

Mundo **VENDING**

TÉCNICAS Y SERVICIOS

REVISTA TÉCNICA INDEPENDIENTE AÑO XIV Nº 86

NESCAFÉ®



en cualquier lugar, en cualquier momento

Precio Calidad Producto Servicio Precio Calidad

Sólo existe un VENDOR

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

SUMARIO

NOTICIAS

MEJORAS EN LA DISPENSACIÓN DE PRODUCTOS DE LOS EQUIPOS DE NECTA	6
ACV: REENCUENTRO EN CAN CARRAU	6
NUEVO DELEGADO DE RHEAVENDORS EN CATALUNYA	8

FERIAS

MÁS DE 15.000 VISITANTES EN FER-INTERAZAR	10
CERCA DE 800 EMPRESAS MUESTRAN LAS ÚLTIMAS NOVEDADES EN HOREQ	14
EQUIPAEMPRES REÚNE A UN TOTAL DE 62 FIRMAS	18

SECTOR

LOS PROFESIONALES DEL VENDING SE REÚNEN EN EUSKADI	24
--	----

EMPRESA

NUEVA SEDE DE SVG IBÉRICA	28
RHEAVENDORS SIEMPRE A SU SERVICIO	32
CALENDARIO LAVAZZA 2006, GLAMOUR EN EL AIRE	34
BENEFICIOS DEL MEI CASHFLOW 7900	48
LA DIETA MEDITERRÁNEA LLEGA AL VENDING CON LEAD FOOD SERVICES	54
SNACKS DE NESTLÉ, GARANTÍA DE CALIDAD	56
VENTAJAS DEL FILTRO AQUAPURE DE CUNO	64
AZKOYEN COMPRA COGES	66
GPE VENDORS. EL VENDING EN BARCELONA DEGUSTA	68
ZUMMO INAUGURA SUS NUEVAS INSTALACIONES	70

INFORME

LOS CONSUMIDORES DE VENDING, DEGUSTADORES DE CAFÉ Y ENAMORADOS DE LO DULCE	36
--	----

REPORTAJE

LQS: SERVICIO INTEGRAL DE LOGÍSTICA QUE APORTA FLEXIBILIDAD Y MEJORA DE COSTES A LAS EMPRESAS	40
---	----

ASOCIACIONES

LAS NORMAS EVA GRATIS EN LA WEB	52
---------------------------------------	----

TEMAS

LA ISO 22000 GARANTIZARÁ LA SEGURIDAD ALIMENTARIA	60
---	----

POR DESCUBRIR

HILTON INTERNATIONAL INAUGURA SU SEGUNDO HOTEL EN BARCELONA, EL HILTON DIAGONAL MAR	76
---	----

MAQUINARIA Y PRODUCTOS

TERMINALES TEKNET RI PARA CAPTURA DE DATOS CON RADIOFRECUENCIA	78
--	----

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. 86 Noviembre-Diciembre 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

FIP
FEDERACIÓN INTERNACIONAL
DE LA PRENSA PERIÓDICA

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



Sector de futuro

Una vez más, la industria de la venta automática ha estado presente en la tercera edición de Horeq, Salón del Equipamiento para Hostelería, que cerró sus puertas el 22 de octubre en la Feria de Madrid, con la asistencia de 16.000 profesionales y 784 empresas representadas, en una superficie neta expositiva de 17.540 m². Cumpliendo con las expectativas de la organización –Ifema–, Horeq ha aumentado la cifra de visitas en un 10% con respecto a la edición de 2003, convirtiéndose en un certamen cada vez más profesional, según diversas opiniones recogidas por *Mundo Vending*, que acudió al salón como empresa expositora. Como en toda muestra comercial de cualquier feria, las novedades son las principales protagonistas. Y en esta ocasión, Horeq ha resultado ser el escaparate perfecto.

Y si importantes son los salones feriales, no hay que perder de vista tampoco los encuentros que protagonizan los profesionales del vending para tomar el pulso al sector y avanzar en soluciones beneficiosas para el conjunto de la industria. Este es el caso del IV Encuentro de Profesionales de Vending de Euskadi –celebrado el pasado mes de octubre–, un foro de debate cuya edición de este año ha logrado un gran éxito de convocatoria y donde se han tratado temas de actualidad como los nuevos retos de la venta automática ante las recientes normativas de la UE y el compromiso de los profesionales de apostar por la internacionalidad en un mercado cada vez más global.

En definitiva, una jornada con una conclusión prometedora de la mano de los organizadores: el vending es un sector de futuro, con una oferta avanzada de calidad y un amplio recorrido.

El Editor

MUNDO VENDING



Tupinamba rejuvenece

TUPINAMBA
SINCE 1897

La nueva imagen de Tupinamba

En el rediseño de la marca Tupinamba se ha tenido muy presente su historia gráfica de más de cien años, que siempre se ha caracterizado por sus tipografías de fuerte personalidad que han ido evolucionando y actualizándose. En la Nueva Identidad, su imagen tiene personalidad pero es más clara y sutil, ya no es tan pesada y recargada. Su nuevo estilo visual es más limpio y contemporáneo. La tipografía es una mezcla de caracteres que transmiten a la vez innovación y experiencia. Al logotipo se le incorpora un símbolo que alude al perfil de la crema del café dentro de la taza.

Esta síntesis visual de la crema untuosa es el icono de un espresso perfecto y de la calidad del producto. Su base cromática es el negro del café, el ocre de la crema del espresso y el blanco de la taza. El resultado es una imagen actual y sobria que evoca a los atributos de la empresa: innovación, modernidad, experiencia, calidad y cercanía al cliente y consumidor. La implantación total de la nueva imagen corporativa está prevista a finales del 2006, conviviendo hasta entonces las dos imágenes: la que nos acompaña desde 1990 y la futura.

