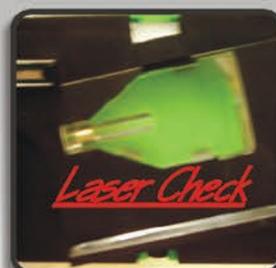
Dentro del marco del salón, ha tenido especial relevancia la celebración del III Foro Mediterráneo de la Franquicia (*Meda Franchise Forum*), una plataforma consolidada de debate internacional que ha analizado la posibilidad de creación de una marca mediterránea, una denominación de origen "well made in mediterranean", con el fin de reforzar el sello y la calidad y la identidad compartida, asociada a una realidad cultural, que existe en toda enseña ●



JEDY *Laser Check*



Un paso por delante del resto



**PRECISION
ABSOLUTA**



MODULARIDAD



**CONEXIÓN
PERIFÉRICOS**



CONTROL REMOTO

¡Haz el vending que te gusta!

A partir de ahora, empieza a hacer el vending que te gusta, olvídate de los problemas que te han dado siempre los monederos para dedicar todo tu esfuerzo a mejorar la satisfacción de tus clientes y el rendimiento de tu explotación.

JEDY Láser Check es el monedero de cambio con el sistema de medición más preciso del mercado, el láser. Este sistema, combinado con otros adicionales, otorgan al monedero niveles de aceptación y discriminación inalcanzables para el resto de monederos.

JEDY está diseñado de forma que sus tres partes principales pueden ser montadas y desmontadas en apenas 5 segundos sin necesidad de herramientas. Sus cuatro tubos independientes de gran capacidad permiten ser intercambiados muy fácilmente.

El validador y el separador de monedas son un único conjunto, de forma que se evitan los tradicionales problemas de atascos. Sus dos motores de expulsión pueden ser intercambiados por cualquier persona con conocimientos técnicos o no.

Y lo mejor de todo, su calidad y fiabilidad electrónica acaban con las continuas y costosas intervenciones del servicio técnico especializado de otros monederos.

Además, Jedy no es solamente un monedero de cambio sino que también es un sistema de control remoto de distribuidores automáticos que te permite controlar el estado del DA y la contabilidad del monedero desde la oficina.

Hoy son cada vez más los operadores en España que hacen el vending que les gusta... ¿por qué tu no?...

...MÁS INFORMACIÓN EN WWW.SISTEMASVC.COM

Sistemas
de venta y control, s.l.

Sistemas de Venta y Control, S.L
C/ Dr. Antoni Pujades, 24-26 Local 1
08830 Sant Boi (BARCELONA)
Tel.: +34 93 630 14 69
www.sistemasvc.com



A la izquierda, Rafael Cubilla, gerente de Grupo Arcubi, junto a Marcos Martínez de ASS Vending, en uno de los momentos de la presentación

Nuevo distribuidor Saeco: Grupo Arcubi

El pasado 31 de marzo, tuvo lugar la presentación oficial, como nuevo distribuidor de la División de Vending de Saeco para la provincia de Jaén, de Grupo Arcubi.

El acto se desarrolló en el Hotel Infanta Cristina de Jaén, en una jornada de puertas abiertas donde más de 50 profesionales de la provincia andaluza pudieron conocer las últimas novedades de Saeco en distribuidores automáticos.

Personal del departamento Técnico y Comercial de Grupo Arcubi estuvo asesorando a los profesionales acerca de las características técnicas y el funcionamiento de las máquinas.

La presentación fue presidida por Rafael Cubilla, gerente de Grupo Arcubi, y Roberto Blanco, Area Manager de Saeco Ibérica •

La compañía presenta oficialmente su nuevo distribuidor de la División de Vending para la zona de Jaén



De izqda. a dcha., Rafael Armijo, director comercial de Grupo Arcubi; Roberto Blanco, Area Manager de Saeco Ibérica, y Rafael Cubilla

*Nuevo mueble Saeco
Group 200 para
monedero de cambio*

Completamente automática y de dimensiones reducidas, con distintas posibilidades respecto a la elección de los recipientes solubles. De refinado diseño, la *Saeco Group 200* es una máquina ideal para oficinas y pequeños locales, pero con una autonomía y rendimiento mayor de las de sus competidores directos, que permite su uso prolongado sin necesidad de intervenciones.

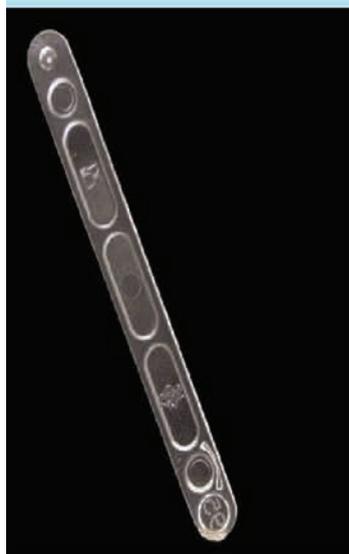
Saeco presenta ahora un nuevo mueble para su modelo *Group 200* equipado para funcionar con todo tipo de monederos de cambio.

El mueble ha sido especialmente diseñado y creado en armonía con la estética de la *Saeco Group 200*, creando un equipo de diseño moderno y muy atractivo.

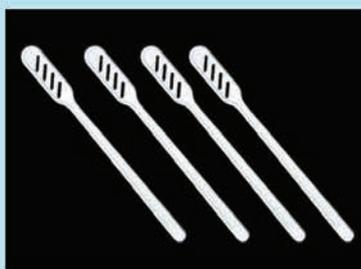


MUNDOVENDING

BLU MED presenta la fábrica más antigua en Europa (1978), la más moderna en tecnología, con más experiencia (sólo fabrica paletinas de Vending) la más conocida en el mundo.



Para máquinas automáticas
90 mm. 105mm. 115 mm.



Agitadores



Embolsadas con impresión 88 mm. 95 mm. 105 mm.



**BLU
MED**

A&A BLU MED, S.L.

C/ Sicilia, 212-214 entlo 6a
08013 BARCELONA ESPAÑA
TEL. + 34 93 244 97 40 - 93 645 81 48
FAX + 34 93 645 81 52 - 93 265 78 08
Móvil 610 522 735
aa@blumed.org www.blumed.org



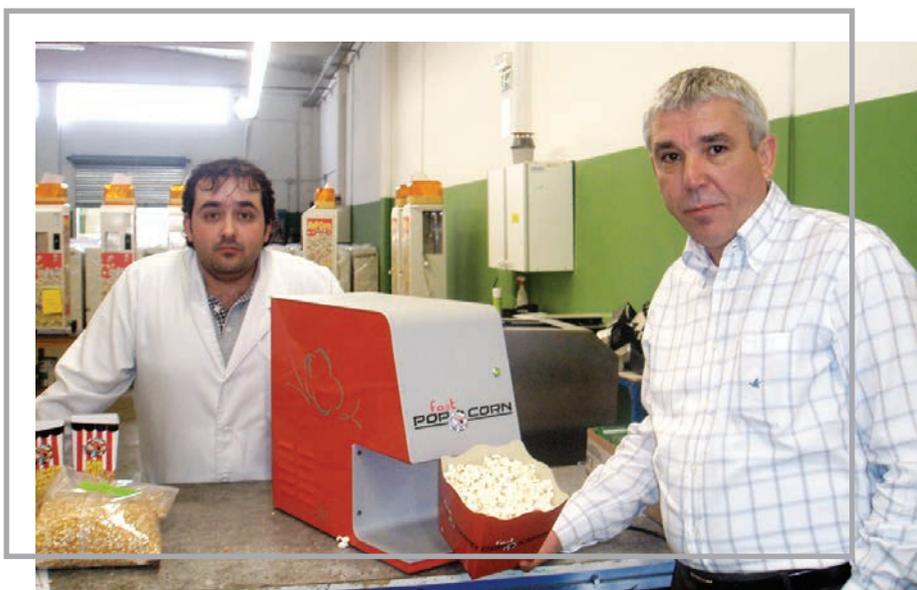
Carlos Galcerán

Director General de TAM, S.L.

"El secreto está en el maíz"

Mundo Vending tuvo la ocasión de visitar, el pasado 22 de marzo, las instalaciones de Tecnologías Aplicadas del Maíz, S.L. (TAM, S.L.), situadas en el Polígono Industrial Sant Isidre de la localidad barcelonesa de Sant Fruitós de Bages. Allí nos esperaban Carlos Galcerán y Juan Santamaría, gerente y sales manager de la compañía, respectivamente, quienes nos mostraron las diversas naves con las que cuenta TAM, descubriéndonos cuáles son los planes inmediatos y proyectos de futuro de la empresa.

En la actualidad, la firma está preparada para introducirse en nuevos sectores, tales como Horeca y el recreativo, con productos específicos para los mismos, como son el modelo FAST y el modelo INFANTIL + POPCORN. A medio plazo, TAM también tiene previsto acceder al sector de Consumo con una gran variedad de productos con diferentes sabores



Galcerán junto a Ramón Pujol, director técnico de la compañía, muestran a Mundo Vending el funcionamiento de la FAST, la nueva máquina de TAM, que en 70 segundos ofrece unas exquisitas palomitas

La idea surge de la mano de Carlos Galcerán hace 21 años. Transcurrido este tiempo y después de múltiples pruebas e investigaciones, a día de hoy, Tecnologías Aplicadas del Maíz, S.L. se sitúa en la vanguardia mundial en cuanto a fabricación de máquinas automáticas de *popcorn*. Por otro lado, la firma ha desarrollado un singular proceso para la saborización del maíz, convirtiéndolo en un producto único, exclusivo y patentado internacionalmente.

El responsable de TAM nos descifra, a continuación, cuál es la clave del éxito de esta empresa. Según sus palabras, **"el secreto está en el maíz"**. Y parece ser que no se equivoca, porque el ritmo de crecimiento de la compañía en estos últimos años da mucho que hablar. **"Pues va a ser que sí"**, bromea Galcerán en su despacho el día de la entrevista, en relación al buen funcionamiento de TAM.

–¿Con qué objetivo inicia su actividad la firma?



Entrada a la nave donde se encuentran las oficinas, el showroom y la fábrica de máquinas

–El de proporcionar un nuevo concepto de máquina de palomitas recién hechas y crujientes a todo el mundo.

–¿Qué tratamiento especial hace TAM del maíz?

–Incorporamos el sabor en el interior del grano de maíz.

–¿Qué sabores podemos encontrar en el maíz de TAM?

Actualmente, investigan otros sabores, ¿como cuáles?

–En la actualidad, tenemos como sabores estándar: salado, super-salado, picante, bacon, caramelo y vainilla. No obstante, estamos capacitados para adaptarnos a los sabores que cualquier país nos demande.

–Tanto la fábrica de máquinas como la del tratamiento del maíz se encuentran en el Polígono Industrial Sant Isidre de Sant Fruitós de Bages. ¿Puede explicarnos cuál es la composición de la compañía?

–Contamos con unas instalaciones totales de 3.000 m², que incluyen una nave donde se fabrica el maíz, otra nave de almacén y una tercera que alberga las oficinas, el showroom y la fábrica de máquinas. Cuando tenemos puntas de producción, con-



A la izquierda, acceso a la factoría donde se realiza el tratamiento del maíz, y a la derecha, entrada al almacén



(Pasa a la pág. 38)

(Viene de la pág. 37)

juntamente con la empresa Benseny, S.A. –sita en Montmeló y colaborador habitual de TAM–, fabricamos en sus instalaciones. Siguiendo con los diferentes departamentos, disponemos de Departamento de I+D propio y red de distribuidores en España y en el resto del mundo.

–¿Cuál es su representatividad dentro del sector del vending en nuestro país?

–Dentro del sector del popcorn, sin duda alguna, el nº 1.

–¿En qué zonas de España venden más sus productos?

–En Andalucía, Baleares, Canarias, Catalunya y Levante.

–¿Qué rasgos distintivos aportan sus máquinas frente a las de la competencia?

–¿Competencia? A día de hoy no tenemos, aunque algunos lo intentaron y cesaron en su actividad, por carecer de tecnología y continuidad.

Varios empleados en las oficinas de la compañía, situadas en Sant Fruitós de Bages (Barcelona)



–¿Cuáles son los principales mercados internacionales donde se comercializan los productos de TAM?

–En toda Europa y, en la actualidad, abriendo mercados en Asia y América.

–¿Tienen pensado asistir a Eurovending? ¿Presentarán alguna novedad? ¿En qué otras ferias ha participado TAM este año o tiene pensado acudir?

–Por supuesto que estaremos en Eurovending. Presentaremos como novedades la FAST-POP-CORN y

El INFANTIL + Máquina de Popcorn. En relación a nuestra participación en otros certámenes, estuvimos en febrero en Italia, Francia y Grecia y en marzo en la feria malagueña Hostelequip. Tenemos previsto exponer en Eurovending en mayo y en septiembre en EuVend, el salón alemán del vending.

–¿Cuántos trabajadores tiene la compañía?

–La empresa cuenta con 13 personas en plantilla y 100 empleados indirectos.

–¿Cómo definiría la filosofía de la empresa?

–Como una compañía capaz de abrir mercados para la implantación de un nuevo concepto, con agilidad, buen servicio y mejor producto.

–Hoy en día, la formación es un tema clave en el ámbito empresarial, ¿qué peso tiene en el desarrollo de la compañía la formación de los profesionales?

–Vital ya que sin ello no avanzamos y esto sólo conduce a una vía muerta.

–¿Cree que la calidad de los productos de vending está



Showroom donde se exhiben varios modelos de máquinas automáticas de palomitas. De izqda. a drcha., Compact II, Air Pop (Pop Corn) y Mr. Pop (Classic Corn)

garantizada? En su caso, ¿qué procesos de control de calidad pasan los productos de TAM?

–Ya lo creo, de lo contrario es engañarnos a nosotros mismos. En cuanto a los procesos de control de calidad, tenemos todas nuestras máquinas homologadas por la normativa de la CEE, y en el caso del maíz y los vasos cumplen, rigurosamente, todas las normas sanitarias con sus respectivos números de registro sanitario.



Juan Santamaría, sales manager de TAM, quien también nos acompañó en la visita a las instalaciones

–¿Qué objetivos futuros tiene la empresa?

–Estamos en fase final de acuerdo para instalar una fábrica de máquinas y otra de maíz en Canadá, como país estratégico para la entrada en el país del popcorn, que no es otro que Estados Unidos. Paralelamente, es ya una realidad la fabricación bajo licencia de máquinas en Rusia. Por otro lado, estamos iniciando un proceso similar en Hungría para abastecer a los nuevos socios de la CEE.

–¿Qué le parece la situación actual del vending?

–A medio plazo tiene un gran futuro, sobre todo el vending público •

¡¡ POR FIN EN ESPAÑA !!

La Solución Integral para los pequeños y medianos colectivos

BEBIDAS FRÍAS (2 selecciones)



SNACKS (4 selecciones)

Posibilidad de incorporar una máquina de café encima



BEBIDAS CALIENTES (4 selecciones)



SNACKS (10 selecciones)



¡ Pregúntenos los precios !...No se lo va a creer

InnoVending

C/ Fundación 4 Bis • 28529 Madrid (España)

Tel : (+34) 902 36 64 01

E-mail : info@innovending.com

Novedades en máquinas de palomitas



Modelo FAST

"Con esta máquina, TAM, S.L. va a introducir una revolución en el sector del vending: ofrecer palomitas recién hechas y crujientes al momento, mediante monodosis individuales de 50 gramos, y con la opción de diferentes sabores (salado, picante, caramelo, super-salado). Este innovador modelo no incorpora monedero, con lo cual suprimimos la labor de recaudar la máquina, limitándose la función del operador solamente a proveer de consumible el punto donde esté la FAST. Para el control de las monodosis, la máquina está provista de un contador", afirma el director general de la compañía.

Ventajas de la FAST

- Dimensiones para adaptarla a cualquier ubicación (23 cm de ancho x 46,5 cm de fondo x 41 cm de altura)
- Rapidez de servicio (70 segundos)
- Diseño moderno y funcional
- No produce olores ni humos
- Ideal para bares, pubs, cafeterías, kioskos, parques acuáticos, discotecas, parques infantiles, etc.
- Soporte de venta con carteles y expositores publicitarios



Modelo INFANTIL + MÁQUINA DE PALOMITAS

Carlos Galcerán, con 21 años de experiencia en las máquinas de palomitas, junto a Joaquín Falgàs, director general de Falgàs Comercial, S.L., y con una trayectoria profesional de 45 años en la fabricación de máquinas infantiles, han desarrollado, después de 1 año de mutua cooperación, un nuevo y revolucionario concepto de máquina, el **INFANTIL + MAQ. DE PALOMITAS**, una exclusiva mundial.

"La máquina –incide el gerente de TAM– nos permite un aumento de recaudación por el simple hecho de dar una porción de palomitas y además, al mismo tiempo, un viaje en el infantil."

"Esta aportación al mundo del vending público es una auténtica novedad mundial, ya que se aleja de las opciones tradicionales, y a su vez resulta muy atractiva para el público infantil, el cual no deja de ser un gran consumidor de vending público", concreta Galcerán.





Varias imágenes que muestran el interior de la fábrica de máquinas

Departamento de I+D

BE connect^{ED} TO
the direct chill evolution

Gama aún más amplia con los nuevos modelos RO

Connect RO es una fuente de agua con **conexión directa** a la red y osmosis inversa que combina un diseño innovador y funcional con la tecnología más avanzada para garantizar una total higiene del agua.

Connect RO reúne la **osmosis inversa**, la tecnología innovadora SST y nuestro sistema patentado UV para garantizar la **MÁXIMA SEGURIDAD HIGIÉNICA** del agua durante todo su trayecto dentro del refrigerador hasta el momento en el que se expende en el vaso.

-  **Reverse Osmosis** — mejora el aroma y el sabor del agua expendida para eliminar todas las bacterias e impurezas
-  **Tecnología UV patentada** — protege la zona expendedora
-  **Self Sanitizing Technology**

Join the R.O. evolution!

-  — naranja
-  — gris oscuro
-  — azul
-  — blanco
-  — verde claro





COSMETAL
drinking water solutions

Z.I. Sambucheto PIP - 62019 Recanati (Mc) Italy - Tel. +39 071 75 79 91 - Fax +39 071 75 71 454 - www.cosmetal.it sales@cosmetal.it



Recorrido por la nave donde se lleva a cabo el tratamiento del maíz, a través de un singular proceso en el que se incorpora el sabor en el interior del grano de maíz



el mejor café

y el más rentable



BOMBA: 16 BARES

MÁQUINA CON UN SISTEMA EXCLUSIVO DE MONODOSIS
CAFÉ DE ALTA CALIDAD 100% ARÁBICA Y TUESTE NATURAL
EXTRACCIÓN AUTOMÁTICA DE LA MONODOSIS
MONODOSIS 100% BIODEGRADABLE
FACILIDAD DE USO



PACK DE CONSUMO



(100 MONODOSIS DE CAFÉ,
AZÚCAR, VASOS Y PALETINAS)

Cafés
Malongo

ARAGÓN, 308 1º 2º
BARCELONA 08009
TEL. 93 272 26 81
FAX 93 272 26 82
www.malongo.com

www.katba.com

MEI Cashflow™ 7900 cumple las expectativas

El nuevo gestor de cambio se consolida en el mercado europeo

Las ventas de MEI Cashflow™ 7900 han superado todas las previsiones iniciales de la propia compañía, ya que suponen el 100% de los monederos de cambio de MEI vendidos en la Europa continental. Los excelentes resultados han llevado a la definitiva sustitución del anterior gestor de cambio –MEI Cashflow™ 690– y le han convertido en el nuevo estándar del sector.

Asimismo, la empresa ha anunciado que las ventas mundiales de la serie MEI Cashflow™ 7000 han superado las 100.000 unidades.

El administrador de monedas MEI Cashflow™ 7900 es el monedero de cambio más avanzado del mercado y supone la culminación de un extenso programa de investigación. Richard Gibson, director de marketing para Europa de MEI Vending, señala: **"El lanzamiento de MEI Cashflow™ 7900 en la Europa continental durante 2004 ha constituido un éxito rotundo. Estamos encantados con el recibimiento y los comentarios positivos que nos han hecho llegar las empresas operadoras. Esperamos que este éxito se mantenga a lo largo de este año 2005 con el lanzamiento en el Reino Unido"**.

Desde su lanzamiento, el Cashflow™ 7900 ha supuesto un gran éxito de ventas para MEI en Europa

Características

El modelo MEI Cashflow™ 7900 es un administrador de monedas con cinco tubos que ofrece numerosas ventajas, entre ellas, una mayor capacidad de cambio y tecnología avanzada de administración que supervisa y optimiza constantemente el valor del dinero en efectivo contenido en los tubos. Los estudios realizados demuestran que el modelo MEI Cashflow™ 7900 contribuye de manera significativa al aumento de los beneficios de las empresas operadoras.

La empresa

MEI es uno de los mayores fabricantes a nivel mundial de mo-



nederos de cambio, aceptadores de billetes, sistemas de pago con tarjeta y otros sistemas de transacciones automáticas. Sus productos se utilizan hoy en día de forma generalizada en los sectores de máquinas expendedoras, refrescos, juegos, recreativos, transportes y tiendas al por menor. MEI forma parte del grupo de empresas Mars Incorporated, que incluye algunas de las marcas más conocidas del mundo ●

Las ventas mundiales de la serie MEI Cashflow™ 7000 han superado las 100.000 unidades



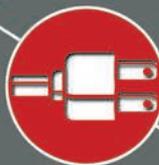
Diferentes estudios han demostrado que el nuevo gestor de cambio de MEI aumenta los beneficios de las compañías operadoras



Ofibending
SERVICIO CON CALIDAD



ASESORAMIENTO



INSTALACIÓN



CONTROL Y GESTIÓN



REPARACIÓN

- Garantías.
- Instalación y montaje de equipos.
- Mantenimiento.
- Reparación.
- Control y Gestión del parque y de las incidencias.
- Asesoramiento y Formación.
- Auditoría Técnica.



AUDITORÍA



GARANTÍA



MANTENIMIENTO

OFICINA CENTRAL BARCELONA:
C/ TÉCNICA 18-20 NAVE 5
08740 SANT ANDREU DE LA BARCA
BARCELONA (SPAIN)
TEL.: (+34) 936 535 510
FAX: (+34) 936 824 215
e-mail: ofibending@ofibending.com

DELEGACIONES EN:

BARCELONA
MADRID
BILBAO
SEVILLA
MALAGA
LA CORUÑA
OVIEDO
VALENCIA
ZARAGOZA
BADAJOZ
MURCIA
PALMA

Servicio Técnico



"Nuestro objetivo es alcanzar el 15% del mercado español"

Angelo Amato

Gerente de A&A Blumed, S.L.

Angelo Amato, un italiano cautivado por el Mediterráneo, se encuentra al frente de una compañía que se ha ganado la confianza del profesional de nuestro país gracias a un servicio impecable y unos productos de primera calidad. Amato nos recibe en las oficinas de A&A Blumed de la calle Sicilia, en Barcelona, y modestamente nos confiesa que su propósito es el de hacerse un hueco en el mercado español del vending, aunque asegura que no va a ser fácil



–¿Cómo y cuándo nace A&A Blumed, S.L?

–Con esta razón social nació hace un año y medio, pero sólo fue una transformación de nombre, pasando de un nombre personal –Angelo Amato– a una empresa cuya denominación actual es A&A Blumed, S.L. No

obstante, la compañía existe desde hace 10 años en esta misma dirección de C/ Sicilia, 212, entlo 6º.

–¿Por qué Blumed?

–Al inicio pensábamos utilizar un nombre híbrido de Europa y Mediterráneo puesto que soy un

enamorado de este mar. En España, me siento como en casa porque estoy en el Mediterráneo. Euromed ya estaba solicitado, por lo que al final pensé en el color azul –"blu"– del Mediterráneo, por tanto Blumed. No tiene una razón comercial, es más un hecho emotivo personal.

–¿Con qué objetivo inicia su actividad la compañía?

–El objetivo principal es el de organizar la venta y el mercado de empresas italianas al extranjero. En Bélgica, Holanda, Francia y Suiza ya lo hemos logrado. Luego pensé en España, y finalmente he escogido este país porque en él he reencontrado mi mediterraneidad.

Mi intención, desde el principio, era la de traer al mercado español productos que completaran la dieta y la cocina mediterránea y, en segundo término, llevar a Italia productos españoles que completaran la cocina mediterránea en mi país para que el Mediterráneo sea todo uno. Esta es mi utopía.

–A&A Blumed comercializa, sobre todo, productos de la marca italiana Aristeo.

–Aristeo es líder en Italia de la venta automática de vasos desde hace más de 15 años. Hasta ahora, realizábamos la publicidad con el nombre de Aristeo, pero desde Hostelco 2004 nos anunciamos como A&A Blumed porque comer-



Uno de los momentos, en las oficinas de la calle Sicilia, durante la entrevista con el responsable de la empresa

–La zona donde más clientes tenemos es Andalucía, aunque en Catalunya también vendemos bastante.

El mercado más importante a nivel internacional es Francia. Después, Oriente Medio (Líbano, Israel, etc.), toda la parte de África, Grecia, desde hace tres años también Alemania, y todos los Países del Este. A&A Blumed se ocupa directamente de España, Portugal y Suiza.

cuando estamos comenzando a trabajar con ellos. A&A Blumed cuenta con una doble vertiente comercial: vendemos basándonos en el precio y la entrega directa de la fábrica –en este caso Blumed sólo adquiere una pequeña comisión y se encarga de la gestión de todo el proceso (cliente, pre-venta, posventa, etc.)–, y también distribuimos nosotros directamente a las pequeñas em-



cializamos otras marcas que no son Aristeo, otro tipo de productos dirigidos a la hostelería, el catering y la industria alimentaria.

–¿Cuáles son los principales mercados nacionales donde se venden los productos Aristeo? ¿E internacionales?

–La empresa trabaja para diversos sectores como el de la Hostelería, Catering y Vending. Concretamente, ¿cuándo se introduce en el sector de la venta automática?

–En España, empezamos hace 10 años con importadores, sin embargo, es ahora

presas cantidades más pequeñas, un palet o medio palet, porque estos formatos no pueden entregarse de forma directa desde Italia; en este caso es Blumed quien factura y quien ingresa.

(Pasa a la pág. 49)

El nuevo snack para el vending



Caratteristiche

- ✓ 100% natural
- ✓ Sólo 1,6% de grasas
- ✓ Rico en fibras
- ✓ Secado al aire
- ✓ Sin colesterol
- ✓ Sin colorantes
- ✓ Sin gluten

Unas deliciosas hojas de manzana, ligeras, crujientes y llenas de energía. Se trata de un snack distinto, ideal para cada momento del día. Dirigido tanto a niños como a jóvenes, quienes se quedan con la sensación de la patata frita, pero comen un alimento sano.

–En relación al tema de la sustitución (Proyecto NAOS) en el entorno de los centros educativos, de algunos productos que expenden las máquinas automáticas, considerados no saludables, por otros más sanos, ¿cuál es su opinión? ¿Piensa que es una cuestión de prohibición o de enseñanza de unos hábitos alimentarios?

–Creo que no va a ser fácil llegar a una solución con respecto a este tema. En nuestro caso, hace meses que empezamos a comercializar un nuevo snack para el vending, hojas de manzana disecadas y presentadas al modo de una bolsa de patatas. Es un producto más saludable, sobre todo, para niños. Pero esto es una utopía; el interés de las grandes multinacionales que mandan en este mercado es totalmente opuesto y competir con ellas es muy duro.

Sustituir la patata frita por productos más sanos va a ser bastante difícil. A pesar de todo, tenemos a nuestro favor el hecho de que, en la actualidad, se hable tanto de la obesidad infantil; esto es importante para que los hábitos cambien.

(Viene de la pág. 47)

–¿Qué tipo de productos comercializa la empresa?

–En el vending, vasos, paletinas y snacks; en la gran distribución, platos, vasos de diferentes medidas y cubiertos; en el sector de las fiestas, tenemos una gama bastante amplia de colores con tres medidas de paltos, una de vasos, todo coordinado en el mismo color, y para la hostelería, comercializamos vasos, platos y cubiertos. Ahora nos estamos introduciendo en el sector de la industria alimentaria que demanda un tipo específico de envases para la presentación de los productos (platos cocinados, productos frescos, etc.).



Vista panorámica de la planta productiva de Aristeia, situada en Battipaglia (Provincia de Salerno)

–¿Cuáles son los que tienen una mayor demanda en el mercado del vending?

–En el vending, es el vaso de café de 170 cc. en color crema por fuera y blanco por dentro. Pero el producto líder de Aristeia es el vaso de bebida manual de 200 ml, el más clásico, el que

más se vende y el que más se fabrica en Aristeia. Sólo de este vaso, la firma italiana produce 8 millones de vasos al día. Hay una serie de máquinas que únicamente se ocupan de fabricar este vaso.

(Pasa a la pág. 51)




LA APUESTA SEGURA

¿Por qué Zumex Vending?

- Porque tus clientes quieren productos **100% naturales y saludables.**
- Porque es un **negocio rentable, que funciona** (y te lo mostramos).
- Porque es un **negocio novedoso** y con **gran futuro.**
- Porque sea cual sea tu situación, en **Zumex** tenemos la fórmula que **garantiza tu beneficio.**

Visítenos en:
EUROVENDING 2005, stand N° 17
Madrid, del 19 al 21 de mayo



Zumex tiene la máquina que el sector del vending esperaba.



ZUMEX MÁQUINAS Y ELEMENTOS, S.A.
Polig. Ind. Moncada II · C/ La Closa 16
46113 · Moncada · Valencia · España
Tel.: +34 961301251 · Fax: +34 961301255
www.zumex.com · zumex@zumex.com



–¿Tiene pensado asistir a Eurovending? ¿Presentarán alguna novedad? ¿En qué otras ferias participará A&A Blumed este año?

–Sí tenemos pensado exponer en Eurovending. Presentaremos tres novedades destacadas: el vaso de Vending Termo, el vaso de fuente de agua PS Transparente azulado y el vaso de vending extra-ligero. Asimismo, también expondremos como novedad una paletina de 105, un poco más larga, que evita poder mojarse los dedos al remover el producto. En otros países ya se empleaba.

Estaremos presentes también en Avex, que se celebra en mayo, a través del representante-importador de Aristeia en Londres, y en Eu’Vend, la feria alemana del vending, que tiene lugar en septiembre.

Novedades Aristeia en Eurovending



El **VASO DE VENDING THERMO** de 160 cc y de 180 cc, en varios colores –azul marino, marrón y blanco–. Las rayas verticales y su pronunciado relieve permiten marcar la distancia entre el café caliente y los dedos, con el fin de no quemarse. Hace dos años que Aristeia vende este vaso, aunque en 200 cc, en Alemania y en los Países del Este. Ahora, presenta el mismo vaso en 160 cc para el mercado del Sur de Europa.



El **VASO DE VENDING EXTRA-LIGERO**. Tras dos años de pruebas en cada modelo de máquina existente en Europa, Aristeia presenta un vaso de vending más ligero de lo habitual pero con nueva tecnología. La novedad está en la realización de un producto fiable y seguro, de 3’4 gramos pero con una tecnología que presenta las ventajas del vaso normal de 4 gramos.

El **VASO DE FUENTE DE AGUA PS TRANSPARENTE AZULADO**.

En Hostelco 2004 Aristeia dio a conocer dos nuevos vasos destinados a las fuentes de agua –uno de 240 cc y otro de 170 cc–. Se disfruta mucho más bebiendo agua en un vaso transparente azulado porque puede verse el agua en su color natural.



(Viene de la pág. 49)

–¿Qué rasgos distintivos aportan sus productos frente a los de la competencia?

–Probablemente, el vaso de Aristeia tiene un reporte calidad-precio muy interesante, en el sentido de que estos vasos manuales suelen ser de 2'4, 2'5 o 2'6 gramos, y el nuestro es de 3 gramos.

Por lo que respecta a los platos, el más clásico es el de 20 cm. de diámetro, el cual posee un reporte precio-calidad muy significativo.

En el ámbito del vending, contamos con un exclusivo vaso térmico que, en lugar de tener las rayas en horizontal, las tiene en ver-



tical y bastante pronunciadas, con lo que la mano no está directamente en contacto con la bebida caliente.

–¿Cuántos trabajadores tiene A&A Blumed?

–Tenemos esta oficina de la calle Sicilia y otra en Sitges, donde trabajamos cuatro personas.

Disponemos de un almacén en Vilafranca del Penedés que no es de la compañía, donde tenemos estocados una media de 6-7 tráileres. Son tres naves y A&A Blumed ocupa casi la totalidad de una, aproximadamente 1.000 m².

Otra compañía se ocupa de la Administración de A&A Blumed desde hace 10 años. Además, cuento con cuatro comerciales

(Pasa a la pág. 52)

...disfruta del agua.

CANALETAS, S.A.
Ronda de Llevant, 10 - 08820 El Prat de Llobregat
BARCELONA - SPAIN Tel.:902 117 096
DELEGACION MADRID Tel.:91 798 66 61
www.canaletas.com infon@canaletas.es

(Viene de la pág. 51)

que, entre otras empresas, trabajan para ésta.

–¿Cómo definiría la filosofía de la empresa? ¿Qué característica destacaría?

–El servicio. Si A&A Blumed tiene un hueco en el mercado español es porque ha brindado siempre un buen servicio. Si el cliente

porque hay una seriedad en el servicio y en el producto.

–¿Cómo explicaría la situación actual del vending? ¿Qué futuro prevé para esta industria?

–Tengo muchas dudas acerca del vending en España por lo que concierne a nosotros que ofrecemos como producto, sobre todo, los vasos. He intentado combatir,

se sirve. Por consiguiente, si el vaso tiene menos peso o menos calidad de la que debería, una de cada 15 veces no cae, lo que conlleva el bloqueo del equipo, por tanto, la pérdida de ventas durante unas horas hasta que el técnico viene a repararlo y los típicos actos vandálicos que sufren algunas máquinas.

Durante años, se ha empleado el vaso de 4 gramos y ahora se ha puesto de moda uno demasiado ligero, el de 3'4 gramos. A&A Blumed ha tenido que sumar a su lista de productos este último porque sino se quedaba fuera del mercado, aunque la calidad del vaso que ofrecemos es muy distinta a la que poseen actualmente otros vasos del mercado. Aristeo ya fabricaba un vaso ligero pero yo no lo vendo porque prefiero no entrar en ese mercado.

Nuestra empresa tiene la desventaja del transporte. El mismo vaso se fabrica en España, por lo que nuestra compañía cuenta con un 12% de gastos de transporte que los fabricantes españoles no tienen. Esto supone que no puedo llegar a ocupar una parte muy destacada dentro del mercado español, sin embargo, la calidad y el servicio que proporciona A&A Blumed permite que una porción de ese mercado sea suya. Nuestro objetivo es alcanzar entre un 15-16% del mercado español ●



Stand de A&A Blumed/Aristea en la pasada edición de Hostelco, que tuvo lugar en Barcelona en octubre de 2004

llama para cualquier asunto, estamos disponibles las 24 horas del día y si solicita información, se le contesta en el plazo de una hora. Cuando algún cliente nos pide muestras de un producto determinado, se le envían. Cuando el cliente tiene un problema de precio o de mercado también se intenta solucionar...

Desde siempre ésta ha sido nuestra manera de actuar, lo que ha permitido la conquista de un espacio. Los clientes que nos conocen saben que A&A Blumed es una empresa seria y que pueden fiarse de nosotros. A todo esto, se suma el hecho de que siempre he trabajado con empresas importantes, como es el caso de Aristeo; es el número uno en ventas de vasos de vending en Italia, y seguramente es el líder en calidad. Esto es vital

a través de notas de prensa que se han publicado en diferentes revistas del sector, el empeño de una gran mayoría de profesionales de economizar sobre el vaso de vending. En un servicio de café es posible economizar en otros aspectos que tienen un coste más elevado, lo último es el vaso. Además, es absurdo porque si el vaso no cae de la máquina el café no



Aristea en Europa y en el Mediterráneo

VENDING



VASO DE VENDING DE 80-100-170-180 ML.



IMPRESIÓN (MINIMO 250.000 VASOS)



PALETINAS 90 Y 105 , TAPAS, AGITADORES



TERMICO DE 160-180 ML. AUTO.Y MAN



CHUPITOS/SIDRA EN PS - TUBO EN PS Y EN PP

FUENTES



VASO FUENTE 170



VASO FUENTE 240



VASOS FUENTE 170-200-240

HOSTELERIA



VASOS DE 80-100-170-200-240-330-



VASOS DE 170-200-350-400-500-630



PLATOS DE 170-203-220-20X20-18X21



BANDEJA CON 4 COMPARTIMENTOS



PLATOS/VASOS/SERVILL.DECORADOS



SET EN 6 COLORES PARA FIESTAS



SNACKS VENDING /DULCES Y SALADOS



A & A BLU MED, S.L.

www.blumed.org
aa@blumed.org

C/. Sicilia, 212-214 entlo. 6ª 08013
BARCELONA - ESPAÑA
TEL. (+34)932449740 - 936458148
FAX (+34) 936458152 - 932657808
Móvil 610522735
Zona Andalucía: 609332561 fax 952328383



El equipo de Rheavendors frente al stand de la firma durante la celebración de Expovending



Rhea participó en la feria portuguesa presentando, entre otros equipos, la nueva Barista

Rheavendors asiste a Expovending 2005

El nuevo modelo Barista, protagonista de la oferta expuesta por la compañía

Rheavendors España amplió, un año más, junto a su agencia oficial en Portugal, DIVA, a la feria Expovending, celebrada en el Centro de Exposiciones de Batalha el pasado mes de febrero. Un certamen donde Rheavendors ha mostrado su gama de expendedoras para cubrir cualquier tipo de demanda.

Además de poder disfrutar del diseño innovador y la nueva imagen de Rhea, la empresa ha dado la oportunidad a los visitantes de la feria de descubrir *in situ* las cualidades de la nueva Barista. Se trata de una máquina con diseño altamente atractivo, moderno,

destinado al pequeño vending y la hostelería, disponible en el mercado desde el mes de marzo en dos versiones: la de lujo y la económica. Una expendedora que por dimensiones (520x270x510), prestaciones y estética puede emplazarse tanto en pequeños bufets de modernos hoteles, alojamientos rurales, como en el *office* de cualquier empresa.