MÁS DE CIENTO AÑOS Y TAN JOVEN

A pesar de sus más de 100 años de historia –la compañía nace en 1897–, Tupinamba se caracteriza por ser una empresa joven y actual y fruto de esta modernidad ha decidido renovar su Imagen Corporativa rediseñando el conjunto de elementos que conforman su identidad visual, un proceso que culminará a finales de 2006. Por el momento, convivirán la imagen que le acompaña desde 1990 con los nuevos diseños.

En esta nueva identidad, la empresa mantiene su personalidad con un espíritu innovador, creativo y moderno pero es más clara y sutil, menos recargada, según afirma la propia compañía desde su página web (www.tupinamba.com).

El logotipo incorpora un símbolo que elude al perfil de la crema del café. Su base cromática es el negro del café, el ocre por la crema del buen espresso y el blanco de la taza ●

Reencuentro en Can Carrau

Coincidiendo con el cierre de esta edición, la Asociación Catalana del Vending (ACV) convoca el día 23 de noviembre el tradicional encuentro en el restaurante de Can Carrau (Barcelona), una comida que se celebra anualmente y en la que de forma distendida tanto proveedores como operadores del sector, asociados o no, tienen la oportunidad de reencontrarse y expresar sus inquietudes y puntos de vista en torno a la actualidad del vending ●



Asistentes a la comida organizada por ACV en 2004

Mejoras en la dispensación de productos de los equipos de Necta

Para evitar problemas en la dispensación de productos solubles generados por la humedad de determinados ambientes, Necta ha realizado una serie de modificaciones en el sistema de sus máquinas:

- **Kikko:** Está disponible el kit código 960182 que hace que el extractor funcione tan sólo cuando se está dispensando una bebida. Esto supone una mejora en el caso de que las condiciones ambientales sean críticas, puesto que la humedad puede producir atascos en la salida de los productos solubles. Para su funcionamiento es necesario que la versión del programa de la máquina sea 1.2 DEX o superior.



- **Máquinas Instant:** En las versiones de solubles, los modelos *Astro* y *Kikko* incorporan de serie un calentador en la rampa de caída del producto. De este modo se consigue mantener una temperatura constante y evitar así que puedan quedar restos de humedad que pueden provocar futuras averías ●



PARA LOS MANIÁTICOS DEL ESPRESSO,

DE LOS MANIÁTICOS DEL ESPRESSO.



EL ESPRESSO PERFECTO EN CUALQUIER LUGAR, TAMBIÉN EN EL VENDING.

- ▶ Ha llegado Lavazza BLUE, un **revolucionario sistema** de venta automática que **garantiza un espresso** siempre perfecto gracias a sus cápsulas individuales.
- ▶ El secreto de Lavazza BLUE son sus **innovadoras cápsulas selladas**, que contienen y protegen **los mejores blends Lavazza**. De esta manera, el aroma y la frescura del café permanecen inalterados.
- ▶ Con Lavazza BLUE, **vuestro negocio** estará presente en oficinas, grandes empresas, lugares públicos y hogares, porque contamos con una



amplia **gama de máquinas capaces** de adaptarse a cada necesidad de espacio y consumo.

Además, contaréis con la garantía de un partner como Lavazza, sinónimo de éxito en el sector del café espresso.

Vosotros que trabajáis con verdaderos maniáticos del espresso, sabéis que nunca renunciarían a un buen café. Lavazza BLUE, es la mejor opción para vuestros clientes.

Para más información llama al **902 888 101**

▶ BEST ▶ LAVAZZA ▶ ULTIMATE ▶ ESPRESSO



Último viaje de Solà

El pasado día 31 de octubre nos dejaba un hombre cuyas vivencias han servido a muchos para conocer el maravilloso y, a su vez, desconocido mundo del café. Albert Solà i Trill falleció en Barcelona a la edad de 69 tras una larga lucha contra la enfermedad que le acompañó en sus últimos años.

Amante del mar y de la navegación a vela (su último deseo era ser enterrado en el Cementerio de Montjuic de cara al mar), fue el precursor de la Ruta del Café, promovida por el Forum Cultural del Café. Solà recorrió los principales países productores para descubrir las diferentes formas en que el café influye en la cultura de cada país. Una iniciativa pionera de la que Solà nos ha dejado para el recuerdo sus mejores experiencias a bordo de su velero Itaca, que hemos ido descubriendo "sorbo a sorbo", como el buen café.

Desde siempre vinculado al café, Albert Solà dirigió una plantación familiar de café y cacao en Guinea Ecuatorial recién terminados sus estudios universitarios. Decía Solà, que inició esta aventura de la Ruta del Café a los sesenta y cinco años, que la jubilación es el momento para realizar sueños aparcados. Y él así lo hizo, haciendo realidad su deseo de dar a conocer al mundo otras culturas y tradiciones en torno a este cultivo.

Desde estas líneas, queremos transmitir nuestras más sinceras condolencias y más sentido pésame a familiares y amigos.

TAM con el Club Super3

Los días 12 y 13 de noviembre, el Estadio Olímpico de Barcelona acogió la tradicional fiesta infantil organizada por el Club Super 3, en la que estuvo presente TAM a través de 10 de sus máquinas de palomitas "Compact". Las palomitas de TAM son 100% naturales puesto que no contienen grasas ni aceites, lo que las convierte en un producto ideal para los niños.