Otras novedades

Asimismo, Rheavendors ha presentado el nuevo módulo XTRA, con tecnología Flash y disponible en 2 versiones: la 5/21 con 5 bandejas y 21 selecciones, y la 6/26

con 6 bandejas y 26 selecciones.

Ambas versiones admiten botellas pet de ½ litro, latas de 25 y 33cc, y snacks. Una máquina disponible en los dos colores habituales de Rhea, el blanco y el negro, y un tercero —el Silver—, lanzado recientemente.

La participación de Rheavendors en la feria portuguesa de vending ha sido un claro ejemplo del camino emprendido por la empresa en la Península Ibérica, con un gran proyecto de futuro adaptado a las necesidades del mercado y sustentado por la profesionalidad y el esfuerzo del equipo humano que integra la firma •

NESCAFÉ®



Visite nuestro Stand en EUROVENDING 2005. Pabellón 3, Stands 15 y 22.

Lucha contra la obesidad y la "comida basura"



Sanidad presenta el Proyecto NAOS para prevenir los problemas de sobrepeso y mejorar los hábitos alimenticios

España es, actualmente, uno de los países que presenta un mayor índice de obesidad, especialmente entre la población infantil. De hecho, uno de cada dos adultos españoles tiene sobrepeso y un 14,5% padece obesidad, porcentaje superado en casi dos puntos en el caso de los niños de entre 6 y 12 años, lo que los convierte en los menores más obesos de Europa, sólo superados por los de Italia, Malta y Grecia.

En los últimos meses, esta situación ha despertado la alarma y el Ministerio de Sanidad, dirigido por Elena Salgado, ha elaborado un plan denominado Proyecto NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad). Se trata de un programa basado en un acuerdo con el sector de la alimentación, cuyo objetivo es mejorar los hábitos alimenticios e impulsar la práctica de actividad física desde la infancia.

Entre las diferentes acciones que llevará a cabo el plan en diferentes ámbitos destacan:

- En el ámbito de la educación, se implantará una nueva asignatura: "Educación para la Ciudadanía" que, además de fomentar la práctica de la actividad física en horario extraescolar, promoverá otras iniciativas como cursos de cocina, talleres sobre gastronomía, etc.

- Los ministerios de Sanidad y Educación preparan, asimismo, un proyecto de real decreto en el que se regulará, por un lado, las características de construcción, diseño y equipamiento de los comedores de los colegios y, por el otro, la conservación, almacenaje y exposición de los alimentos. Cabe destacar también que se revisará que todos los menús de los centros educativos cumplan los requisitos nutricionales. Para ello, serán supervisados por profesionales con formación acre-

ditada en nutrición y dietética.

- La Confederación Española de Organizaciones de Panadería (CEOPAN) se ha comprometido a reducir el porcentaje de sal utilizado en un plazo de cuatro años –del 2,2% al 1,8%–.

- Por su parte, la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) se compromete a incluir información nutricional completa en cada una de las etiquetas, y priorizar la comercialización de productos infantiles bajos en sal, grasas y azúcares.

- Se establece un Código de Autorregulación en Publicidad y Marketing para la publicidad de determinados alimentos y bebidas dirigidos a menores de 12 años.

- El sector de la hostelería y la restauración proporcionará a sus clientes la información nutricional de sus menús, y fomentará el consumo de alimentos "saludables" como ensaladas, frutas y verduras ●

El Proyecto NAOS también afecta a las máquinas expendedoras

El Ministerio de Sanidad ha anunciado que, entre otras medidas que se enmarcan en el nuevo plan, se encuentra la de prohibir la instalación de máquinas expendedoras de alimentos y bebidas con alto contenido de sales, azúcares o grasas en los colegios. Los snacks y las golosinas darán paso a productos sanos, que ayuden a combatir el problema de la obesidad infantil. Con esta iniciativa, el Gobierno quiere regular qué comen los niños en sus colegios y, además, concienciar a ellos y a sus padres, sobre cómo deben alimentarse, ya no sólo en la escuela sino en casa.



Las máquinas expendedoras en los colegios dispensarán alimentos más sanos como la fruta

el secreto del mejor ZUMMO ...



... está en el exprimido

Única máquina que exprime la naranja delante del consumidor



Sistema de Calidad certificado
Nº Reg. 117 100 10085 TUV



Nº de Registro del Certificado
12 104 10085 TUV

modelo
**ZUMMO
VENDING**

ZUMMO  www.zummo.es | zummo@zummo.es

FABRICACIÓN Y DESARROLLO
DE EXPRIMIDORES AUTOMÁTICOS DE CÍTRICOS

+34 96 130 12 46 c/ Cádiz, 4 46113 MONCADA (Valencia) Spain



La revolución del vending llega a Eurovending

Se trata de un sistema innovador presentado por Lavazza, que une máquina y cápsula para lograr un perfecto espresso también en el sector del vending

La prestigiosa marca italiana de café Lavazza presenta en Eurovending, conjuntamente con Elater, el Lavazza BLUE (siglas que corresponden a Best Lavazza Ultimate Espresso), su última innovación en el mundo del espresso, sobre la cual ya les informábamos en anteriores números.

El nuevo sistema, que los operadores de vending de nuestro país podrán conocer durante la feria, es el resultado de un proyecto internacional desarrollado por la dirección técnica de Lavazza. Les recordamos que su principal elemento innovador es que las máquinas expendedoras funcionan con una única cápsula monodosis autoprotégida. Gracias a un exclusivo sistema de erogación, el fondo de la cápsula es perforado por un filtro con puntas, lo que proporciona siempre un espresso de calidad, con una crema y un aroma perfectos.

Con el lanzamiento de la gama de equipos Lavazza BLUE, la compañía no sólo presenta un nuevo producto, sino que representa su entrada en el ámbito del vending, un sector en el que hasta ahora había estado sólo parcialmente presente.

Eurovending se convierte, pues, en el perfecto punto de encuentro elegido por Lavazza para mostrar a los profesionales del sector todos los equipos que conforman esta nueva línea: las máquinas ocs manuales para pequeñas empresas y, por supuesto, las máquinas automáticas, *table-top* y *free-standing*, para el vending.

Lavazza y Elater invitan a todos los profesionales al stand que ambos comparten en Eurovending – stand 31 – para descubrir el universo Lavazza BLUE ●



El nuevo sistema Lavazza BLUE se presenta en varios modelos destinados a diferentes mercados y usos: doméstico, oficina y vending



Artículo facilitado por Lavazza



Saeco Combi Snack

¡Por fin todos los servicios en un
único distribuidor automático!

Cafés y bebidas calientes • Bebidas frías (agua, refrescos, zumos, etc...)
Snacks y bollería (patatas, chocolatinas, etc...)

**La solución para sus emplazamientos
¡Todos los servicios en menos de 1m²!**

Ideas with Passion

 **Saeco**



Canaletas: Calidad y servicio, su máxima prioridad

La compañía, con una larga trayectoria como fabricante de fuentes de agua, afronta nuevos retos entre los que destaca aumentar el nivel de exportaciones

Le viene el nombre de la famosa fuente de Canaletas ubicada en la tan emblemática Rambla de Barcelona. De tradición familiar, esta empresa catalana es todo un referente en la fabricación de fuentes de agua por su profesionalidad, conocimiento del mercado y máxima calidad en todos sus productos. Mundo Vending ha querido conocer en profundidad cómo trabaja la compañía y cuáles son las bases que sustentan su filosofía y la línea de actuación de todo su equipo de profesionales. Para ello, nos hemos desplazado a la fábrica que la empresa tiene en El Prat (Barcelona), una nave de más de 3.000 m² donde nacen los "manantiales" de agua de Canaletas...

La mañana del día 29 de marzo, nos recibe en la fábrica de Canaletas, ubicada en la localidad de El Prat de Llobregat (Barcelona) –Ronda Llevant, nº 10– el gerente de la compañía e hijo de su fundador, Jordi Morera, junto al director comercial, José Antonio Moya, y la responsable de Marketing, Paz Ausin. Morera nos explica los orígenes de una pequeña empresa que, con gran esfuerzo y sobre todo con una gran capacidad de trabajo y constancia, se ha convertido en uno de los mayores fabricantes de fuentes de agua de nuestro país y con una notable presencia en mercados exteriores: **"Esta compañía la fundó José M^a Morera, mi padre, en el año 1965. Él se dedicaba, anteriormente, a instalaciones eléctricas para empresas hasta que un día vio fuentes de agua importadas de EE.UU. y decidió fabricar sus propios equipos de suministro de agua"**.

Desde aquellos inicios, han pasado 40 años y Canaletas mantiene ese espíritu familiar y su compromiso por ofrecer un producto de máxima calidad y un servicio permanente a sus clientes. A mediados de 2002, y con el fin de adecuarse a las nuevas necesidades y ritmos de producción, Canaletas se trasladó de la calle Sant Antoni M^a Claret, en Barcelona ciudad, a la fábrica de El Prat, que cuenta con 3.000 m² y un attillo de unos 300 m². Asimismo, la empresa tiene una delegación en Madrid con servicio comercial y servicio post-venta, y distribuidores repartidos por todo el territorio nacional.



Jordi Morera, director gerente de Canaletas (a la drcha. de la imagen), durante la entrevista concedida a Mundo Vending. Morera estuvo acompañado de José Antonio Moya, director de Ventas, y la responsable de Marketing, Paz Ausin (a la izqda.)

Calidad y servicio

"Calidad y servicio es, sin duda, nuestra máxima prioridad a la hora de trabajar". Con estas palabras nos define Jordi Morera la línea de actuación que sigue la empresa y sus principales fines. En cuanto a la calidad, José Antonio Moya, director comercial de Canaletas, afirma que es el rasgo distintivo de sus fuentes frente a sus posibles competidores: **"Todos nuestros equipos son de acero inoxidable y se distinguen por la gran capacidad de frío que proporcionan, por ello pueden instalarse en cualquier lugar del territorio español y en otros países más calurosos. Tienen una calidad contrastada"**.

Morera quiso hacer hincapié en esta idea: **"Lo que pretendemos es primar la calidad en cuanto al producto y a los materiales, y en relación al servicio, a través de una gran profesionalidad de todo el equipo de Canaletas"**.

Por su parte, José Antonio Moya señaló la importancia de saber adaptar el servicio a las necesidades de cada cliente. **"Nosotros pretendemos, siempre que el cliente nos lo permita, aconsejar qué tipo de fuente se adapta mejor a sus necesidades reales. Por ejemplo, para una empresa pequeña de unos cinco o seis trabajadores, no es necesario un modelo demasiado potente puesto que seguro que otra fuente más económica les hará el mismo servicio. No creemos en el vender por vender porque a la larga es perjudicial tanto para el cliente como para nosotros"**.

Variedad de fuentes

Actualmente, Canaletas fabrica tres tipos de fuente: fuentes con surtidor y toma de agua de la red; fuentes de agua con botellón

(Pasa a la pág. 62)



(Viene de la pág. 61)

—no requieren instalación a la red ni desagüe—, y un tercer tipo de fuentes, que actualmente está en auge —en inglés, se denominan *Point of use* y se conocen como fuentes de instalación directa—. Son aquellas fuentes que se instalan directamente a la red de suministro de agua pero que no necesitan desagüe y emplean vasos. Además, la firma comercializa diversos tipos de filtros.

Cada uno de los modelos de Canaletas tiene su propio mercado. **"Nuestra gran ventaja es que tenemos una gama de fuentes muy amplia que se adapta a las necesidades de cualquier cliente. En total son 42 modelos de fuentes. Esto nos permite una mayor flexibilidad a la hora de ofrecer nuestros productos a las empresas"**, explica Moya. También fabrican, en ocasiones, modelos "a la carta" para un manantial o un embotellador, siempre y cuando el cliente garantice unas cantidades mínimas, para rentabilizar la inversión requerida.

Como comentábamos en líneas anteriores, la calidad, en palabras de Jordi Morera, es la principal "arma" de Canaletas a la hora de diferenciarse de otros fabricantes de fuentes. **"La competencia, en nuestro caso, es relativa. Este mercado es como los dientes de sierra, sube y baja. En determinados momentos, pasamos por un proceso de crecimiento moderado que puede ser de unos dos años en los que, como ocurre ahora, llegan fuentes importadas de China. A veces, nos encontramos con importadores que**

(Pasa a la pág. 65)



El director gerente de Canaletas, Jordi Morera, posa junto a algunos de los modelos de fuentes de la firma



Paz Ausin, responsable de Marketing



José Antonio Moya, director comercial



Vista de las oficinas

Confía en ellos

RED DE AGENCIAS OFICIALES



A una Agencia Necta se le puede exigir mucho en términos de experiencia, preparación, conocimientos y competencia comercial. Poder contar con un interlocutor que conozca perfectamente el funcionamiento de Necta, el mercado del vending y sobre todo la problemática de su zona de influencia.

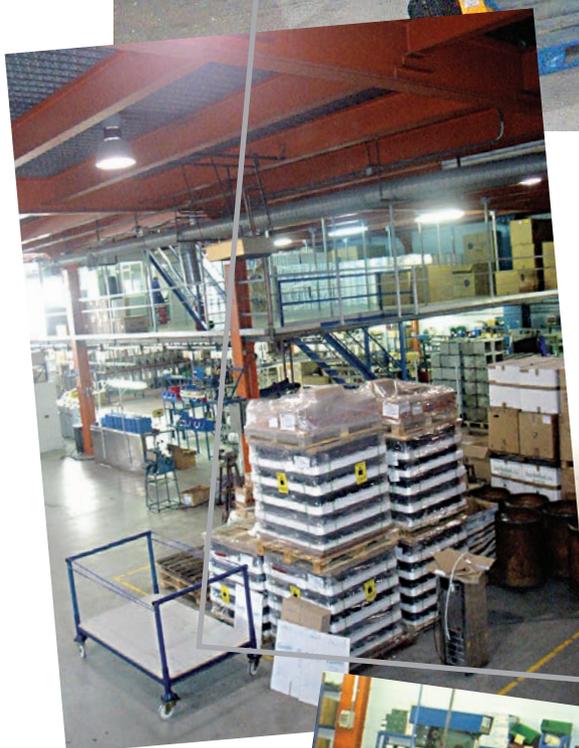
Con la total seguridad de recibir un soporte eficiente post-venta con la correcta asistencia, garantía y los recambios originales Necta. Además, con ofertas específicas de financiación a medida de cada operador, con paquetes personalizados en base a las exigencias específicas del mercado vending para cada área. Confiar en una red comercial altamente profesional, capaz de garantizar un servicio comercial y técnico con el soporte y la asistencia adecuados.

Confía en los especialistas Necta: elige la seguridad.

www.nwglobalvending.com



En 2002, Canaletas se traslada a la fábrica de la localidad barcelonesa de El Prat. Una nave industrial de 3.000 m² que consta de tres plantas, donde se realizan los procesos de fabricación y reparación de los diferentes equipos



La nave dispone de la maquinaria más avanzada para la fabricación de sus productos



Premio a la imagen y creatividad de Canaletas

Entre los premios Aqua 2004, organizados por la EBWA, Canaletas obtuvo el primer premio en la categoría al mejor anuncio de proveedor. En 2002, obtuvo el premio a la mejor imagen de vehículo de reparto.

(Viene de la pág. 62)

están por aquí durante un año pero después desaparecen. ¿Por qué? Porque no proporcionan un servicio de calidad como el nuestro, no realizan un seguimiento de sus fuentes, no facilitan las posteriores reparaciones o recambios cuando es necesario... y eso el cliente a la larga lo percibe y siempre vuelve a nosotros, lo cual nos llena de orgullo".

Departamento I+D

Canaletas cuenta con un de-

partamento propio de I+D, desde el que trabaja día a día para sacar nuevos modelos que sean pioneros en el mercado, además de mejorar los equipos ya existentes. **"Intentamos comercializar entre uno o dos modelos nuevos al año y, hasta el momento, así ha sido excepto en el período 2002-2003 durante el cual se llevó a cabo el traslado a la nueva fábrica"**, señala Morera. Entre los últimos modelos de Canaletas, nos destacan la nueva fuente con osmosis inversa, especialmente indicada para zonas donde el agua es de inferior calidad como la costa y las islas.

Comercio exterior

La compañía catalana cuenta con distribuidores en toda España y en el extranjero. **"Exportamos aproximadamente entre un 10-15% de la producción, especialmente a Europa aunque también a otras zonas. De todos modos, nuestra asignatura pendiente precisamente es la de aumentar las exportaciones de nuestros productos"**, afirma Morera.

A nivel estatal, las zonas con mayor demanda de fuentes de

(Pasa a la pág. 66)



Todas las fuentes son evaluadas, pieza a pieza, para garantizar su correcto funcionamiento



Fuentes embaladas para su almacenaje y posterior distribución

(Viene de la pág. 65)

Canaletas son Catalunya, Madrid, Valencia, Andalucía y Galicia.

Representatividad dentro del sector

Miembro de la Asociación de Distribuidores y Envasadores de Agua en Cooler (ADEAC) y de la *European Bottled Watercooler Association* (EBWA), Canaletas tiene un papel destacado dentro del mercado europeo de fabricantes de fuentes de agua, aunque como nos apuntaba Morera el objetivo prioritario a corto plazo es el aumento de las exportaciones de la empresa. De cara a potenciar el comercio exterior, Canaletas participa en las ferias más importantes del sector, tanto nacionales como internacionales.

"Asistimos a *The Bottled Water Cooler Trade Show* (Telford-UK), feria organizada por la asociación de distribuidores ingleses de agua embotellada para enfriadores, también a la 5ª edición de la *European Point of Use Drinking Water Trade Fair*, celebrada recientemente en Amsterdam. En noviembre, estaremos en otro certamen organizado por la EWBA en Berlín. Normalmente, solemos asistir a las grandes ferias españolas y a dos o tres internacionales", explica Paz Ausin, responsable de Marketing quien, además, señala que la gran cita ferial que tiene lugar

este año en nuestro país es Eurovending. **"Estaremos en Madrid en mayo y presentaremos alguna novedad que estamos seguros tendrá un gran éxito comercial".**

Perspectivas de crecimiento

En relación al nivel de ventas en 2005, Moya afirma: **"En principio, y viendo los resultados de este primer trimestre del año, soy optimista. Nuestro objetivo marcado a priori era aumentar un 10% de las ventas y, aunque no nos podemos aventurar, creo que superaremos holgadamente esta cifra. Nuestro producto es bastante esta-**



Un grupo de empleados en el comedor

cional, más de lo que parece y la climatología influye mucho en nuestras ventas, pero las previsiones son buenas". Jordi Morera analiza las peculiaridades de su servicio: **"El nuestro es un producto muy indicativo del mercado. Por decirlo de alguna manera, el mes que suben las ventas de coches aumentan las nuestras. Es un bien de equipo que no es lujo pero tampoco es imprescindible, depende del**

rendimiento y los beneficios de la propia empresa tendrá o no fuentes de agua para los empleados, y en mayor o menor número".

Canaletas, eso sí, tiene una cartera de clientes notables, entre los cuales están las fábricas más importantes de coches, y compañías de gran potencial. **"Una de ellas, por ejemplo, tiene 2.700 fuentes de Canaletas",** señala el director de la compañía quien también nos relata cómo algunos de sus clientes tienen sus fuentes de hace 15 o 20 años sin haber presentado ningún tipo de problema. **"Esto nos da la confianza necesaria para seguir trabajando en una misma línea, que es la de ofrecer un producto y un servicio de calidad",** nos decía Morera al finalizar la entrevista.

Acto seguido, nos mostró los interiores de la fábrica, que tiene tres plantas: la primera, dedicada a la manipulación de las materias primas y almacén final; la segunda, a las líneas de fabricación, y la tercera a las oficinas comerciales, administración y departamento de Investigación y Desarrollo (I+D). En las instalaciones, encontramos maquinaria con la tecnología más avanzada que permite atender con una mayor rapidez y eficacia las demandas de los clientes. El traslado a la fábrica de El Prat ha posibilitado, además, el poder contar con un mayor espacio para la carga, descarga y almacenamiento de las fuentes de Canaletas ●

Lácteos

Café

Aromáticos

VENDIN



Cafés Solubles

Caca

ESPAÑA

Vendin SL

C/ Coto de Doñana, 15
Área Empresarial Andalucía
28320 Pinto-Madrid
0034 91 691 91 04
0034 91 691 91 45

Delegación Barcelona
Vendin, S.L.
Antigua Ctra. Nacional II
POL. IND. Can Fuster-Nave 12
08740 Sant Andreu de la Barca (Barcelona)
Tfno./ Fax 93 682 43 66 / móvil 609 67 77 18
E-mail: vendinbarcelona@vendin.com

Delegación Sevilla

954 776 613
móvil 639 329 317

BRASIL

Vendin de Brasil Ltda.

Rodovia Anhanguera, km. 51,5
Terra Nova - CEP 13200-970
Jundiaí-Sao Paulo (Brasil)
Tfno. 00551145361000



Siempre a su servicio

www.vendin.es
cafevendin@vendin.es



Vistas a la entrada de la fábrica de SVG Ibérica, ubicada en la localidad barcelonesa de L'Hospitalet de Llobregat

SVG Ibérica descubre las claves de su éxito

La empresa catalana, pese a su juventud, ya ha logrado consolidarse en el mercado de las máquinas automáticas

En el año 1997, SVG Ibérica inicia su andadura en el sector con el objetivo de ofrecer a sus clientes un valor añadido a sus infraestructuras y necesidades de mercado, creando, de este modo, un servicio técnico especializado en la reparación y restauración de máquinas de vending y de hostelería.

A mediados de 1999, la firma inserta en su oferta un nuevo departamento: Transporte de Maquinarias, con cobertura a todo el territorio catalán. Un año después, y fruto de

su cada vez mayor presencia en el mercado, SVG adquiere una nueva sede en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona), con dimensiones que superan los 1.000 m², lo que aumenta notablemente el espacio destinado al depósito de maquinaria, además de un amplio taller para la restauración de los equipos.

En la actualidad, la empresa dispone de un servicio técnico que tiene capacidad para más de 2.000 máquinas "in situ", y un servicio de restauración en taller superior a las 500 unidades al año.

Desde estas líneas, SVG Ibérica quiere agradecer a sus clientes la confianza prestada a lo largo de estos años.

Un servicio con garantía

La empresa cuenta con un equipo humano con una gran formación, que trabaja en la reparación de las máquinas y que garantiza que la entrega al cliente no supere las 48 horas. Las reparaciones se

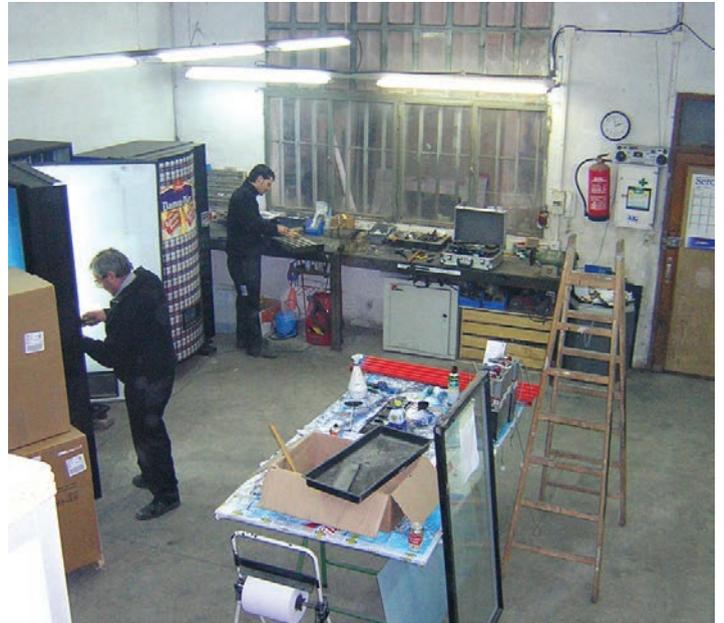
(Pasa a la pág. 70)



Oficinas



Despacho



Taller de reparación

Apunte

En referencia a las máquinas de café, SVG Ibérica restaura por completo los equipos cumpliendo el siguiente procedimiento:
desmontaje,
descalcificación,
limpieza, montaje y
verificación de
funcionamiento.



(Viene de la pág. 68)

realizan "in situ", si bien las tareas de remodelación de la máquina, se llevan a cabo en el taller: cambio de imágenes, restauraciones de la chapa o pintura, reparación de moneaderos, de placas electrónicas, etc.

Como comentábamos en líneas anteriores, SVG dispone de más espacio para la ubicación de máquinas, ya sean nuevas o bien retiradas de posiciones, de las cuales el cliente puede hacer uso en cualquier momento con un control de stock a final de mes. La compañía también se encarga del transporte de los equipos, cubriendo todo el territorio catalán y garantizando que se lleve a cabo en el tiempo previsto y requerido por el cliente ●



Almacenaje de maquinaria



La empresa dispone de camiones y personal cualificado para el transporte de máquinas en todo el territorio catalán





● Transporte de máquinas



● Restauración de máquinas



● Reparación de grupos de frío



● Asistencia remota



● Compra-venta de máquinas

¿necesita algo más?



AVERIAS 93.335.02.02

S
V
G

I
B
E
R
I
C
A



Precio Calidad Producto Servicio Precio Calidad

Sólo existe un VENDISER

Sólo existe una compra



CoffeePot

Servicio

Producto

Calidad

Precio



Ristora



ATP

Precio Calidad Producto Servicio Precio Calidad

minivending minivending minivending minivending

Elige **VENDISER**

café   **al minuto**

minivending

minivending



Especialistas en
MINIVENDING

Café express - Capuchino - Chocolate
The - Manzanilla - Menta Poleo - Caldo

minivending

minive

minivend

Porque...

**con un solo proveedor
tienes todo lo necesario**



minivending

minivending



VENDISER, S.L.

Avda. Can Salvatella, 22-42, nave 3

Pol. Ind. Can Salvatella • 08210 Barberà del Vallès

Tel.: 93 729 64 20 - Fax: 93 747 90 39

e-mail: vendiser@vendiser.com • www.vendiser.com

minivending minivending minivending minivending



Vista aérea de la fábrica que Nestlé España tiene en la localidad de La Penilla (Cantabria)

Nestlé, cien años de innovación



La empresa líder del sector alimentario celebra su centenario en España

Una harina lacteada para combatir la mortalidad infantil es el punto de partida de la historia de Nestlé en España. Corría el año 1905 cuando la multinacional suiza abre su primera factoría en nuestro país, en La Penilla de Cayón (Cantabria). Tras la exitosa comercialización de la

harina lacteada, le siguieron otros productos por todos conocidos como la leche condensada La Lechera (1910), los chocolates Nestlé (1929), la famosa leche en polvo Pelargón (1944), que marcó a toda una generación, o Nescafé, un revolucionario "invento" de café soluble gestado en el centro de in-

vestigación de Nestlé en Suiza y que llegó al mercado español en 1954.

En este 2005 se conmemora, pues, el centenario de Nestlé España, una empresa fuertemente arraigada en nuestro país desde sus inicios, y que

(Pasa a la pág. 76)



La filial española de Nestlé se inicia en nuestro país con la comercialización de una harina lacteada que, en el año 1905, sirvió para combatir la mortalidad infantil

Cómo puede afectar el agua a su reputación?

El agua puede representar hasta el 98% de su bebida. Los contaminantes tales como las partículas en suspensión, cloro y quistes afectan al correcto funcionamiento de su equipo, así como al sabor, aspecto y seguridad de sus bebidas.

CUNO, líder mundial en filtración, dispone del mejor equipo para tratar cualquier problema específico del agua.

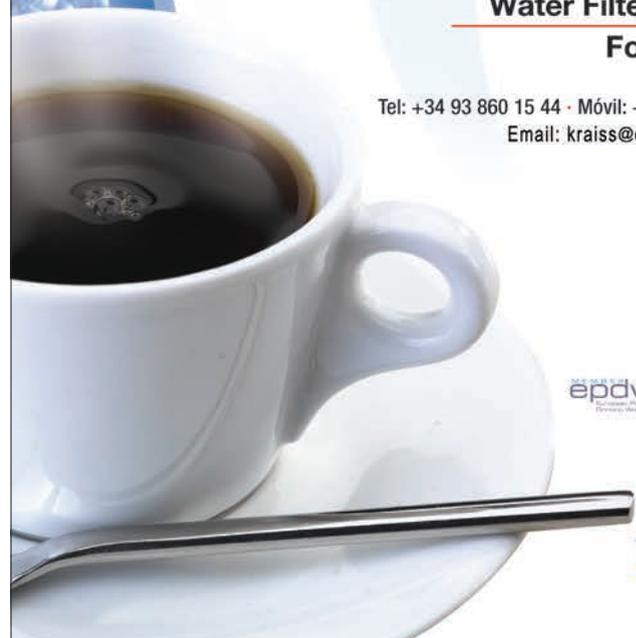
¡Confíe en CUNO para aumentar su reputación y mejorar su rentabilidad!

www.cuno.com



**Water Filter Systems
Foodservice**

Tel: +34 93 860 15 44 · Móvil: +34 609 98 49 20
Email: kraiss@cuno-europe.com



(Viene de la pág. 74)

actualmente cuenta con doce centros de producción y un equipo humano próximo a las 6.300 personas.

Filosofía de Nestlé España

Durante estos 100 años de historia, dos factores determinantes han marcado la historia y la filosofía de la filial española de Nestlé: el consumidor y la constante vocación innovadora. Gracias al esfuerzo realizado de forma continua en sus centros de investigación, los

ductos globales de Nestlé al gusto de sus consumidores españoles y la incorporación de marcas locales, con especialidades tan presentes en la tradición gastronómica de nuestro país como Litoral, Solís o Flor de Esgueva, constituyen otro elemento diferenciador de la actividad de Nestlé.

"Nestlé Innova"

En España, la apuesta por la innovación de la compañía se ha materializado en los últimos años en el programa "Nestlé Innova", una iniciativa que se nu-

tigadora del Grupo, que destina un 1,5% de su cifra de negocio a I+D y cuenta con 17 centros de investigación repartidos por todo el mundo, en los que trabajan 3.500 especialistas. Los resultados de esta política se han materializado en el desarrollo de nuevos procesos de fabricación –como la descafeinación, la liofilización del café o la hidrolización enzimática de papillas–, además de nuevos productos.

Cabe destacar que en 2004 la compañía destinó un total de 762 millones de euros a activi-



A la izquierda, una de las primeras imágenes publicitarias que realizó Nestlé España para anunciar su harina lacteada, el primer producto comercializado en nuestro país. A su lado, fotografía de la fábrica de La Penilla, en sus orígenes

productos de la compañía han logrado un alto nivel de aceptación por parte del consumidor español, que los ha percibido como garantía inequívoca de calidad, llegando incluso a convertirlos en genéricos, como es el caso de Nescafé o el "cubito" Maggi.

La adecuación de los pro-

ductos de las aportaciones de las personas que trabajan en la empresa, gracias a la cual se ha doblado la aportación de los nuevos productos a la cifra de negocios, que ha pasado de un 5% a más de un 10%.

La política de innovación de Nestlé en España es posible gracias a la capacidad inves-

tigadora del Grupo, que destina un 1,5% de su cifra de negocio a I+D y cuenta con 17 centros de investigación repartidos por todo el mundo, en los que trabajan 3.500 especialistas.

Cien años después, Nestlé sigue fiel a los principios que inspiraron su nacimiento: ofrecer productos de calidad que cubran las necesidades nutricionales en todas las etapas de la vida ●

Novedad

AN PRECISION



- Ejecutivo o MDB
- Modular
- Fiable
- Flexible
- Transportable
- Facilidad de mantenimiento
- A prueba de fraudes
- A prueba de líquidos



AZKOYEN Industrial, S.A.

Avda. San Silvestre, s/n
31350 PERALTA (Navarra)
Tel.: 948 709 709*
Fax: 948 709 708

www.azkoyen.com

AZKOYEN

Vending for life



Grupo Azkoyen: 60 años ofreciendo calidad y servicio

La historia de Azkoyen comienza con la fundación de Talleres Azkoyen en 1945 por Luis Troyas, cuyo objetivo inicial fue ayudar, mediante sus inventos, a la realización de las labores agrícolas. Este emprendedor de la época tenía un gran sentimiento de comunidad y su capacidad de innovación quedó demostrada con sus primeros desarrollos, revolucionarios en su tiempo.

La primera máquina de venta automática, expendedora de gasolina, se creó en 1956. En el transcurso de los años, una región puramente agrícola se ha convertido en una floreciente región industrial.

Talleres Azkoyen ha conseguido convertirse en un grupo empresarial de reconocido prestigio internacional, el Grupo Azkoyen.



Sectores de negocio

En la actualidad, nuestra compañía desarrolla tres grandes líneas de negocio: la hostelería, el vending y los medios de pago.

En hostelería fabricamos y comercializamos productos y equi-

pos profesionales para que el hostelero pueda, de la manera más eficaz posible, ofertar al consumidor un café de máxima calidad.

Asimismo, Azkoyen pone al servicio del profesional de hostelería un equipo humano experto en el diseño y puesta en marcha de instalaciones completas. Miles de restaurantes, bares y cafeterías han depositado su confianza en nosotros a lo largo de estos años.

En medios de pago, hemos estado siempre a la vanguardia en la tecnología de aceptación y devolución de moneda en la industria del recreativo, la telefonía pública y el vending. Cuando usted introduce una moneda en un teléfono público, en una máquina de juego, en una máquina de vending, o en un parking, es muy probable

que incorpore un mecanismo Azkoyen.

El Grupo pone al servicio del profesional del sector una amplia gama de máquinas expendedoras de bebidas frías, calientes, snacks y tabaco.

Perseguimos el doble objetivo de incrementar la productividad del operador con máquinas de última generación y satisfacer al usuario final con un producto de máxima calidad de la manera más sencilla posible.

Así, miles de máquinas de Azkoyen están presentes tanto en lugares públicos (estaciones de transporte, aeropuertos, salas de vending 24 horas, parques temáticos, hoteles, estaciones de esquí, paseos marítimos, etc.), como en centros de trabajo de todo el mundo.

Investigación e innovación

Todo esto ha sido posible gracias a un constante esfuerzo en investigación, desarrollo e innovación que ha supuesto una inversión media superior al 5% de las ventas, y al establecimiento de acuerdos con universidades y centros de investigación de gran reputación.

Nuestro objetivo es ofrecer más servicios y productos cada vez más atractivos, rentables y robustos, en definitiva, conseguir más satisfacción para el consumidor.



En la actualidad, la firma tiene una plantilla superior a los 800 empleados y está presente en más de 50 países

A la vez, queremos cuidar y mejorar nuestro entorno. Por eso investigamos el uso de nuevos materiales más respetuosos con la naturaleza, gestionamos los residuos que se generan para que no dañen al Medio Ambiente y aplicamos una política de implantación de procesos que reduzcan el consumo innecesario de energía, controlando a la vez las emisiones atmosféricas y los niveles de ruido que se emiten al exterior.

Equipo humano

Pero este éxito no se habría conseguido sin un gran equipo profesional enfocado al cliente.

Azkoyen tiene una de las redes de distribución más extensas del

país, cuenta con un departamento de Atención al Cliente multilingüe centralizado en Peralta (Navarra) y más de 80 centros de servicio repartidos por todo el mundo.

Además, adaptándonos a las nuevas tecnologías, la web corporativa cuenta con una zona privada donde los clientes pueden comprar repuestos, consultar manuales técnicos, despieces, descargarse programaciones, etc. 24 horas al día 365 días al año. Mostramos nuestros productos en las principales ferias del mundo y revistas sectoriales. Siempre con una finalidad, estar más cerca del profesional.

En este momento, estamos trabajando en nuevos proyectos en todas las líneas de negocio que esperamos sean bien recibidos por el mercado.

Queremos agradecer a todos nuestros clientes y accionistas el haber confiado en Azkoyen durante los últimos 60 años. Gracias a vosotros hemos conseguido ser lo que hoy somos y lo que seremos en el futuro.

¡¡Felicidades Azkoyen!! ●

Artículo facilitado por Azkoyen



Exposición permanente perteneciente al museo que Azkoyen tiene en sus instalaciones de Peralta. Las máquinas que aparecen en la imagen, de izqda. a drcha.: Canjematic 1968; Novamatic 1965; Polimatic 1961; Baby B 1966; Ventamatic 1959, y Surme 1956



Máquina de tabaco Novamatic, 1965



Máquina de chicles de bola Baby B, 1966



Dispensador de gasolina Surme, 1956

Seis décadas de historia

1945 Fundación de Talleres Azkoyen.

1950 Fruto de una visión, nacen las primeras máquinas de venta automática: gasolina para encendedores. Nace el vending en España.

1960 Se amplía la oferta de máquinas para la venta automática: cerillas, cigarrillos, chocolatinas, caramelos, etc.

1970 Azkoyen se convierte en sociedad anónima.

1984 Se presenta la 1ª máquina electrónica gama "T" de máquinas expendedoras de cigarrillos. La gama "T" supone la implantación masiva de las máquinas de tabaco en el mercado.

1985 Se patenta el selector electrónico capaz de leer y chequear una moneda en milésimas de segundo. Este nuevo producto supone un importante avance tecnológico y ofrece al mercado un nuevo concepto en fiabilidad, rapidez y eficacia.

1988 El grupo empieza a cotizar en la Bolsa de Madrid.

1990 Incorporación del vending frío, caliente y snacks como unidad de negocio estratégica de la compañía. Desarrollo de gamas completas de productos.

1997 Se inicia la producción industrial de café para el sector de la hostelería.

Ese mismo año se venden más de un millón de kilos de café.