Nuevo delegado de Rheavendors en Catalunya

La compañía informa sobre la reciente incorporación en su plantilla para ocupar el cargo de delegado, de Antonio Cruz, el cual será desde Gavá, el responsable para el mercado de Catalunya, continuando en la línea de ofrecer y dar el mejor servicio a todos los clientes de Rheavendors España.



Antonio Cruz

La firma le da la bienvenida y le desea los mayores éxitos en este nuevo proyecto profesional. Asimismo, Rheavendors aprovecha estas líneas para agradecer la aportación profes-

sional y personal que la anterior delegada, Mercedes Zuzuarregui, ha ofrecido durante el período que ha permanecido en la organización •

ESPRESSO cap[®]

 El verdadero expreso

ALTINI CG

La revolución del Vending



A un precio excepcional con un sistema excepcional!

Calidad, robustez y fiabilidad. Una patente mundial, garantía de éxito asegurado.



BOMBA DE 15 BARES

4 mezclas de los mejores cafés cremosos



Espresso Decaffeinato

Espresso GranAroma



Espresso TopClassic

Espresso LongCap

Rentabilidad asegurada gracias a nuestra gran acción promocional!

Hazte nuestro socio contactando con nuestro agente exclusivo

Salvador Espriu 43 Local 6
08005 Barcelona

Tel. +34 932 247211 - Fax +34 932 210543



ESPRESSO CAP - ITALY
Tel. +39 02 9036931 - Fax +39 02 90361122
E-mail: info@espressocap.com



Más de 15.000 visitantes en Fer-Interazar

La próxima edición del certamen tendrá lugar los días 27, 28 y 29 de septiembre de 2006

La XXV edición de la Feria Internacional del Juego "Fer-Interazar 2005" cerró sus puertas el pasado 30 de septiembre en el Recinto Ferial Juan Carlos I de Ifema, con un balance de cifras más que positivo tras sus 3 días de celebración. Un total de 153 expositores (2004:138) distribuidos en una superficie de exposición neta de 9.772 m² (2004: 8.835), y 15.163 (2004: 13.000) visitantes profesionales que pudieron conocer la oferta de unas 2.000 máquinas y otros elementos expuestos, son los datos finales que ha facilitado la organización, Grupo Interazar de Inversiones.

Concretamente, el recinto ferial madrileño congregó a 208 expositores indirectos (27 extranjeros) y 392 empresas representadas (211 extranjeras de 52 países). Por su parte, el número de profesionales internacionales que decidió desplazarse hasta la feria fue de 3.113 visitantes.

Calendario 2006

Mundo Vending participó, un año más, en esta feria e hizo el seguimiento de algunas de las firmas presentes en el salón, que forman parte del colectivo de fabricantes de equipos, productos y servicios relacionados con el sector de la venta automática: Azkoyen Medios de Pago, Jofemar, GPE Vendors, Mecaban, MasterFot, Iberselex, Money Controls, Hispacounter, Recreativos Presas, TAM, Top Codex, Top Counter, entre otros.

Fer-Interazar 2006 tendrá lugar del 27 al 29 de septiembre del año que viene.

Por otra parte, la organización también ha facilitado a *Mundo Vending* las fechas de la edición 2006 de la Feria Andaluza del Recreativo, que se desarrollará en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga del 8 al 10 de marzo del año próximo •



Azkoyen



Jofemar



GPE Vendors

Oferta expositora

Máquinas A, B y C; Máquinas B especiales Bingo y Salones, máquinas deportivas: billares, futbolines, dardos, dianas electrónicas; juegos infantiles; parques de ocio; expendedoras; **vending**; maquinaria para bingos; maquinaria para casinos; contadoras; componentes electrónicos; industria auxiliar; sistemas de seguridad; informática para el recreativo; Internet; asesoría y servicios; otros.



Money Controls



Mecaban



MasterFot



Iberselex



Momento del corte de la cinta inaugural a cargo de Edmundo Ahijón, director general de Ordenación y Gestión del Juego de la Comunidad de Madrid



Un total de 153 expositores distribuidos en un área de unos 10.000 m² dieron a conocer la oferta de cerca de 2.000 máquinas y otros elementos expuestos

**¡ Máximas opciones de consumo
en el mínimo espacio !**



Group 200

La oferta más amplia de bebidas en un distribuidor de nueva concepción totalmente automático.

Café espresso, café largo, cortado, café con leche, café descafeinado, cortado descafeinado, chocolate, cappuccino, cappuccino descafeinado, café con leche descafeinado.

Pasión por el café

Saeco



Cerca de 800 empresas muestran las últimas novedades en Horeq

El salón recibe la visita de 16.000 profesionales, lo que supone un incremento del 10% respecto a la edición de 2003



El Salón del Equipamiento para Hostelería, Horeq 2005, cerró su tercera edición el pasado 22 de octubre en la Feria de Madrid, con un notable éxito comercial tras cuatro días de intensa actividad. La afluencia de visitantes profesionales ha alcanzado las 16.000 visitas en esta convocatoria, cifra que supone un incremento del 10% respecto a la anterior edición de 2003 y que cumple con las expectativas de la organización, IFEMA.

La viceconsejera de Econo-

mía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid, Concepción Guerra, fue la encargada de inaugurar la feria, donde han estado representadas 784 empresas (334 expositores directos-171 de nueva contratación), que han ofrecido una amplia panorámica del sector, con lo último en equipamiento para hostelería; lavandería y limpieza; **ven-**
ding; alimentación fuera del hogar; mobiliario y decoración; lencería y textil; mesa y menaje; baño, ocio, deportes, instalaciones, etc.