1998 La revista *Forbes* destaca al Grupo Azkoyen como una de las 300 mejores pymes del mundo.

2000 Intervención decisiva de Azkoyen para la adaptación al euro de miles de máquinas del mercado.

2003 Inicio de la comercialización de la gama de vending caliente profesional de última generación *Tempo* y *City*.

2004 Inicio de la comercialización de la nueva máquina de café superautomática *Xpression*. Tecnología de vanguardia al servicio de la hostelería perfeccionando la elaboración de café espresso. Conceptos revolucionarios en lectura de monedas, gama de selectores Serie Modular.

LA VERDADERA PAUSA

Al servicio del número uno.



● Luce snack / Luce piccola.

LUCE SNACK, un distribuidor sin límite de selecciones, listo para servirte en cada momento. Amplia capacidad, dimensiones reducidas y flexibilidad en adaptarse a cualquier tipo de producto.

SNACK PICCOLA, como módulo "esclavo" con XM o XL es la solución ideal para empresas de medianas o pequeñas dimensiones. Un bar automático para responder mejor a la creciente demanda de un servicio cada vez más completo.

Productos alimenticios próximos al consumidor. Un sensor electrónico de regulación de la temperatura, garantiza la frescura de los alimentos.

Material informativo bajo demanda.

rheavendors ●

Rheavendors España, S.L.
Madrid: C/Nóbel, 3 P.I. San Marcos, 28906 Getafe.
Tlf. 91 6011960 - Fax. 91 6829401
Email: rheavendors@rheavendors.es

Barcelona: Avda. La Marina, 78/82, local 3
P.I. Can Calderón, 08830 S. Boi.
Tlf. 93 6407276 - Fax. 93 6524465
web: www.rheavendors.es



La EVA combate la obesidad

La industria europea del vending se compromete en la lucha contra esta enfermedad

El pasado 15 de marzo, la Asociación Europea de Vending (EVA) se convirtió en uno de los miembros fundadores de la Plataforma de acción de la UE sobre Nutrición y Salud, una singular iniciativa para abordar el problema de la obesidad. La EVA desea comprometerse en nombre de sus miembros con la promoción de una actitud responsable en lo que concierne al sector de la venta automática.

Durante el último año y medio, la entidad ha incrementado sus iniciativas, las cuales sostienen los esfuerzos de los gobiernos de toda Europa por promocionar estilos de vida más saludables:

- Participando en el borrador europeo de la "Estrategia Global sobre Dieta, Actividad Física y Salud (*Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health*)".

- Con la creación de una unidad de trabajo especializada, junto con fabricantes del sector de la industria alimentaria y distribuidores de máquinas automáticas, a fin de investigar acciones sobre Dieta y Nutrición en relación a esta industria.

- Creando y promocionando la Guía de mejores prácticas para las asociaciones naciona-

La EVA ha editado una Guía de mejores prácticas titulada "La distribución automática en las escuelas - una cuestión de surtido", que ofrece la posibilidad de incorporar al mercado del vending productos más saludables como la fruta



les, cuyo propósito es el de alentar el diálogo a escala nacional entre los distribuidores de máquinas automáticas, las escuelas, los entes públicos correspondientes y los padres. El objetivo final es demostrar que la distribución automática forma parte de la solución, ya que el surtido de productos, y su accesibilidad pueden ser controlados. "La dis-

tribución automática en las escuelas –una cuestión de surtido (*Vending in Schools: a Matter of Choice*)" está disponible en www.eva.be.

- Con la formación y el aumento de información dirigidas a sus miembros, poniéndoles al corriente de forma regular acerca de las visiones y actividades que lleva a cabo la asociación,

enviándoles recortes de prensa y presentaciones del organismo, etc. Una tabla con los desafíos que representan para la industria del vending los crecientes niveles de obesidad ha sido el tema destacado de la conferencia bienal que organiza la EVA para la industria del vending, EurOps 2005, celebrada en Praga los días 17 y 18 de marzo. Para ayudar a la promoción de la Plataforma Europea, se realizó una entrevista exclusiva a Robert Madelin, director general de la DG Sanco (Dirección General de Sanidad y Protección a los Consumidores).

– Con la participación en la Plataforma de acción de la UE sobre Nutrición y Salud. La presencia de asociaciones mercan-

tiles en este grupo es totalmente voluntaria y demuestra el compromiso de la EVA en el soporte de estos esfuerzos.

Objetivos 2005

El compromiso de la EVA persigue dos finalidades:

– Continuar con el aumento de información suministrada a sus miembros en relación a aspectos como la Dieta, la Actividad Física y la Salud, y animarles a adaptar su oferta a este contexto. Este reto no debe de infravalorarse, por lo que la in-

dustria europea del vending debe "dar la talla".

– Utilizar su reputación dentro del sector de la venta automática para incitar a sus miembros a cumplir la Guía de mejores prácticas de la EVA. Además, la misma organización facilitará la información necesaria, compartiendo así la mejor implementación a través de las diferentes asociaciones nacionales.

En conclusión, el objetivo de la EVA es asegurarse de que las buenas prácticas de los distribuidores prevalecen en la industria del vending, y continuar siendo un participante activo de la Plataforma UE. ●

Artículo facilitado por la European Vending Association (EVA)



Cialdos "especialistas en minivending"

Si está interesado en la distribución de nuestro sistema monodosis...

- PLAN RENOVE DE CAFETERAS. Cambie GRATIS sus viejas cafeteras por máquinas de última generación.
- TELEMARKETING INDIVIDUALIZADO y profesional para ampliar y recolocar su parque de máquinas.
- Adquiera máquinas ya colocadas. Nosotros mismos posicionamos las máquinas con nuestra fuerza de ventas.

Llámenos: 902 903 910

Visítenos en EUROVENDING
19-20-21 mayo en Madrid
PABELLÓN 3 stand 45

Cialdos

El Criollo

Registrado en 1910

comercial@cialdos.com www.cialdos.com



«Venderemos también bocadillos»

Biel García

Jefe de Ventas de DT Vending

DT Vending responde a Desarrollos Técnicos del Vending, una empresa –cuya sede se encuentra en la localidad barcelonesa de Sabadell– fabricante de máquinas de vending que dispensan comida sólida caliente a través de un avanzado sistema de planchas calientes, que tuestan el pan y le imprimen calor

–¿Qué tipo de máquinas fabrica DT Vending y qué productos se ofrece al usuario final?

–Dentro de la gama de máquinas que fabricamos, destacamos tres de ellas: el modelo *TE*, que dispensa sándwiches y pizzas pequeñas tipo *calzone*...; el modelo *BGT*, que dispensa *baguettes*, *frankfurts*..., y el modelo *PZ*, que dispensa pizzas. Lo que el cliente recibe, una vez hecha su elección, es un bocadillo recién hecho, crujiente y tostado, o una pizza recién horneada; ambas elecciones siempre en su justo punto.

–¿Qué característica singular poseen sus equipos?

–Nuestras máquinas no utilizan tecnología microondas, ni alimentos congelados, por lo que se garantiza la frescura del alimento, así como todo su sabor y propiedades alimenticias.

–¿Cuál es el tiempo de cocción del producto?

–Depende de si hablamos de un sándwich, *baguette* o pizza.

Para preparar un sándwich se necesitan unos 55-60 segundos, obteniendo un sándwich tostado con el queso fundido. Para las *baguettes* se necesita algo más de tiempo, teniendo en cuenta el tipo de pan que utilizemos. Hay que tener presente que las máquinas son perfectamente configurables en cuanto a tiempo de cocción, temperatura, etc., por ello el producto resultante siempre es de primera calidad. Y por último, nuestra máquina de pizzas necesita de unos 2,5 minutos para prepararnos una del mismo modo que nos la comeríamos en casa, acabada de hacer y recién horneada.

–¿A qué países exporta la compañía?

–Ahora mismo, DT Vending exporta a países como Inglaterra, Lituania, Bélgica, México, Singapur, Italia, Grecia, etc., por poner tan sólo unos cuantos países con diferentes arraigos culturales. Nuestra oferta comercial se está ampliando mes a mes, pero somos conscientes de la importancia de tener también un crecimiento sos-

tenido en este aspecto. Queremos crecer, sí, pero manteniendo la misma filosofía de compromiso y calidad con nuestros clientes.

–¿Tenéis competencia en este sector?

–Somos la única empresa que utiliza una tecnología avanzada de planchas calientes para tostar los sándwiches y los bocadillos, en lugar de microondas. El producto resultante no tiene nada que ver el uno con el otro, realizad la prueba vosotros mismos. Nuestra máquina es como la sandwichera de casa de toda la vida.

–¿Cómo veis el futuro del vending en general y el de esta empresa en particular?

–El sector del vending es uno de los que está experimentando mayor crecimiento tanto a nivel europeo como mundial. Los nuevos hábitos están propiciando la aparición de nuevas empresas que proporcionan soluciones avanzadas en este sector. Nosotros seguimos el mismo camino, pero ofreciendo un tipo de máquina que

proporciona el producto que demanda la gente de la calle. Nuestro lema es: "caliente sabe mucho mejor".

-¿A quién va dirigido este producto? ¿Quiénes son vuestros clientes?

-Nuestras máquinas son un elemento ideal para varios tipos de clientes. Por un lado, las empresas que elaboran productos alimenticios (bocadillos, sándwiches y pizzas) y que deseen tener una mayor presencia en escuelas, grandes superficies, en la calle y de manera más cercana a la gente; por otro, también firmas especializadas en montaje de bares automáticos del tipo 24/7, sin olvidarnos de que es una excelente

oportunidad de negocio para los operadores que saben situar máquinas de vending en lugares estratégicos.

-¿Cuáles son los planes de futuro de DT Vending?

-Ahora mismo tenemos iniciadas dos líneas de actuación de diferente naturaleza pero que se complementan. La primera es la creación de otro formato de máquina de sándwiches y de baguettes, más pequeña y pensando en futuras ubicaciones más comprometidas. La segunda, a corto plazo, es crear una segunda empresa que fabrique los bocadillos y los sándwiches para poder ofrecer al cliente una solución llave en mano, pues mucha gente nos lo

pide: quiere que le vendamos la máquina y además que le suministremos los bocadillos. Estos bocadillos serían de una excelente calidad y diseñados para operar de manera óptima en nuestras máquinas; se trataría de un producto perfectamente homologado en lo referente a dimensiones, etc.

-En cuanto a la promoción en ferias, ¿tienen pensado asistir este año a algún salón de vending en concreto?

-Sí. Estaremos presentes en la feria Avex 2005, Salón Internacional de la Venta Automática, que se celebrará en Londres del 10 al 12 de mayo. Aquellos que deseen visitarnos podrán dirigirse a nuestro stand F74 •



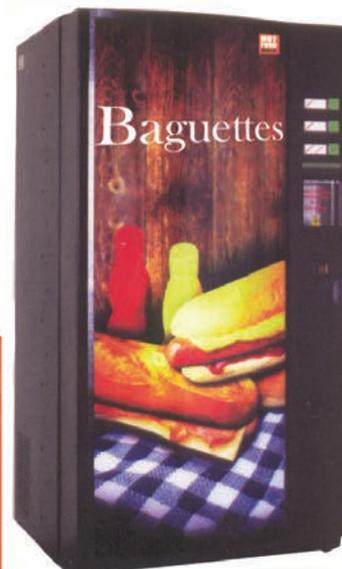
Máquinas dispensadoras de comida caliente ¡Caliente sabe mejor!

Ofrezca **variedad y calidad** a sus clientes, sea el primero en ofrecer un producto **nuevo e innovador** y con un alto crecimiento de demanda, **¡aumente sus ingresos!**

Las tendencias del mercado se corresponden con una mayor y más amplia demanda de **productos calientes** y naturales.

Elija qué le puede apetecer más a su cliente: una pizza individual recién horneada y servida en su plato, un crujiente sandwich de jamón y queso fundido tostado y en su punto..., o una deliciosa baguette recién hecha y calentita, en su justo punto!

En **DT Vending** hemos querido ser los primeros en cubrir estas necesidades que los consumidores demandan; por ello, estamos en disposición de ofrecerles la más amplia y variada oferta de Máquinas de Vending dispensadoras de alimentos calientes bajo la marca **HotFoodMatic**.



DT Vending – HotFoodMatic
C/ Germans Farguell, 97 08205 – Sabadell (Barcelona)
Telf: 93 7 263 851 / dtvending@hotfoodmatic.com
www.hotfoodmatic.com

Buscamos distribuidores

**HOT
FOOD
MATIC**

MÁQUINAS
AUTOMÁTICAS
EXPENDEDORAS
DE PRODUCTOS
CALIENTES



Preocupación por el Anteproyecto de Ley del tabaco

La propuesta legislativa supone grandes perjuicios para diferentes sectores económicos, entre ellos, el vending

El pasado día 16 de marzo, una veintena de asociaciones e instituciones representantes de determinadas actividades económicas afectadas por la Ley Reguladora de la Venta, el Suministro, el Consumo y la Publicidad de los Productos del Tabaco para la Protección de la Salud de la Población, se reunieron para asentar las bases de su oposición ante este nuevo texto legal y pedir la mediación del presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero.

La patronal de tabaco y las diferentes asociaciones empresariales (ver cuadro en pág. 88), que representan la práctica totalidad de los sectores afectados, alegan que el Anteproyecto afecta directamente a más de 100.000 puestos de trabajo y a los 11.000.000 de fumadores mayores de 18 años que hay actualmente en España, de los cua-

les unos 7.000.000 son trabajadores fumadores.

En rueda de prensa, en nombre de todos los organismos afectados, José Luis Guerra, presidente de la Federación Española de Hostelería (FEHR) destacó el malestar existente en determinados sectores económicos: **"Tenemos la sensación de que se ha producido un diálogo de sordos"**, haciendo referencia a las reuniones mantenidas con Sanidad.

Asimismo, en un comunicado conjunto, las diferentes agrupaciones señalaron que la norma está basada en un **"grupo de prohibiciones"** y que algunas de las mismas suponen una vulneración de los derechos empresariales fundamentales de la Constitución, como el relativo a la comunicación empresarial y la libre competencia entre las empresas: *"Respetamos los objetivos de las autoridades sanita-*

rias, pero todos los firmantes de este comunicado de prensa creemos que se debería abrir una etapa de diálogo entre todos los agentes y sectores afectados para que los objetivos del Ministerio de Sanidad y Consumo sean alcanzables, lo que se consigue con medidas razonables no con prohibiciones, y teniendo en cuenta las diferentes realidades económicas, sociales y culturales existentes sobre el tabaco en nuestra sociedad".

Sectores afectados

Productores, estanqueros, publicistas, fabricantes de máquinas expendedoras, hosteleros..., todos ellos han manifestado su disconformidad al Anteproyecto de Ley, afirmando que supone **"enormes pérdidas"** que conducirán un recorte obligado de miles de puestos de trabajo.

El sector de la hostelería se

enfrenta a unas pérdidas de 1.600 millones de euros y un recorte de 20.000 puestos de trabajo. Los casinos de juego calculan unas pérdidas en torno al 20% de sus ingresos. Para la Federación Nacional de Cultivadores de Tabaco, la ley provocará inestabilidad e incertidumbre para un sector del que viven 20.000 familias directa o indirectamente y cuya producción fue de 144 millones de euros en 2003.

La prohibición total de comunicación comercial y la de fumar en los centros de trabajo son las medidas que más afectan a la Asociación Empresarial del Tabaco. Según esta entidad, el tabaco genera 88.000 empleos y 7.100 millones de euros en impuestos indirectos en España.

La Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas se ha sumado a esta causa ya que considera que estas medidas vulneran, de algún modo, la libertad de expresión y comunicación. Las empresas de publicidad también se ven afectadas si tenemos en cuenta que los ingresos de publicidad de la industria del tabaco ascendieron en 2003 a 51,7 millones de euros.

Por su parte, los estancieros aseguran que la implantación de una norma similar en Italia ha supuesto una disminución del 19% en las ventas en apenas un mes, y afirman que la pérdida de puestos de trabajo podría situarse cerca del 30%.

Vending

El sector de la venta automática es uno de los más afectados junto a los mencionados anterior-

(Pasa a la pág. 88)

Las claves

Las organizaciones y asociaciones firmantes insistimos en el impacto económico y social de las medidas que contempla el Anteproyecto:

✓ Algunas de las medidas (como la prohibición de la publicidad) no deberían suponer menoscabo de aspectos constitucionales, permitiendo el ejercicio de la competencia entre las compañías afectadas. Creemos, además, que se causa un perjuicio económico sin justificación ni diálogo a anunciantes, empresas de publicidad, agencias de comunicación, medios, etc. Debemos insistir en que todos los presentes no queremos que los menores fumen, ni queremos facilitarles la venta de productos del tabaco en nuestros establecimientos, ni queremos exponerles indiscriminadamente a la publicidad del tabaco. Por ello, queremos recordar que todos somos empresarios responsables que, operando en la legalidad, hemos construido Códigos de Autorregulación estrictos que van más allá de lo que marcan las leyes en cada momento.

✓ La normativa relativa al consumo de tabaco en bares y restaurantes supone un elevado perjuicio económico, tanto que pone en riesgo la permanencia en el mercado de numerosos establecimientos, con medidas de difícil aplicación y cumplimiento.

✓ La prohibición total de consumo de tabaco en lugares de ocio donde sólo está permitida la entrada a adultos, como casinos, bingos y discotecas, debería regularse de manera más razonable y coherente con su público asistente.

✓ La prohibición total de fumar en centros de trabajo supondrá la judicialización de la vida laboral, serios perjuicios económicos para las empresas y pérdidas de competitividad de las mismas. No entendemos esta intrusión en la empresa privada, sin dar siquiera margen de negociación a los Agentes Sociales en la Mesa del Diálogo Social.

✓ La limitación de la venta de tabaco a estancos y a máquinas expendedoras podría llegar a producir desabastecimiento, además de perjudicar a determinados establecimientos que cuentan actualmente con licencia administrativa para vender tabaco a adultos: gasolineras, casinos, kioscos de prensa, etc.

✓ Una actitud tan prohibicionista en relación con el tabaco choca frontalmente con las políticas de apoyo al cultivo en zonas rurales deprimidas sin otras alternativas de cultivo y, por lo tanto, causantes de problemas también a la primera transformación.



(Viene de la pág. 86)

mente. En representación de la industria del vending estuvieron presentes las empresas GM Vending, Azkoyen y Jofemar. La medida más preocupante hace referencia a la ubicación de las máquinas. La prohibición de situar expendedoras en determinados espacios como centros comerciales o gasolineras supondrá enormes pérdidas para este sector que, además, no podrá insertar publicidad en sus equipos. Las máquinas, por otra parte, deberán disponer de dispositivos de control de venta de menores. Todo ello implica una pérdida de mercado del 20 al 25% y afectará directa o indirectamente a 11.000 puestos de trabajo ●

Asociaciones e instituciones afectadas por la Ley Reguladora del Tabaco

Sectores perjudicados por la nueva normativa

Entre las diferentes actividades económicas que se ven afectadas por la propuesta legislativa sobre la venta, consumo y publicidad del tabaco, se encuentra el sector del vending. Los fabricantes y operadores de máquinas automáticas señalan que las medidas que más les perjudican son:

- Cambio de ubicación de las expendedoras.
- Dispositivos de control de venta de menores en máquinas y su activación obligatoria por el titular del establecimiento.
- Prohibición de publicidad en los equipos.
- La necesidad de un período de transición de al menos dos años para adaptar el parque de máquinas a la nueva normativa.

1 MILLÓN
AGUA CALIDAD BRITA
TAZAS DÍA



Sistemas Profesionales de Filtración y Purificación de Agua



 **BRITA**[®]
Professional

BRITA Spain, S.L. - Rambla Catalunya 18 4^º Izq. - Tel: +34 933 427 570 - Fax: +34 933 427 571
dgasull@brita.net - www.brita.net

"Podemos defender un aumento por los servicios"

Por Javier Royo, *Vending Tupinamba*

Prácticamente en todas las reuniones de vending, aparecen los comentarios para intentar solucionar el problema de la competencia desleal y la posibilidad de trabajar a unos precios competitivos, ya que el descenso de los márgenes de beneficio está perjudicando seriamente a toda la cadena del vending.

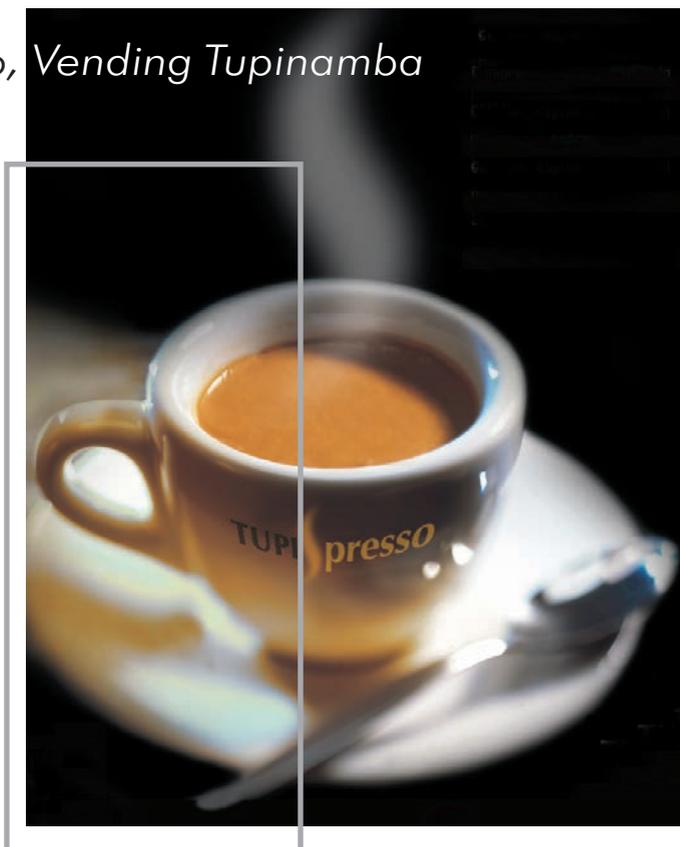
Personalmente, la idea la encuentro más que lógica, aunque no será fácil de aplicar, pero diría que este primer paso, si es respaldado, podría ser una gran solución para un castigado colectivo.

Leyendo diversos artículos en la prensa francesa, encontré uno de un operador, del que seguidamente transcribo en esencia.

"Como puede desprenderse, en todos los mercados del vending, están acusando las tempestades de los malos vientos que se sembraron primero, que si bien dieron buenos resultados en una época, está llevando, en la actualidad, al vending a una situación preocupante."

"Sólo fijando unas básicas reglas de juego –dice este operador articulista–, ganaremos en calidad."

"Y aunque las reglas sean simples, no son suficientes para trabajar en una profesión, si las condiciones no son razonablemente aceptables para su desarrollo. Hay



propuestas de profesionales del sector de estandarizar el servicio a 0'30 euros. Es una idea loable –sigue diciendo–, pero totalmente equivocada. El precio correcto debería ser 0'50 euros."

A favor y en contra

Cientos de argumentos aparecerán en contra. Cómo pagarán más caro un producto, un servicio, cuando están pactados unos acuerdos, comentarán otros.

Entonces... qué hacer... cómo reaccionar, iniciar la prueba al cambio o abandonar...

Suelo justificar que detrás de un

precio se esconde siempre una calidad en producto y servicio. A pesar de ello, siempre hay la posibilidad de que un profesional tire sus precios a la baja pero... cuando esto ocurre, ¿a quién perjudica? ¿Al cliente? ¿A la profesión? ¿Al personal? ¿A la calidad? ¿Al servicio? ¿Al producto? ¿A nuestras empresas? ¿A nuestro futuro?...

En realidad a todos un poco, entonces, ¿no es tiempo de meditar una enésima vez sobre esto?

Estamos seguros que proponer el 0'50 euros por consumición parecerá para unos una utopía y para otros un ideal, y da igual que

en nuestra debilidad aceptemos un día otras condiciones, pero debemos convencernos que este es el camino.

Ciertamente, es extremadamente difícil vender nuestros productos a este precio, pero... ¿de quién es la responsabilidad? Si lo logramos, nuestro futuro será esperanzador.

Pensemos en el paso al euro y sus instrumentos financieros. Pensemos en la evolución técnica del material y sus aumentos. Pensemos en la dificultad diaria de encontrar personal capacitado. Las inversiones para disponer de los medios de gestión y organización que nos permiten responder a las nuevas exigencias de nuestros clientes y proveedores.

Detrás de un precio...

Entonces, ¿qué solución tenemos?

Rehusemos todo ajuste de precios que mañana nos traiga problemas.

Explicuemos porqué no se puede trabajar a un bajo precio y demos a nuestro cliente que se beneficia

rá de todas las ventajas de un precio justo. Ganaremos en cre-

ditabilidad, y ganaremos en confianza si eliminamos las comisiones directas.

Militamos por un profesionalismo y una profesión devaluada.

Tomemos un poco de nuestro tiempo para reagruparnos y apoyarnos en nuestras asociaciones y participemos de la ventaja de preparar nuestro futuro.

Y, sobre todo, tener coraje para pelearnos por estas propuestas que traen realmente a cuenta y que aportan cada día:

- Servicio
- Calidad
- Convivencia
- Confort
- Imagen de Marca

Detrás de un precio, hay siempre lo que somos nosotros mismos, entonces, ¿quiénes somos? ●

Artículo facilitado por Tupinamba



DeVal®

Productos Solubles de última Generación



Blender

E V O L U C I Ó N

Dirección y Pedidos: Camino de las Huertas, 18
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel: 91 715 43 20 Fax: 91 352 46 50

ventasblender@airtel.net

Las cotizaciones del café se han disparado en los últimos meses

Las malas cosechas de países productores, el abandono de plantaciones y los efectos del tsunami arrastran al alza los precios del café



La Federación Española del Café ha alertado sobre los altos precios que está registrando el mercado del café, que están llegando a niveles de récord en los últimos dos años.

En tan sólo un año, tomando como referencia el cierre de cotización del 9 de febrero de 2005, el precio del arábica, variedad de café de la más alta calidad, ha sido un 56% más alto que en la misma fecha del año pasado. Si la comparativa se extiende a dos años, la cotización se ha situado un 67% por encima de los datos de febrero de 2003.

Así, la cotización en la fecha mencionada en el mercado de Nueva York —plaza de referencia en los precios de la variedad arábica—, se situó en 115,2 centavos de dólar por libra, frente a la cotización de 2004 de 73,75 centavos por libra, y a la de 2003 que se situó en 68,8 centavos por libra.

La otra variedad de grano, el robusta, está experimentando también una escalada de precios,

si bien resulta menos agresiva que la arábica, según datos históricos del mercado de Londres donde cotiza.

Esta escalada de las cotizaciones ya ha tenido repercusiones sobre el precio de venta al público en países altamente consumidores de café como Estados Unidos y Alemania.

Las causas

La fuerte subida de las cotizaciones de los últimos meses se explica, principalmente, por las expectativas de escasez de materia prima ante la previsión de una mala cosecha en Brasil, el mayor productor de café a nivel mundial. A esta circunstancia hay que sumar las cosechas cortas y tardías en países productores de Centroamérica.

Además, la catástrofe ocasionada por el tsunami en el sudeste asiático ha afectado a la producción cafetera de esta zona, donde se encuentran importantes países productores como Indonesia.

Todo esto se une a la reducción



del número de plantaciones que se ha producido en los últimos años. La excelente cosecha brasileña del año 2002 provocó un descenso del precio del café a mínimos históricos que desembocó en un proceso de abandono de plantaciones por parte de numerosos productores ante la escasa rentabilidad de sus cultivos.

Según la Organización Internacional del Café, se prevé que se mantenga la tendencia alcista que se ha registrado en los precios del café arábica durante el último trimestre de 2004: **"Esto se debe principalmente a la perspectiva de una demanda sostenida frente a una oferta relativamente débil en muchos de los países exportadores"**.

Según datos recogidos en su informe de enero de 2005, los primeros cálculos oficiales de la producción brasileña del año de cosecha 2005/06, situados entre 30,7 y 33 millones de sacos (de 60 kilos de peso), permiten calcular una producción mundial de alrededor de 107 millones de sacos. Frente a ello, se sitúa una demanda mundial de 114 millones de sacos.

Cabe señalar que, tras el petróleo, el café es el segundo mer-



cado de futuros más importante del mundo. Por ello, ante las expectativas de que se produjera un alza aún más relevante en los precios, se está registrando una insignificativa toma de posiciones en café por parte de grandes fondos de inversión internacionales.

Ante este panorama, la evolución alcista de los precios que se está viviendo puede llegar a agravarse a lo largo de la presente campaña y situarse por encima de los niveles récord que ya se han

registrado en los dos primeros meses de 2005.

Según los datos de la Federación Española del Café correspondientes a 2003, el consumo medio anual per cápita en España se sitúa en torno a los 4 kg. de café verde, distribuido un 53% en el hogar, frente al 47% del consumo que se realiza en establecimientos de hostelería ●

Información facilitada por la Federación Española del Café



Cialdos, especialistas en minivending

La firma asiste a Eurovending –pabellón 3, stand 45– con una nueva máquina de café

Después de muchos años trabajando y apostando por este mercado en crecimiento, el de la monodosis, podemos decir que "somos especialistas en minivending".

Conocemos el sector del vending y hemos buscado nuestro nicho en el mercado para especializarnos en aquello que sabemos que hacemos bien; damos la mejor calidad, servicio y apoyo a todos nuestros distribuidores repartidos por toda España, quienes ven cada día cómo su negocio va evolucionando, creciendo, y todo, gracias al gran esfuerzo común que realizamos las dos partes.

Todavía queda mucho por crecer y con el tiempo se impondrá la monodosis en el día a día, y aquí estamos nosotros, presentando novedades tanto en producto como en maquinaria para ofrecer LO MEJOR, y eso lo tenemos muy claro.

Cita en Madrid

Un año más, pueden venir a visitarnos a Eurovending, del 19 al 21 de mayo en Madrid, ya que estaremos en el pabellón 3, stand 45, donde podrán degustar todos nuestros productos y ver la maquinaria más novedosa del mercado.

Tenemos una entrada para Eurovending reservada para usted.

También tienen la posibilidad de conocernos a través de nuestra página web www.cialdos.com. Estos son algunos de los productos y equipos que expondremos en la feria:

1- Gama de café en sistema monodosis

Seis variedades para satisfacer las necesidades y gustos de sus clientes (Alta selección, Descafeinado "al agua", Etiqueta Negra, Comercio Justo, Ecológico y Digestivo).

2- **¡¡NOVEDAD!!** – Té en Sistema Monodosis

Tres tipos de Té –Té rojo, Té al limón y Frutas del Bosque– que ofrecen al cliente la mayor comodidad y el mejor sabor con todas las propiedades de los mejores Tes.

3- Una amplia gama de máquinas de café profesionales

De reducidas dimensiones, para satisfacer las necesidades y gustos del cliente:

- 1 grupo con diferentes formas de pago, diseño y colorido.
- 1 grupo con fuente de agua incorporada.
- 1 grupo + vapor independiente profesional.
- 2 grupos + vapor + agua



Stand de Cialdos / Cafés El Criollo en la pasada edición de Eurovending celebrada en 2003

caliente profesional, reduciendo espacio y toma de agua independiente.

4- Línea de frío

Fuentes de agua de sobremesa, fuentes de agua de pie con y sin nevera y neveras de 15 o 18 litros.

5- Telemarketing

Ayudamos a vender a nuestros distribuidores, y prueba de ello es nuestro Departamento de Telemarketing. Formado por personal propio de nuestra empresa y preparado exclusivamente para ofrecer nuestro servicio integral de café y agua para las pymes. Hacer crecer la cartera de clientes de nuestros distribuidores es hoy en día, más que un deseo, una realidad ●

Artículo facilitado por Cialdos

¡Venga a conocerla!

Como novedad, contamos con una máquina de café de 1 grupo + agua caliente y de expulsión automática tanto para monodosis de papel de filtro (E.S.E.) (Easy Cialda) como para cápsulas de plásticos (Easy Cartridges).

Es tan fácil como insertar la monodosis de papel o la cápsula en la máquina de café, dar al botón y olvidarse del resto. La dosis va a parar a un compartimento que separa el residuo sólido de la dosis, de los residuos líquidos.

Esta máquina de café se diferencia de otros modelos similares que recogen ambos residuos en el mismo compartimento generando malos olores.

Cuenta con dispositivos de seguridad que se iluminan, impidiendo el funcionamiento de la máquina de café, cuando está lleno el depósito de dosis, vacío el depósito de agua, puerta frontal abierta o compartimento superior de dosis mal cerrado.

Además, dispone de un contador de monodosis para saber en todo momento el consumo realizado.

Como ve, es la solución perfecta limpia, cómoda y sencilla para aquellos clientes que ni siquiera quieren retirar la dosis una vez hecha y demandan una máquina que no parezca una cafetera, ajustándose a nuestra filosofía de empresa;

"hacemos de lo cotidiano algo excepcional".



Con el objetivo de dar a conocer sus productos y novedades, la compañía participa un año más en la Feria Andaluza del Recreativo, que este año se celebra en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga. El salón se convertirá en el escaparate de los últimos avances tecnológicos y creaciones de vanguardia relacionados con la industria del Recreativo, acogiendo a las principales empresas del sector y contando con la presencia de un gran número de profesionales de Europa, América y Asia. En esta ocasión, Jofemar ocupará el Stand N° B 9 de la exposición, en el que mostrará tanto sus exclusivas máquinas como los más avanzados sistemas de pago

Jofemar promociona sus productos

La empresa navarra acude a la Feria Andaluza del Recreativo 2005 con una selección de sus más innovadores equipos

Máquinas

Coffeemar G 500



Tras la exitosa acogida de nuestro primer diseño en máquinas de bebidas calientes, se ha desarrollado un nuevo modelo con un grupo de molido para café en grano con el que hasta el cliente más exigente se verá satisfecho. Esta línea de máquinas expendedoras muele el café al instante, consiguiendo el aroma y sabor del mejor expreso y, además, gracias a su avanzada mecánica y electrónica permite realizar hasta 18 selecciones de producto in-

dependientes, con 4 grados de ajuste de azúcar para cada uno. Esta máquina se caracteriza por la amplitud de sus depósitos: 3.000 gr. de café en grano y cuatro contenedores para albergar 2.250 gr. de leche; 3.500 gr. de chocolate; 5.000 gr. de azúcar; 1.500 gr. de café descafeinado, junto con una caldera a presión para 370 ml. de agua. También incluye la función de autolavado del circuito de mezcla que se activa de forma manual o automática; un sistema de agregado de azúcar antivapor que va directo al vaso y el control constante de la temperatura en la caldera de agua. Ofrece diferentes posibilidades para su programación: *in situ* con el teclado de la máquina, mediante un terminal de lector de tarjetas, a través del ordenador y vía remota, con el software de gestión de Jofemar denominado *Vending Track*.

Multipack

Constituye la respuesta de Jofemar a las necesidades del vending actual, ya que permite la venta de bebidas refrigeradas en cualquier tipo de envase. Todo gracias a su altísima capacidad de almacenaje para los diferentes formatos de envase (desde el botellín hasta latas, slip, pet, etc.)



que existen hoy en día en el mercado. Por tanto, esta máquina está adaptada para dispensar cualquier tipo de productos como lácteos, zumos, refrescos, agua, etc.

Su desarrollo pone de manifiesto el potencial tecnológico de Jofemar, ya que gracias a su cabina de almacenamiento para tambores rotativos con espiral de gran capacidad, *Multipack* brinda la mejor solución en la venta de bebidas frías.

Goya 16

Posee dieciséis canales para la selección de productos y una capacidad para albergar hasta 626 paquetes de cigarrillos. Botonera expandida a 19 selecciones y *display LCD* alfanumérico.

Fonoteca

Se trata de un teléfono público metálico de altas prestaciones.



Gracias a su robustez, es ideal para ser instalado en ambientes exteriores o semiprotectidos. Con conexión a la red telefónica o vía GSM. Destacamos los servicios de mensajes SMS, Fax, E-mail, y un software de administración y programación para ordenador PC compatible con *Vending Track* de Jofemar. Si además añadimos una robusta construcción con materiales de alta resistencia, garantiza-

mos la mayor firmeza contra el vandalismo, tendremos la aplicación ideal para ofrecer este servicio también en exteriores. Pantalla LCD de mensajes directos y visualización de escritura. 12 teclas de marcado telefónico y 4 de funciones especiales con iconos informativos.

Autorecarga 24

AutoRecarga 24 es un sistema de recargas de tarjetas prepago de telefonía móvil en tiempo real con posibilidad de operar con cualquier compañía (Movistar, Vodafone, Amena). Permite también la recarga de otros productos prepago. Se basa en la tecnología GPRS, por lo que no necesita conexión a la línea telefónica. Basta con una conexión a la línea eléctrica.

(Pasa a la pág. 98)



BURGER BOX
130X130X70/80 OPS



ROSTO BOX
260X180/190X120 PP



DELI BOX
250cc/2000 cc PP



CATER BOX
220cc/1850 cc PP



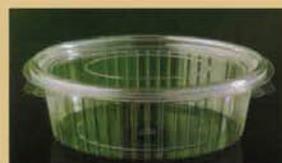
SALAD BOX
500cc y 750 cc APET



CATER ELEGANCE
350cc/ 800 cc OPS



CLASSIC SALAD
500cc HIPS/OPS



ERMETIC BOX
150cc/2000cc OPS



MILK BOX
500cc y 1000cc PP



SANDWICH BOX
500cc PP-APET



OVAL SALAD
500 cc APET



RISTOR BOX
1600 cc/4600 cc PP



SIGILL BOX
250 cc/1500 cc PP



SWEET BOX
Ø180/260 APET



ORTO BOX
1200cc/ 3250 cc OPS



A & A BLU MED, S.L.
C/Sicilia, 212 entlo 6ª 08013 Barcelona España

Tel +34.932 449 740 - 936 458 148
Fax +34.936 458 152 - 932 657 808

www.blumed.org

aa@blumed.org

Entrega mínima: 1 palet por referencia

Zona Andalucía: Tel.: 609 332 561 - Fax: 95 232 83 83

(Viene de la pág. 97)

Presenta tres modalidades: *mini AutoRecarga 24 Versión mural* sólo monedas; máquina de *AutoRecarga 24 autosoportada* con monedero, billeteo y tarjetero opcional, y *módulo de AutoRecarga 24*, acoplable a cualquier máquina de vending Jofemar de última generación y que utiliza sus medios de pago.