El récord de participación logrado, así como su elevado ni-

vel de representatividad internacional (el 38% de las empresas eran extranjeras de 11 países) han marcado un punto de inflexión este año. En total, se ha contratado una superficie neta expositiva de 17.540 m², en los pabellones 4, 6 y 8 de la Feria de Madrid.

Novedades

Así, los visitantes profesionales han podido conocer los últimos aparatos en absorción de humos del tabaco, máquinas para elaborar cervezas propias, licuadoras que consiguen 30 litros por hora y dis-

positivos que vibran y avisan a los clientes cuando la mesa está lista, además de vajillas, manteles o cuberterías que favorecen la decoración de los establecimientos.

Con la nueva ley del tabaco, que entrará en vigor en 2006, los restaurantes, bares y hoteles se ven obligados a realizar un serio esfuerzo de adaptación, ya que las zonas de fumadores permitidas serán muy reducidas y casi todas al aire libre. La solución viene dada de la mano de Delphia, con la presentación de sus lámparas de cuarzo, un sistema de calefacción exterior novedoso, sin gas, sin olores, sin ocupar espacio, de fácil instalación, con muy bajo consumo y sin mantenimiento, que permite hacer uso de las terrazas durante todo el año, ampliando de esta manera la zona de fumadores permitida por la nueva normativa y rentabilizando considerablemente su negocio. También se presentó un nuevo sistema de climatización por vaporización, con el que además de enfriar el ambiente se eliminan los humos del tabaco, consiguiendo una mejor calidad del aire en espacios cerrados.

De la mano de Saeco, se expuso una nueva gama de máquinas de café, para obtener el expreso de más alta calidad. Su revolucionario diseño simplifica y hace más rápido y eficaz el trabajo de los profesionales de la hostelería.

Jornadas y actividades

Asimismo, se ha desarrollado un intenso programa de ac-

(Pasa a la pág. 16)



Entrada principal de IFEMA



Necta Vending Solutions



Cosmetal



Zumex Máquinas y Elementos



Saeco Ibérica



Patatas Fritas Vicente Vidal

(Viene de la pág. 15)

tividades y jornadas técnicas, que ha servido para tomar el pulso a la situación que vive el sector hostelero y analizar las tendencias de este mercado. Han destacado la presentación del estudio "Los sectores de la hostelería en España", por parte de la Federación Española de Hostelería, FEHR; "Banqueting '05. Aplicaciones de la Línea Fría en el Catering de Banquetes"; el encuentro de capacitación de hostelería "Equipamiento para Hostelería"; el "Programa de calidad del aire interior, soluciones prácticas a la ley del tabaco en hoteles", y la mesa redonda "Hostelería y restauración: la importancia del servicio".

En Horeq 2005 ha tenido lugar también el VIII Certamen Nacional de Gastronomía, en el que once chefs de diferentes comunidades autónomas han competido para proclamarse campeones y representar a España en el II Certamen Internacional de Cocina Hispánica en 2006. El ganador de esta edición, elegido por un jurado presidido por Pedro Larumbe, ha sido Víctor Manuel Marta, de Aragón. Por su parte, la Federación Española de Barmans ha tenido un papel muy activo en el salón con la celebración del Taller de Coctelería y el I Festival de Coctelería.

El Bar sin barreras, con los criterios de accesibilidad que deben reunir estos locales; las demostraciones del proceso de Línea Fría y diferentes catas de vino y quesos, entre otras actividades, han enriquecido la convocatoria ●

Un total de 284 empresas han expuesto las últimas novedades en el salón



Vendiser



Sulcus AHE, s.l.



Frucosol



Mundo Vending



Zumos, s.l.

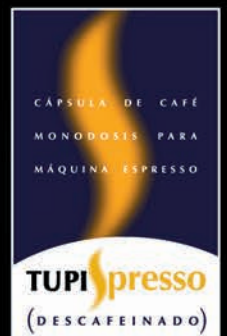
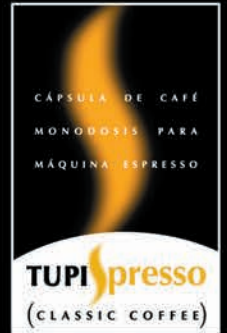
El Espresso Más Perfecto por Sistema



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



Equipaempres reúne a un total de 62 firmas

La oferta de ambos certámenes –Equipaempres y Todo Comercio– atrae la visita de 4.000 profesionales



Más de 60 empresas expositoras acudieron a Equipaempres 2005

Alicante se convirtió en cita obligatoria para el profesional de la hostelería y la restauración gracias a la celebración, del 6 al 8 de noviembre en el marco de la Institución Ferial Alicantina (IFA), de la 3ª Feria Profesional de Equipamiento, Alimentación y Suministros para Empresas de Hostelería y Restauración, Equipaempres, y de Todo Comercio, 2ª Feria Profesional de Equipamiento Comercial.

Ambos salones recibieron la visita de 4.000 profesionales, una cifra muy similar a la alcanzada en la pasada edición de 2004. En Equipaempres estuvieron presentes 62 firmas, lo que ha supuesto un incremento de un 20% respecto a 2004. Dichas empresas ocuparon una superficie cercana a los 3.000 m². Todo Comercio, por su parte, contó este año con la participación de 20

firmas expositoras, que ocuparon una superficie aproximada de 1.000 m².

El dato ha sido aceptado positivamente por los organizadores de ambas ferias, puesto que hace dos años se registró un aumento del 60% y en la recién concluida convocatoria se ha conseguido mantener dicho nivel, según apunta la organización. Javier Luri, presidente de Equipaempres, ha destacado:

"Estamos satisfechos con los resultados puesto que la cifra alcanzada significa que la feria se está consolidando. Asimismo, en esta edición hemos mejorado en la calidad del visitante puesto que hemos recibido un mayor número de visitantes profesionales, que es nuestro principal objetivo".

La inauguración oficial de los dos salones corrió a cargo del director general de Industria y Comercio de la Conselleria de Empresa, Universidad y Ciencia, José Miguel Salavert. Tras el corte de cinta, se realizó una visita oficial al certamen y, posteriormente, se llevó a cabo la celebración de un Vino de Honor en la sala de autoridades del Pabellón I de la IFA.

(Pasa a la pág. 20)



Diversos profesionales intercambian impresiones a la entrada de la Institución Ferial Alicantina



Diversos distribuidores de fabricantes de productos y maquinaria del sector de la venta automática

(Viene de la pág. 18)

Programa paralelo

Al igual que ocurrió en la edición de 2004, Equipaempres estuvo acompañada de una serie de actividades que, con carácter paralelo al certamen, complementaron su oferta. Entre éstas, destaca la celebración de diversas charlas coloquio sobre temas de actualidad que afectan al sector. Este es el caso de la conferencia que impartió, bajo el título "Gripe aviar", Cristina Martínez, directora del Dpto. de Higiene Alimentaria de CMC Asesores. La charla estuvo orga-

nizada por la Asociación Nacional de Manipuladores de Alimentos.

La más exitosa de las actividades fue la celebración del "Primer Concurso de Ensaladas de la Comunidad Valenciana". En él participaron ocho profesionales de la restauración que durante una hora ofrecieron un colorido espectáculo a los numerosos asistentes al certamen que se detuvieron para contemplar el desarrollo de la competición. Los tres ganadores fueron Jesús Robles, que se alzó con el primer premio consistente en un cheque por valor de 600 euros más una placa honorífica; Francisco Reverte, que

quedó en segundo lugar con un premio de 300 euros más placa, y en último lugar, Rafael Molina, con un premio de 100 euros más el galardón. Los premios entregados fueron patrocinados por Máquinas de Venta, S.L., Servicios Hosteleros Imperial, S.L.U., y Dialsur, S.A.

Asimismo, durante la celebración de Equipaempres se desarrollaron diversas degustaciones, así como una cata de vinos ofrecida por el Consejo Regulador de Vinos de la Provincia de Alicante. También hubo tiempo para realizar una charla acerca de los "Tipos de cafés con cata y tueste de cafés" ●



José Miguel Salavert corta la cinta de inauguración de ambos certámenes, acompañado a su derecha de Javier Luri, presidente de Equipaempres, y a su izquierda de Modesto Crespo, presidente de la Institución Ferial Alicantina



El director general de Industria y Comercio atiende a los medios de comunicación durante su visita al recinto

An event

you can't
afford
to miss !

Venditalia
2006

the leading
international show
for automatic vending
has moved to Milan

fieramilanocity

march 29 - 1st april 2006

Information:

Venditalia Servizi S.r.l.

Via M.U. Traiano, 7 - 20149 Milano - Italy - tel. +39 02 33105685 - fax +39 02 33105705
www.venditalia.com - venditalia@venditalia.com

La IMA crece de nuevo

Del 17 al 19 de enero de 2006 en el recinto ferial de Nuremberg



Petra Lassahn,
directora de
la IMA

La Feria Especializada Internacional de Expendedores Automáticos y Máquinas de Juego, IMA 2006, vuelve a su cita anual del 17 al 19 de enero del próximo año en la ciudad alemana de Nuremberg.

La organización del evento, Reed Exhibitions, entrevista a la directora del certamen, Petra Lassahn, para saber más acerca de la próxima edición de la IMA. Lassahn vuelve a ocupar su cargo desde el pasado mes de agosto, tras cinco años de ausencia y habiendo sido directora ya desde 1994 a 2000.

–Con optimismo moderado cabe evaluar el proceso que ha sufrido la IMA este año, el cual da la impresión, especialmente en el mercado alemán, de caracterizarse de nuevo por la falta de renovación de las prescripciones reguladoras del juego, la cual tendría que haber supuesto una liberación y homologación de las normas europeas. ¿Qué espera usted con este telón de fondo para la IMA 2006?

–La Agrupación de las Máquinas Automáticas Alemana (VDAI) se empeña con afán desde hace años en que la prescripción reguladora de juegos de 1953 se adapte, finalmente, a las realidades imperantes en Europa, de modo que pueda aumentar la igualdad de los participantes en el mercado y se abra el camino para nuevos e innovadores productos. Es un hecho, como afirma el presidente de la VDAI, Paul Gauselmann, que la cifra de máquinas automáticas recreativas colocadas en Alemania decrece desde hace años. Con la renovación de la regulación legal se crearían las condiciones para un crecimiento más rápido y más acorde con los tiempos.

–Con el cambio de la IMA de Frankfurt a Nuremberg se esperaba hace cinco años que la feria se desarrollara en dirección al este. ¿Se han cumplido las expectativas?

–En anteriores ediciones, ha podido comprobarse cómo la IMA atrae cada vez más a expositores de los países europeos del este, especialmente de Rusia, Eslovaquia, Eslovenia, Polonia, Hungría y la República Checa, los cuales presentan un alto potencial de inversiones.