Optima

Se trata de la primera máquina de juego completamente desarrollada por Jofemar, que combina un exhaustivo control del dinero con un excelente diseño. La salida y entrada de las monedas se encuentra a la altura de las manos. Su avanzada tecnología en selección de moneda y los más fiables mecanismos de devolución garantizan en esta máquina una alta precisión de contabilidad y



la mayor garantía contra todo tipo de fraude en sus máquinas; todo integrado en un excelente diseño de máquina de juego, atrayente al usuario, con una mecánica basada en los tradicionales juegos de rodillos y sistemas de pago para monedas, billetes y opcionalmente tarjeta. Cabe destacar la eliminación del *Hopper* como sistema de devolución en beneficio de una adaptación del exitoso monedero compacto *J4000*, todo el poder de selección de moneda, la mayor exactitud en el pago y un perfecto control del dinero de la máquina.

Goya 5

Diseñada para lugares donde

la instalación de una máquina de venta de tabaco sea un problema debido al poco espacio disponible, Jofemar ha creado este nuevo modelo de máquina *Goya*. Un gran número de posibilidades de instalación, funcionamiento autónomo con baterías o conexión a red eléctrica, pago con precio exacto o con monedero de cambios, posibilidad de instalación de lector de billetes y adaptable a distintos tamaños de cajetillas. Cinco canales independientes para la venta de producto (tres de ellos variables para la incorporación de distintos formatos de cajetilla). Cinco teclas de selección de producto y una de cancelación. Pantalla LCD de mensajes directos tanto en modo de venta como de programación. Completo almacenamiento y extracción de datos contables. Capacidad para 115 cajetillas.

Stylo V

Esta mini expendedora automática, por su reducido tamaño, resulta ideal para ser instalada en cualquier lugar donde queramos ofrecer al público pequeños productos ocupando el mínimo espacio. Un concepto diseñado para la venta en locales públicos de productos como chicles, productos higiénicos, preservativos, etc. o en centros de estudio gomas de borrar, clips, grapas, etc. se convierte así en la aplicación de mas fácil instalación y mantenimiento para ubicar un rentable punto de venta discreto y fiable con toda la garantía y seguridad que Jofemar ofrece desde hace más de treinta años.

Sistemas de pago

BT10

Un lector de billetes que resuelve el problema planteado por las

máquinas vending que sólo poseen sistema de pago con moneda. El equipo hace posible que la adquisición de productos en cualquier máquina expendedora resulte más cómoda para el consumidor y más rentable para el operador, porque también ofrece la máxima fiabilidad contra el fraude.



J2000

Este producto dispone del sistema de devolución más versátil del mercado, al incluir cinco tubos autocargables, con posibilidad de repetición o anulación y que pueden ser configurados directamente por el operador.

J4000

Un novedoso sistema de pago de gran capacidad destinado al sector recreativo, que ofrece al usuario de máquinas de juego una mayor comodidad, al proporcionar el premio a la altura de la mano, a través de un sistema de correas patentado por Jofemar.



Hopper

Se trata de un devolvedor multi moneda que incorpora la última tecnología mecánica para

la exacta devolución de las monedas. De formato compacto, se emplea en el sector recreativo y en cualquier sistema que precise una elevada capacidad de devolución.

Cronos

Es capaz de adaptarse a cualquier servicio de pago cuyo acceso deba ser controlado. El módulo de selección de moneda Cronos permite el control de dos precios y servicios independientes y puede funcionar como validador, totalizador o temporizador.



J100

Este tarjetero permite la captura de datos contables de la máquina, así como la recogida de datos contables individuales por tarjeta. Es capaz de convertir el crédito local a euros.

T12

Incorpora la última tecnología

electrónica y mecánica en reconocimiento, selección y discriminación de moneda falsa. Posee un banco de memoria de hasta 272 monedas diferentes asociadas a 48 denominaciones distintas. Es decir, puede memorizar todas las monedas que se acuñen en las diferentes fábricas de moneda de los países de la Unión Europea.

T22

Posee 32 canales diferentes de moneda y de dos a cuatro sensores por la lectura de valores, con una mejora en la detección de las bimetálicas. Los campos de uso de este selector abarcan las máquinas de vending, recreativo y telefonía y, en general, se aplica a máquinas alimentadas por batería y donde se requiere un bajo consumo de reposo.

Selector de moneda T40

Está concebido para su utilización en la línea más versátil del sector recreativo, en la máquina pequeña de vending y como temporización multipropósito. Posee hasta 32 canales de moneda diferentes •

Artículo facilitado por Jofemar



Soluciones para el momento del café



Líderes en Calidad

ALTA RESTAURACIÓN
HORECA
DISPENSING
COLECTIVIDADES
VENDING

Visítenos en
Eurovending
Stand 48

Certificado ISO 9001 por



Cafés Castel, garantía de servicio eficaz y gestión rentable del café

Avda. Washington, 57 29006 Málaga (Spain) • TELF.: (+34) 952 340 858 • FAX: (+34) 952 346 758 • e-mail: cafescastel@cafescastel.es • www.cafescastel.com



Vendin, S.L., seguir creciendo

La compañía ha acordado con la marca BUENO la compra de los derechos de sus productos en España, Portugal y Andorra

Todas las empresas tienen unos objetivos y un ideario. Vendin S.L. también. Para nosotros crecer es mejorar, por lo tanto, seguir creciendo nos supone seguir mejorando. Por este motivo, hemos adquirido nuevos retos y compromisos par el futuro más próximo.

Uno de ellos, como muestra de ese espíritu emprendedor, que a estas alturas pensamos que a nadie sorprende, es que podemos informar que Vendin S.L. ha llegado a un acuerdo con la marca Bueno, para realizar la compra de los derechos de sus productos en España, Portugal y Andorra. Un nuevo compromiso que adquirimos y con el que estamos muy ilusionados ya que, a la vez que vemos reconocida nuestra imagen internacional y cómo se nos valora por el resto del sector –competencia incluida–, nos permite ampliar nuestra gama con otros productos de contrastada calidad y con los que intentamos llegar a otro segmento de cliente al que hasta ahora no habíamos conseguido atender y al que, a partir de ahora, se le ofrecerá

Sede central de la empresa en la localidad madrileña de Pinto



una extensísima gama de posibilidades.

Nuevas instalaciones de I+D+i

Otro reto es para nosotros el adaptarnos a las nuevas situaciones y, en la medida de nuestras posibilidades, anticiparnos. Pretendemos cimentarnos sobre sólidos pilares que deben soportar cualquier situación futura a la que, sin duda, nos vamos a enfrentar. En Vendin S.L. tenemos claro que las empresas deben mantener una voluntad constante de crecer. Enten-

demo, además, que este crecimiento, constante, suave, sostenido, debe dirigirse no solamente en un "simple" crecimiento en ventas (algo ya de por sí difícil de conseguir), sino también en una renovación y mejora de las instalaciones, maquinaria y sistemas de fabricación y producción. A esto hay que añadir algo que en la actualidad está de moda pero que es cierto, nos referimos a I+D+i. En este sentido, en Vendin tenemos el proyecto de edificar unas nuevas instalaciones dirigidas y enfocadas a la creación de unos nuevos labo-

ratorios y almacenes automatizados, en los cuales se van a desarrollar unos programas de investigación y desarrollo de nuevos productos que mejoren y amplíen las posibilidades del vending. En esta próxima feria se presentará alguno de ellos a todo el sector.

Deseamos seguir contribuyendo al crecimiento de nuestro sector en España, de tal forma que en un futuro no muy lejano pueda equipararse en cifra de negocio o en peso específico a otros subsectores dentro del sector alimentación como puedan ser la hostelería o el catering. Todos debemos contribuir a ello y, desde luego, nosotros no vamos a escatimar ningún esfuerzo en este sentido. Por ello, nos planteamos realizar esta nueva inversión con la que esperamos dotarnos de las



Almuerzo con los directivos de CPK Internacional, S.A. (Bueno) el día de la firma

rigido, no a una rentabilidad económica de la empresa, lo que sería lógico, sino enfocándolo como una modesta aportación a la calidad y garantía de los productos alimenticios que se consumen en el vending que puedan favorecer el aumento de la confianza, si cabe, de los clientes y consumidores lo que, sin duda redundará, en ese desarrollo y crecimiento que todos deseamos.

acceso es obligación de cualquier empresa dinámica y moderna intentar el asalto a todos y cada uno de ellos. Este es el camino que emprendimos hace algo más de dos años. Un camino muy duro, complicado y, en algunos momentos, que induce al desánimo. Este no ha sido nuestro caso y, gracias a Dios, después de este tiempo podemos hablar de mercados estables y consolidados en bastantes países de Europa, en los que se han establecido canales de distribución como es el caso de Bulgaria, Rumania, Rusia, Polonia, República Checa y Hungría, así como una extensa red comercial en Alemania, Dinamarca, Francia y Reino Unido.

Son nuevas iniciativas que se corresponden con el espíritu que Vendin ha mantenido a lo largo de sus años de existencia y, que a pesar de ellos, sigue teniendo. Cuando ya son sobradamente conocidos nuestra calidad y nuestro servicio por el sector, podemos, además, aportar dinamismo, iniciativa, inconformismo, valentía, innovación. Y, como decíamos al principio, en ese deseo de crecer esperamos cumplir nuestro objetivo de mejorar ●

Artículo facilitado por Vendin, S.L.



Visita a las instalaciones el día en que Vendin firma el acuerdo con la marca Bueno



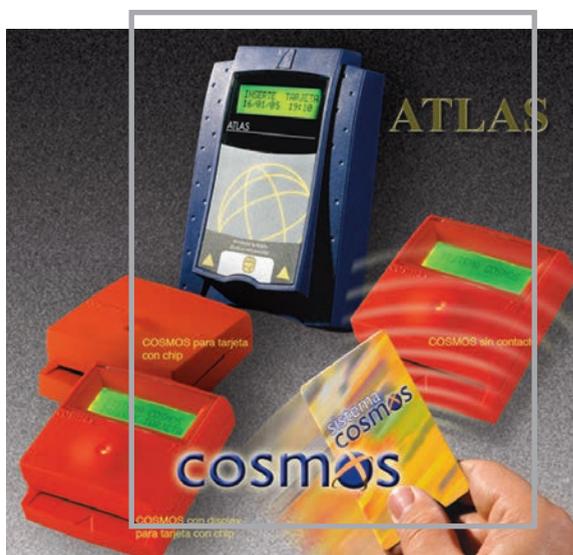
instalaciones y equipos e instrumental necesarios para la investigación en desarrollo de productos alimenticios y en aspectos de higiene y seguridad en alimentos (nuevos sistemas de etiquetado y envasado). Intentamos realizar un esfuerzo económico importante pero di-

Crece mejorando

Desde Eurovending 2003 hasta hoy, en Vendin hemos seguido el ritmo vertiginoso del mundo moderno. Un mundo cada vez más pequeño, en el que no existen mercados lejanos y en los que por muy difícil que sea el

Tratécnica: su socio tecnológico

La empresa, con la vocación de ofrecer a sus clientes el mejor servicio, ha incorporado nuevos sistemas con tecnología de vanguardia para completar su oferta al mercado



Sistemas de pago sin efectivo Cosmos y Atlas

Características comunes

- Fácil y rápida instalación, incluso por personal no especializado.
- Mantenimiento cero.
- Sistemas universales. Funcionan en todo tipo de máquina y con cualquier sistema de monedas.
- Las tarjetas se entregan serigrafadas, independientemente de la cantidad pedida. Pueden incorporar otras tecnologías añadidas (código de barras, banda magnética, proximidad).
- Se puede aplicar distintos pre-

cios para los usuarios de tarjeta y moneda.

- Permiten aplicar incremento de precios hasta con tres decimales.
- Servicios gratuitos.
- Promociones por servicios y por puntos.
- Proporcionan amplia información contable. El Software de Gestión Contable SGC permite recoger los datos contables de los terminales mediante tarjeta de memoria y volcarlos en un PC. SGC proporciona al operador amplias posibilidades de gestión e informes contables.
- Software de creación de tarjetas, entregado sin cargo. Crea y visualiza tarjetas de usuario/sistema y permite obtener informes de los trabajos realizados.

- Programación a pie de máquina de los distintos parámetros de los terminales.

- Lista negra. Las tarjetas en lista negra no son admitidas por el terminal.
- Amplia gama de accesorios: revalorador de tarjetas con billete y moneda, dispensador de tarjetas, máquina multiservicio (carga, recoge y vende tarjetas), etc.

Tratécnica proporciona soluciones de impresión de tarjetas que incluyen personalización del usuario con fotografía y nombre y dos calidades diferentes de impresión. La firma dispone de un amplio catálogo de accesorios como fundas, cordones, yoyós, cintas bordadas y serigrafadas, etc.

Características específicas de Cosmos

Gamas de terminales

- Cosmos L: Conectable a máquinas MDB y ejecutivas como sistema de pago único.
- Cosmos C: Conjunto de lector externo y CPU interna conectable a todo tipo de máquinas y todo tipo de sistema de monedas.

Lectores externos disponibles

- Cosmos C: Lector externo con contacto.
- Cosmos P: Lector externo sin contacto.
- Cosmos D: Lector externo con contacto con *display*.
- Cosmos PD: Lector externo sin contacto con *display*.

**Colocar
anuncio
ELATER**

**(Mando
en CD)**



Características específicas de Atlas

- Hasta 4 precios distintos por tarjeta.
- Monedero virtual.
- Descuentos por categoría de usuario (4 categorías).
- Descuentos por hora de promoción.
- Descuentos entre fechas.
- Tres monederos independientes por tarjeta.
- Registros de todas las operaciones realizadas en los terminales (software Atlas Com).

Atlas es un producto multifunción.

La tarjeta Atlas se utiliza, además de para consumir en máquinas vending, para consumir en comedores, acceder a controles de acceso y presencia, control de fotocopiadoras, acceso a PC, etc.

Atlas y Cosmos disponen de máquinas automáticas para venta, recarga y devolución de tarjetas:

- Recargador de pared

Recarga de tarjetas mediante monedas y billetes.

Admite todas las denominaciones de monedas y billetes Euro.



Fácil instalación mediante sistema de sujeción a pared.

- Dispensador de tarjetas

Dispensa tarjetas pregrabadas. Capacidad: 300 tarjetas.

Admite todas las denominaciones de monedas Euro.

Fácil instalación mediante sistema de sujeción a pared.

- Máquina multiservicio

Recarga tarjetas de usuario.

Vende tarjetas de usuario. La máquina devuelve cambio. El precio de compra de la tarjeta es el valor de la fianza que le será devuelta al usuario cuando devuelva la tarjeta en la misma máquina.

Recoge tarjetas de



usuario. La máquina dispensará en monedas el saldo contenido en la tarjeta más la fianza que se pagó al adquirir la tarjeta.

- Máquina multiservicio Easy

Nueva máquina de precio reducido con la misma funcionalidad de la máquina multiservicio a excepción de que sólo devuelve la fianza de la tarjeta, no el saldo del monedero.

Sistema de telemetría y pago mediante móvil

Tratécnica incorpora a su cartera de productos el sistema Tradatel Kasbah.

La plataforma Tradatel conectada a la máquina vending permite una comunicación bidireccional entre la máquina



vending y el software de gestión Kasbah.

Funciona con la telefonía móvil digital GSM y GPRS y utiliza los más avanzados módems industriales.

La instalación del equipo K 100 Tradatel es muy fácil e independiente de la máquina vending, permi-

tiendo controles avanzados como: Cambio de precios; Ventas, recaudación, estadísticas; Alarmas y averías, y Pago por móvil.

El sistema Tradatel se puede instalar en cualquier máquina del mercado. Es posible instalar un equipo de coste reducido denominado K-energy en el caso de que la máquina esté dotada de un sistema de tarjetas Atlas o Cosmos.

Sistema de gestión contable y recaudaciones "Colecta"

En el sistema "Colecta", la información contable viaja en la bolsa de recaudación. Una tarjeta inteligente guarda los datos contables e identifica la bolsa. De este modo, el volcado de datos contables al sistema se realiza al mismo tiempo que la contada, lo que permite conocer los desfases entre recaudación teórica y real.

Monederos electrónicos MEI

Con la mayor capacidad de monedas del mercado y cinco tubos activos, el CF7000 elimina prácticamente las situaciones de cambio agotado, incluso en las máquinas más exigentes. Además, mediante el análisis y el control constante del flujo de monedas, puede reducir el dinero almacenado en los tubos cuando el precio de venta o la circulación de monedas lo permitan, sugiriendo incluso una mejor configuración de tubos en caso de que sea preciso ●



Artículo facilitado por Tratécnica

TRATECNICA: SU SOCIO TECNOLÓGICO

KASBAH
Sistema de telemetría y pago
mediante móvil



ATLAS

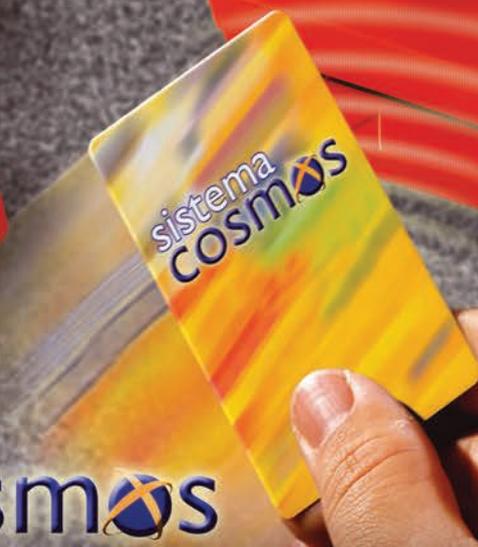
COSMOS
sin contacto



COSMOS
para tarjeta
con chip



COSMOS
con display,
para tarjeta con chip



cosmos

Y la presentación de Colecta, sistema de gestión contable y de recaudaciones



Eurovending 2005, Stand 25
19, 20 y 21 de Mayo
Recinto Ferial Juan Carlos I
IFEMA

TRATECNICA

Más información en:

www.tratecnica.com • sep@tratecnica.com



FAGE Jedy

¡Un paso por delante del resto!

Jedy se ha consolidado este último año en España como el monedero de cambio más fiable del mercado

Entre los principales clientes de Jedy se encuentran grandes y pequeñas empresas que han sabido apreciar las ventajas competitivas y funcionales que les brinda el monedero de FAGE. Estas ventajas son especialmente notables en el ahorro de costes operativos derivado de su fiabilidad y sencillez mecánica y electrónica que reducen al mínimo las intervenciones técnicas.

Jedy está fabricado en ABS, lo que le confiere resistencia a la vez que ligereza. El grupo de cambio está compuesto por 4 tubos de gran capacidad, de fácil inserción y extracción, que pueden cambiarse de forma independiente, y por 2 motores de expulsión.