–La IMA dura ahora tres días en lugar de cuatro, como venía siendo de costumbre, ¿cuál es el motivo para esta reducción de la duración del certamen?

–La IMA ha tenido siempre como pretensión particular y al contrario que otras ferias, ofrecer menos show y concentrarse más en los negocios. Según las encuestas realizadas regularmente entre los visitantes, cerca del 60% de éstos compra directamente en la IMA o realiza negocios inmediatamente tras el salón. Más del 80% establece nuevos contactos comerciales con toda precisión y a alto nivel, ya que cuatro de cada cinco visitantes de la IMA son los llamados "Gate-Keepers", es decir, personas con capacidad de decisión exclusiva o de asesorar a la hora de llevar a cabo los contratos.



La experiencia nos muestra que, por esta causa, no tiene sentido retener a los compradores por medio de celebraciones paralelas dentro de la IMA y no darles la posibilidad de mantener conversaciones de compras con nuestros expositores •

Venditalia estrena sede y logo para 2006



En abril de 2004, la Feria de Génova albergó la última de las convocatorias que Venditalia celebraría en esta ciudad italiana. La organización de la Exposición Internacional de la Distribución Automática –CONFIDA (Asociación Italiana de la Distribución Automática)– decide trasladar el certamen en su quinta edición de Génova a Milán, el cual tendrá lugar del 29 de marzo al 1 de

abril de 2006. La feria ocupará una exposición neta de más de 20.000 m² (pabellón 16/I y 16/II de Fiera Milano).

Los organizadores tomaron la decisión de adentrarse en el corazón de Europa, a fin de responder a las peticiones de un cada vez mayor número de expositores.

Pero no sólo estrena sede este salón italiano, sino que la convocatoria de 2006 depara otras muchas novedades como una nueva imagen corporativa que incluye un atractivo logotipo de la feria y un nuevo portal en Internet mucho más cercano al profesional.

Venditalia nace en 1998 y registra ese mismo año unas cifras de participación de unas 175 em-

presas internacionales distribuidas en un espacio expositivo de más de 22.000 m² y 10.000 operadores provenientes de todo el mundo.

La evolución es evidente: la edición de 2004 reunió a un total de 255 expositores (204 de Italia y 51 extranjeros) en un área bruta de exhibición de 40.000 m² y neta de 10.106 m² (9.414 m² de Italia y 692 m² pertenecientes a empresas internacionales). El número de visitantes que se acercó al recinto ferial de Génova para conocer las últimas novedades de la industria de la venta automática fue de 9.086 italianos y 4.754 de fuera del país, lo que suma un total de 13.840 profesionales •

Cerca de 161.000 compradores acuden a la 28ª Anuga



Para los 6.294 expositores de 108 países (2003: 6.038) que han presentado sus ofertas en la Anuga 2005, los contactos y negocios que han realizado del 8 al 12 del pasado mes de octubre en Colonia han tenido como marco el mundo entero. Un 83% de las empresas participantes procedían del extranjero. Entre los compradores, la cuota de participación internacional se ha incrementado de nuevo levemente alcanzando el 55%. En total, la Koelnmesse ha registrado la

participación de alrededor de 161.000 visitantes profesionales de cerca de 160 países (2003: 160.998 de 157 países), de los cuales unos 88.550 han venido del extranjero.

Se ha elevado levemente la cifra de visitantes de empresas procedentes de los países miembros de la Unión Europea. De Europa del Este han venido a Colonia bastantes más compradores. La cifra de los visitantes de Asia Occidental y Asia Central, así como de Asia

Oriental ha sido de nuevo muy importante. También los compradores norteamericanos y los visitantes de Sudamérica han acudido a Colonia en las proporciones que lo han hecho siempre.

La próxima Anuga, que se celebrará del 13 al 17 de octubre de 2007, aprovechará por primera vez los nuevos pabellones de la Koelnmesse que se están construyendo actualmente •



Momento de la entrada al Parque Miramón de los asistentes

Los profesionales de la venta automática se reúnen en Euskadi

En su cuarta edición, el Parque Tecnológico de Miramón ha sido de nuevo el escenario elegido para la celebración del evento

El IV Encuentro de Profesionales de Vending de Euskadi, que tuvo lugar el pasado día 6 de octubre en el Parque Tecnológico de Miramón (Donostia-San Sebastián), ha contado una vez más con el respaldo del sector, siendo ésta una exitosa edición, según apunta la organización –que conforman cuatro de las más importantes empresas distribuidoras de Vending en Euskadi: AKYRA, SELHOSVI, SISTIAGA LASA y URKOTRONIK–. El acto ha contado con el patro-

cinio de marcas destacadas de maquinaria (Automatic, Azkoyen, Necta y Vendo), de vasos y paletinas (Intraplas y RTP), de productos solubles (Nestlé y Vendin), y de sistemas de pago (MEI), y con la colaboración especial de Elkargi.

Nuevos retos del sector

José Luis Fernández (Vendin), en su ponencia "Respuestas a un entorno en constante cambio", abordó

los cambios a nivel tecnológico, legal y social, en algunos casos producidos por nuevas normativas de la Unión Europea –como la Ley de Residuos o las leyes para los controles de calidad en productos de alimentación–, y que afectan a la actividad de las empresas de vending. Fernández puso encima de la mesa algunas de las respuestas por parte de las compañías del sector ante estos nuevos retos.

"Visión de la situación actual del vending en Euskadi". Con este título presentaba su conferencia Dávide Mapelli (Necta Vending), quien debatió sobre la posibilidad de diversificar más el negocio del vending en Euskadi con mayores inversiones para los operadores y la búsqueda de fuentes de financiación. Asimismo, destacó la mayor presencia de fabricantes de consumibles y el aumento de las máquinas de snack. En relación al crecimiento global del mercado en Euskadi, se auguraron buenas expectativas.

Apuesta por la internacionalidad

En la ponencia de Iñaki González (Azkoyen Industrial) –"Vending Internacional. Cultura y Tendencias"–, se analizó la evolución en el mercado internacional de la firma navarra Azkoyen, que hace 10 años vendía el 80% de su facturación en la península y el 20% en mercados exteriores, siendo hoy en día un 40% de las ventas en mercado nacional y el 60% en mercado exterior. **"Viajar es carísimo,**

pero no viajar es una ruina", afirmó Iñaki en relación a la lucha por ganar cuota de mercado en el extranjero.

Esteban Heredia (Elkargi), durante su intervención –"Procesos de fusiones e integraciones de PYMES"–, comentó que antes de una fusión siempre existe un motivo, al cual debemos darle forma. En esas fusiones hay unas soluciones de futuro, como son entre otras, factores de supervivencia empresarial. En una frase resumía: **"El futuro ya no es lo que era"**. Al igual que apuntaba José Luis Fernández en la primera intervención, a ese entorno tan variable, cuyas transformaciones afectan rápidamente a los mercados y productos, es necesario dar una respuesta rápida y eficaz al cambio, adaptándose a esta nueva situación. Los cambios comportan riesgos, que hay que saber transformar en oportunidades.

En las conclusiones que cerraron la jornada, Carlos Abad (Urkotronik) y el resto de organizadores –Julián Sistiaga (Sistiaga Lasa), José María Arizkorreta (Akyra) y José Luis Calvo (Selhosvi)–, afirmaron que el vending es un sector de futuro, con un amplio recorrido y una oferta diferenciada y de calidad tanto de maquinaria como de productos.

Tras las ponencias, se celebró en el mismo recinto la cena oficial ofrecida por el prestigioso chef José M^o Arbelaitz, durante la cual los profesionales pudieron intercambiar opiniones de forma distendida sobre los temas planteados a lo largo de la tarde ●



"Visión actual, enfoque de futuro" fue el título elegido para la IV edición del Encuentro de Profesionales de Vending de Euskadi



Los ponentes de la jornada junto a los organizadores, representantes de las empresas Akyra, Selhosvi, Sistiaga Lasa y Urkotronik



Las mesas analizaron el presente y futuro de un sector que, como apunta la organización, cuenta con un amplio recorrido y experiencia, y reivindica la calidad de sus productos y servicios



Momento de distensión durante el cual los asistentes debatieron sobre las cuestiones que se abordaron durante la tarde



Cena oficial celebrada tras el transcurso del encuentro y ofrecida por el reconocido chef José M^o Arbelaitz

...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 info@canaletas.es



Nueva sede de SVG Ibérica



La empresa se traslada a la localidad barcelonesa de El Prat de Llobregat

El pasado 26 de octubre, SVG Ibérica celebró el acto de inauguración de sus nuevas instalaciones –ubicadas en Avda. Remolar, 11 de El Prat de Llobregat (Barcelona)–, con la asistencia de más de un centenar de profesionales, clientes de la compañía. La empresa abandona la localidad barcelonesa de L'Hospitalet de Llobregat para trasladarse a unas dependencias más modernas, equipadas con la más avanzada tecnología y las prestaciones adecuadas para brindar a sus clientes el mejor servicio.

De este modo, la firma inicia una nueva etapa con el propósito de **"ofrecer más y mejores servicios"**, según comenta a *Mundo Vending* César Ouro, director general de SVG.

La recién estrenada nave consta de 180 m² de oficinas, un almacén con una superficie de 500 m² y un área de taller de 150 m².

Los asistentes al acto tuvieron la oportunidad de conocer los diversos departamentos y dependencias del nuevo edificio y disfrutar, posteriormente, de un cóctel donde tuvieron ocasión de intercambiar impresiones.

Los responsables de SVG Ibérica dieron las gra-

cias a sus clientes por la confianza prestada a lo largo de estos años, ya que sin ellos –apuntaron– no podrían alcanzar el éxito de este proyecto.

Los inicios

SVG, constituida en el año 1997 por Félix del Castillo y César Ouro, nace con el objetivo de ofrecer al cliente una serie de servicios, que hasta el momento no están muy bien definidos en el sector (restauraciones, chapa-pintura, venta de recambios, compra-venta de maquinaria, traslados de máquinas, etc.).

LA FIRMA INICIA UNA NUEVA ETAPA CON EL PROPÓSITO DE "OFRECER MÁS Y MEJORES SERVICIOS"

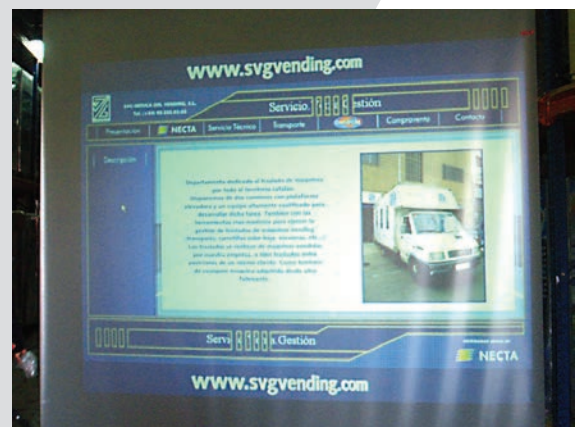
A finales de 2002, la empresa incorpora a su catálogo de venta una de las primeras marcas del sector, NECTA. El fin de dicha inserción es el de proporcionar al mercado barcelonés (como distribuidor oficial) la venta de todos los productos de la gama, así como su correspondiente post-venta ●



Recepción con exposición de máquinas automáticas y área de taller de 150 m²



El almacén que albergan las nuevas instalaciones de El Prat posee una superficie de 500 m²



La compañía aprovechó la ocasión para presentar su nueva página web con más y mejores servicios



Unos 120 profesionales del sector del vending se dieron cita en la nueva sede para asistir a su inauguración



César Ouro atendiendo a algunos de los clientes de la firma el día de la inauguración

¿QUIERES GANAR DINERO?