El frontal del validador está equipado con un *display* donde puede visualizarse el estado del monedero y los parámetros de

configuración, a los que se accede mediante la botonera de 4 botones situada bajo el mismo. Estos botones sirven además para el vaciado de los tubos, pudiendo vaciar un tubo completo manteniendo pulsado el botón correspondiente durante 2 segundos. El mismo frontal dispone de una conexión serie y un *interface IrdA* para la extracción del *Audit* y para la programación del monedero mediante el programador *P3000*, el terminal de mano *PSION Workabout MX* o un ordenador.

La electrónica

La electrónica está preparada de serie para la conexión de un lector de billetes y la de un lector de llave o tarjeta. Esta electrónica ha sido diseñada de forma modular, permitiéndonos cambiar

partes averiadas de la misma sin necesidad de enviar el validador a un servicio técnico especializado. Para el montaje de ésta, se ha utilizado tecnología SMD, seleccionando minuciosamente componentes de máxima calidad.

Jedy está disponible en varios modelos con los diferentes protocolos de comunicación: *MDB, ejecutivo, ICP/MDB, BDV*, etc. Además de existir modelos denominados *2P* (2 protocolos) que nos permiten conectar 2 distribuidores automáticos a un único monedero sin necesidad de un *interface* adicional: *exe-exe, exe-mdb, bdv-mdb*, etc.

El monedero de cambio de FAGE también ofrece al operador la posibilidad de configurar franjas horarias de precios y descuent-

(Pasa a la pág. 108)

Nº 1 EN SISTEMAS DE TELECONTROL Y GESTIÓN DE MÁQUINAS VENDING EN TIEMPO REAL



KASBAH K100



KASBAH K100

SISTEMA PROBADO

SIEMPRE CONECTADO

GSM / GPRS

Control de
Stocks

Gestión de
Averías

KASBAH K200

Detección de
Fraudes

Reducción
de Costes

PROPORCIONE CALIDAD DE SERVICIO A SUS CLIENTES

(Viene de la pág. 106)

tos además de una serie de otras configuraciones enfocadas a la fidelización de los clientes. Y nos permite establecer entre 10 y 100 precios, pudiendo asimismo indicar un descuento por precio en el modo de 100 y hasta cuatro descuentos por precio en el modo de 10 precios.

La tecnología del futuro

En líneas anteriores, hemos podido conocer parte de las muchas prestaciones del monedero *Jedy*, pero son tres las características que hacen de él el monedero tecnológicamente más avanzado del mercado.

En primer lugar, su sencillez mecánica. El monedero está conformado por la carcasa y los dos motores de expulsión, los 4 tubos independientes y su tapa de protección; y por el validador de monedas que incluye el separador en un mismo conjunto. Estas tres partes principales pueden ser montadas y desmontadas sin la ayuda de ninguna herramienta y en pocos segundos, lo que facilita enormemente la limpieza, mantenimiento y reparación del monedero.

En segundo lugar, el sistema láser de validación de monedas. Esta tecnología, patentada por FAGE a nivel mundial, es obviamente la más precisa de las existentes hoy en día a la hora de validar y discriminar monedas. El sistema láser permite al monedero *Jedy* discriminar monedas falsas que no han sido "descubiertas" todavía, puesto que solamente acepta aquello para lo que ha sido programado, llegando incluso a rechazar el cospel de la moneda, de manera que nos garantiza la tranquilidad de saber que estamos evitando el

Ventajas para el profesional

- Máxima precisión de discriminación del mercado, que permite anular el fraude.
- Gran sencillez mecánica y electrónica, que evita la intervención del servicio técnico especializado en la mayoría de las incidencias.
- Facilidad de programación y mantenimiento sobre el terreno con el programador *P3000*, que reduce los costes de mantenimiento.
- Gran capacidad de los tubos, que evita la pérdida de ventas por falta de cambio.
- Dispensación de dos monedas simultáneamente, que permite acelerar las ventas en horas punta de consumo.
- Posibilidad de controlar la máquina remotamente, lo que hace factible optimizar los desplazamientos a las máquinas, reduciéndolos a los meramente imprescindibles. Además, esta característica se convierte en una poderosa arma comercial al ofrecer a los clientes potenciales una imagen de profesionalidad y garantías de buen servicio.

Sistemas
de venta y control, s.l.

fraude actual y los posibles fraudes futuros sin necesidad de realizar intervenciones técnicas a pie de máquina o de retirar el monedero para su reconfiguración. Además, y al contrario de lo que se pudiera pensar, la lente que utiliza el validador láser no es más vulnerable a la suciedad que los sistemas tradicionales, siendo su limpieza tan fácil como la de cualquier validador. Pero el validador no se limita únicamente al sistema láser, sino que utiliza otros sistemas complementarios de validación, de manera que *Jedy* asegura unos niveles de aceptación y discriminación inalcanzables para el resto de sistemas de pago.

Y en tercer y último lugar, la posibilidad de control remoto mediante tecnología *GSM*, incluso para los modelos más sencillos y económicos. Esta característica pone al alcance de cualquier operador, sea cual sea el volumen de su explotación, la posibilidad de monitorizar sus sistemas de pago (*Jedy*, *Giody* y *Giotto* de forma autónoma). Además de llevar a

cabo tareas de configuración y extracción de datos, el monedero nos permite conocer las incidencias más comunes de la máquina, así como vacío de producto o caja de recaudación llena, sin necesidad de visitarla.

Un paso por delante

Son ya varios años los que han transcurrido desde que FAGE aplicara con gran acierto conceptos como modularidad electrónica, sencillez mecánica, versatilidad de conexión de periféricos, conexión con sistemas sin efectivo, flexibilidad en la configuración del cambio (tubos independientes) y otros tantos. Conceptos que empiezan a ser, ahora, implementados por algunos fabricantes. Esta ventaja tecnológica, alimentada por la experiencia que acumula el monedero *Jedy*, permite a FAGE ofrecer productos de la más alta calidad y fiabilidad ●

Artículo facilitado por *Sistemas de Venta y Control, S.L.*



Innovending.

Polaris & Vega 680 una solución eficaz y completa para oficinas, laboratorios y medianas empresas.

El equipo formado por ambos modelos puede trabajar en master/slave con un único sistema de pago: bebidas calientes, distribuidor "table top" de 15 selecciones y hasta 270 vasos, el frío, distribuidor automático de espirales con una capacidad de 282 productos, a elegir entre latas, botellas y snacks. El duo Polaris & Vega 680 significa más libertad de elección y una calidad constante, en el tiempo, del producto erogado.

Bianchi Vending Group, un equipo de profesionales dedicados al desarrollo de nuevas tecnologías y servicios para dar respuestas completas a las necesidades específicas del mercado y entredar su propia visión.

"Somos líderes innovadores en el mercado global del vending."

Euvesa lanza al mercado las primeras bebidas enriquecidas con dispensación automática

La compañía Euvesa, Europea del Vending S.A., inició durante el pasado mes de febrero la comercialización de un sistema pionero de dispensación automática de bebidas de frutas, enriquecidas con vitaminas A, C, D, E, Calcio y Fibra. Tanto los productos –de formulación propia– como la máquina expendedora han sido desarrollados íntegramente por el área I+D de la empresa.

Mediante el dispensador, el cliente puede escoger entre tres selecciones de sabores: batido con fresas sabor a yogur, tropical con frutas sabor lácteo y mediterráneo con frutas sabor lácteo,

todos ellos con un 0% de materia grasa. Los zumos enriquecidos de Euvesa están dentro de la categoría de Bebidas Funcionales, denominación genérica que engloba aquellas bebidas que aportan beneficios al organismo como el metabolismo del colesterol, la mineralización de los huesos y la reducción de los factores de riesgo que provocan las enfermedades.

La compañía ofrece dos modelos de máquinas dispensadoras, la *Mix-Vital* y la *Mix-Vital SM*, incorporando ambas la última tecnología en grupos de frío y de erogación y diseñadas para ocupar el mínimo espacio •



Nuevo motoreductor Mellor

Mellor Electrics Ltd, uno de los fabricantes líderes especializado en motoreductores de precisión y ruedas dentadas para máquinas vending y otros destinos, cuyo distribuidor en España y Portugal es Ermec, ha presentado el nuevo MBT10. Formado por un motor de 12 ó 24 V DC y una caja reductora de plástico, lubricada y sellada por ultrasonidos, el MBT10 se convierte en una alternativa de bajo coste frente a las reductoras metálicas convencionales.

El nuevo sistema ha sido diseñado en unas bases modulares para dotar de máxima versatilidad –dos motores para diferentes ejes, elección de tres reducciones y tres salidas diferentes de eje *hex plug-in*, con posibilidad de montaje del eje delantero o trasero– •



Trident Instant Fresh, explosión de frescor instantánea

Trident, una de las marcas de chicles que lidera el mercado español, presenta la última tendencia para refrescar la boca: *Trident Instant Fresh*, una gama de caramelos en lámina sin azúcar que no llegan al milímetro de grosor y que se deshacen en la boca para ofrecer una sensación de frescor al instante.

Distribuido en pequeñas y manejables cajas, *Trident Instant Fresh* se puede colocar en cualquier bolsillo y es ideal para aquellas ocasiones en las que se desea tener un aliento más fresco en cuestión de segundos. Se trata de un producto que va más allá de los caramelos y los chicles. Estas finas láminas, que se deshacen en la boca sólo con humedecerse, son intensas y eficaces, y al consumirlas no se perciben •





EMPRESAS, ASOCIACIONES, ETC.

A&A BLUMED pág. 46
 AFEHC pág. 10
 AVEX..... pág. 26
 AZKOYEN pág. 8/78

BNF pág. 32
 BTA..... pág. 30

CANALETAS pág. 60
 CIALDOS pág. 94
 CUNO pág. 6

DA VENDING EXPO pág. 28
 DT VENDING pág. 84

EUROPS 2005 pág. 7
 EUROVENDING pág. 12
 EUVESA pág. 110
 EVA pág. 82
 EXPOVENDING pág. 24

FEDERACIÓN ESPAÑOLA
 DEL CAFÉ pág. 92

HOSTELEQUIP pág. 16

JOFEMAR pág. 96

LAVAZZA pág. 58
 LEAD FOOD SERVICE pág. 6

MEI pág. 44
 MELLOR..... pág. 110

NESTLÉ pág. 74

RESTAURA TECHNOLOGY pág. 8
 RHEAVENDORS págs. 6/54

SAECO pág. 34
 SHA pág. 28
 SIMAT pág. 6
 SISTEMAS DE VENTA Y CONTROL pág. 106
 SVG IBÉRICA pág. 68

TAM pág. 36
 TORREMOLINOS pág. 24
 TRATÉCNICA pág. 10/102
 TRIDENT pág. 110
 TUPINAMBA pág. 90

VENDIN pág. 100

Guía del proveedor

COMPONENTES Y MONEDEROS ELECTRONICOS



SISTEMAS DE VENTA Y CONTROL, S.L.
C/Doctor Antoni Pujadas, 24-26, local 1
08830 Sant Boi (Barcelona)

Tels.: 93 630 16 34/14 69 - Fax: 93 630 36 72
www: sistemasvc.com
e-mail: sistemasvc@sistemasvc.com

DISTRIBUIDORES DE MAQUINAS EXPENDEDORAS



Sant Ferran, 34-36 (Polígono Almeda)
08940 Cornellà de Llobregat (Barcelona) Spain
Tel.: +34 93 474 00 17 - Fax: +34 93 474 04 34
http://www.saeco-iberica.com
e-mail: saeco@saeco-iberica.com

Delegación Madrid

Pol. Ind. Prado de Regordoño, Torres Quevedo, nave 18
28936 Móstoles (Madrid) Spain
Tel.: +34 91 647 57 50 - Fax: +34 91 647 51 95



C/. González Dávila, 20 - 2ª Pta.
Polígono Industrial Vallecas • 28031 MADRID
Tel.: 91 380 22 00 • Fax: 91 380 26 52
e-mail: sep@tratecnica.com

FABRICANTES DE MAQUINAS EXPENDEDORAS



AZKOYEN INDUSTRIAL, S.A.

Avda. San Silvestre, s/n.
31350 Peralta (Navarra)
Tel.: 948 70 97 09
Fax: 948 70 97 08
Télex: 37799AZCO-E



JOFEMAR, S.A.

Ctra. de Marcilla, Km. 2
31350 Peralta (Navarra)
Tel.: 948 75 12 12
Fax: 948 75 04 20
http://www.jofemar.com

PRODUCTOS PARA EL VENDING



Dirección y Pedidos:

Camino de las Huertas, 18
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel.: 91 715 43 20 - Fax: 91 352 46 50
e-mail: ventasblender@airtel.net



Rambla Catalunya, 18 - 4º izqda.
08007 Barcelona
Tel.: 93 342 75 70 - Fax: 93 342 75 11
e-mail: dgasull@brita.net - www.brita.net

PARA MAYOR
INFORMACIÓN
TEL.: 93 226 50 33



CANALETAS, S.A.
Ronda de Llevant, 10 - 08820 El Prat de Llobregat (Barcelona)
Tel.: 902 117 096 - Fax: 93 435 06 04
Delegación Madrid: Tel.: 91 798 66 61
http://www.canaletas.es - e-mail: canaletas@canaletas.es

Guía del proveedor

Cafés Malongo **LOS CAFÉS MALONGO, S.L.**

C/. Aragón, 308 • 1º-2ª
08009 Barcelona
Tel.: 93 272 26 81
Fax: 93 272 26 82

PREPARADOS ALIMENTICIOS SIMAT, S.L.

 Pol. Ind. Camp de la Serra
C/ Caseta de l'Hort, s/n
08781 HOSTALETS DE PIEROLA (Barna)

PRODUCTOS SOLUBLES PARA M.A.:
LECHE, CACAO, CAFÉ, INFUSIONES, etc.

902 44 53 00

Nestlé FoodServices

BARCELONA:
Edificio Nestlé
Avda. Países Catalanes, 25-51
Tel: 93 473 60 00
08950 Esplugues de Llobregat (Barcelona)

MADRID:
Eloy Gonzalo, 27, 1ª
Tel: 91 447 10 00
28010 Madrid

SEVILLA:
Avda. Luis Montoto, 107-113,5ª
Tel: 95 457 90 55
41007 Sevilla

Lead SERVICE FOOD

Línea integral de distribución para M.A.

902 445 300

LEAD FOOD SERVICE, S.L.
e-mail: info@leadfs.com
www.leadfs.com



VENDIN

ESPAÑA Vendin SL
C/Coto de Doñana, 15 - Area Empresarial Andalucía
28320 Pinto - Madrid
0034 91 691 91 04 - 0034 91 691 91 45

Delegación Barcelona
93 682 43 66 - móvil 609 677 718

Delegación Sevilla
954 776 613 - móvil 639 329 317

TUPINAMBA CAFÉS

Tupinamba S.A. Agricultura 99-103
08019 Barcelona . España

Tel +34 93 308 21 58 - Fax +34 93 307 49 62
e.mail: cafes@tupinamba.com
www.tupinamba.com

ARISTEA

VASOS, PLATOS, CUBIERTOS, VASOS DE VENDING,
VASOS DE FUENTES, PALETINAS, SNACK DE VENDING,
ENVASES PARA HOSTELERÍA

A & A BLU MED, S.L.
C/ Sicilia, 212-214 entlo. 6ª - 08013 BARCELONA- ESPAÑA
TEL. + 34 93 244 97 40 - 93 645 81 48 Móvil 610 522 735
FAX + 34 93 645 81 52 - 93 265 78 08
aa@blumed.org www.blumed.org
ZONA ANDALUCÍA: 609 332 561 - FAX 95 232 83 83

CUNO

Water Filter Systems Foodservice

Delegación para España y Portugal
Kader Raiss
Cuno Spain
Calle Lepanto, 137, 3º 2ª
08013 Barcelona
Tel: +34 93 860 15 44
Fax: +34 93 860 15 49
Móvil: +34 609 98 49 20
Email: kraiss@cuno-europe.com

Central Europea
Steve Slark
21, Woking Business Park, Albert Drive
WOKING GU21 5JY, Surrey (UK)
Email: foodservice@cuno-europe.com
sslark@cuno-europe.com
www.cuno.com

ESPACIO RESERVADO PARA USTED



ANUNCIANTES

A&A BLUMED págs. 35/53/97
 AZKOYEN INDUSTRIAL pág. 25
 AZKOYEN MEDIOS DE PAGO ... págs. 21/77

BIANCHI VENDING GROUP págs. 11/109
 BLENDER pág. 91
 BRITA pág. 89

CAFÉS CASTEL pág. 99
 CAFÉS MALONGO pág. 43
 CANALETAS pág. 51
 CIALDOS pág. 83
 COSMETAL pág. 41
 CUNO pág. 75

DT VENDING pág. 85

ELATER pág. 103
 EUROVENDING pág. 13

GM VENDING Contraportada
 GPE VENDORS Interior contraportada

HOREQ pág. 31

INNOVENDING pág. 39

JOFEMAR pág. 15

KILOWATT pág. 107

LAVAZZA págs. 22/23
 LEAD FOOD SERVICE Interior portada/
 pág. 3

NECTA pág. 63
 NESTLÉ Pág. 55

OFIBENDING pág. 45

RHEAVENDORS pág. 81

SAECO pág. 59
 SIMAT pág. 7
 SISTEMAS DE VENTA Y CONTROL pág. 33
 SOMAK pág. 9
 SVG IBÉRICA págs. 29/71

TAM Portada
 TORREMOLINOS pág. 27
 TRATÉCNICA pág. 105
 TUPINAMBA pág. 19

VENDIN pág. 67
 VENDISER págs. 72/73

ZUMEX pág. 49
 ZUMMO pág. 57

Máquinas refrigeradas

Fotocélula incorporada de serie sin cargo.

Nuevos colores internos y externos.

36 modelos distintos



DRX 20/3
72 botellas 0'5 L.
36 latas.



DRX 20/4
4 bandejas



DRX 25
5 o 6 bandejas



DRX 40
5 o 6 bandejas



DRX 30
6 bandejas



DRX 50
6 o 7 bandejas



DRX 30 Elevator
DRX 50 Elevator

Promoción Feria Eurovending '05
Ascensor sin cargo en los modelos
DRX 30 y DRX 50.



Bandeja acero inoxidable
de recogida de producto

Nueva
Scudo



DRX 30 Scudo
DRX 50 Scudo
Antivandálica



Temperatura
3°C



DFD 3°C
6 a 10 discos

Delegaciones o Servicio Técnico en toda España.
Tel. Coordinación servicios: **902 998 104**

Baterías

Gourmet



DBX 20 Classic + DRX 25

Gran Gourmet



DBX 20 Classic + DRX 40

Gran Complet



DRX 50 + DBX 50 + DFD 3°

Máquinas bebidas calientes



DBX 20 Classic
(con batidores, café en grano)
300 servicios automáticos
Nuevo interior



DBX 20 In Cup
Sistema "producto en vaso"
8 selecciones
650 servicios



DBX 50
(con batidores, café en grano)
800 servicios automáticos



DBX 20 Classic
Instant
(soluble con
batidores)
300 servicios
automáticos



GPE
Vendors

Via Trajana 50-56, nave 36
08020 Barcelona
Tel: 933 522 291, Fax: 933 522 295
www.gpevendors-es.com

**10 años contigo
aportando soluciones**



GM vending
La respuesta inteligente

Tel: 948 36 82 38
www.gmvending.com