Kiosco Fotográfico Digital
DIGICUBE



Un total de 180 m² de oficinas serán suficientes para brindar a los clientes el mejor de los servicios



NOVEDAD
en **VENDING**
Revelado Digital
Instantáneo

DIGICUBE KIOSCO DIGITAL
Tiene todas las ventajas **QUE NECESITAS**
PARA HACER MÁS NEGOCIO

IMPRESIÓN DIGITAL INSTANTÁNEA
desde... **Tarjetas de Memoria, Teléfonos Móviles con Cámara,**
Soportes Digitales (CD-Rom, PDA, Pen-Drive, Memorias Flash)
Almacenamientos Portátiles y desde cualquier
Dispositivo Inalámbrico (BlueTooth e Infrarrojos).

- Potente Software y Pantalla Táctil con Audio e Instrucciones en varios Idiomas
- Autoservicio Fácil y Rápido
- Cuerpo Robusto, Resistente y Atractivo
- Impresora de Tickets incluida
- Copias 10x15 cm de alta calidad fotográfica en sólo 12 seg. y con el coste de copia más bajo del mercado
- Múltiples Posibilidades de Edición y de Impresión
- Modo de Pago: Tarjeta de Crédito, Débito y /o Monedas
- Fotos desde Cámaras Digitales y desde Teléfonos Móviles con cámara
- Recuperación de la inversión (ROI), en cortos plazos
- Altas recaudaciones

 **MasterFot** Distribuidor Exclusivo en España **DIGICUBE**
Tel. 93 712 0550 • www.masterfot.com

Rheavendors siempre a su servicio

Con el módulo XTRA, la empresa ofrece más capacidad

Una de las últimas novedades lanzadas al mercado por Rheavendors ha sido el distribuidor automático XTRA. Se trata de un módulo esclavo pensado para trabajar con máquinas con tecnología Flash y disponible con 5 o 6 bandejas.

Este innovador equipo tiene la posibilidad de promocionar los productos que nosotroselijamos y durante el período de tiempo que decidamos. Además, el XTRA cuenta como ventaja añadida con el tamaño de su puerta, 58 cms de ancho, lo que permite su fácil introducción por espacios de dimensiones reducidas. Handicap que encontramos en otros mode-



los de la gama de snacks.

Composiciones posibles

Otra de las cualidades que podemos resaltar de este distribuidor es la temperatura mínima a la que trabaja -5°C , que hace que podamos disfrutar de las bebidas realmente frías y no frescas como estamos acostumbrados a consumir normalmente.

El módulo XTRA se ha presentado en el color más actual que ha incorporado Rheavendors en su línea de producto: el Silver. Asimismo, cabe señalar que junto con las máquinas de la gama

de caliente se puede efectuar distintas composiciones como XTRA/SAGOMA, XTRA/LUCE, XTRA/LUCE SHOP y XTRA/LUCE SNACK, ofreciendo al cliente un servicio completo con un diseño atractivo y actual •

Versiones XTRA

XTRA 5/21

Selecciones: 5

Bandejas: 21

Temperatura: 5°C

Dimensiones: 1830 alto x 580
ancho x 800 fondo

Peso: 180 Kgs.

XTRA 6/21


Selecciones: 6

Bandejas: 26

Temperatura: 5°C

Dimensiones: 1830 alto x 580
ancho x 800 fondo

Peso: 180 Kgs.

rheavendors 
españa

JEDY *Laser Check*



FAGE
ELECTRONIC PAYMENT SYSTEMS

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... ¿porqué 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

Calendario Lavazza 2006

Glamour en el aire

La fotógrafa Ellen Von Unwerth, quien ya trabajó en el calendario en 1995, recrea a través de su objetivo el lujo y la exclusividad de los viajes "First Class"

Evocando la atmósfera de un viaje fantástico y exclusivo, el calendario Lavazza 2006 evoca, de manera divertida y sumamente irónica, los típicos rasgos de un estilo que, en los años 50, y gracias en gran parte a las divas de Hollywood, llenó nuestra imaginación de símbolos y deseos.

Ellen Von Unwerth, fotógrafa alemana famosa por la publicación de sus fotos en las más cotizadas revistas de moda, firma "First Class Espresso Experience", la catorceava edición de este calendario. El lujo, el saber vivir, la calidad y el servicio exclusivo son los elementos que giran en torno al protagonista principal del calendario Lavazza: el café expreso. Un total de ocho fotografías, con bellas y sensuales azafatas, pendientes, en todo momento, de garantizar la presencia de la calidad Lavazza como icono del valor y el ritual de un buen café.

Azafatas que no renuncian a saborear un buen café ni siquiera en los momentos más extremos, que exaltan el culto del café mediante una jocosidad gestual y sensualidad, como la exótica chica que protege con una pequeña sombrilla la subida a bordo del más im-

portante de los pasajeros, la tan deseada taza, o como la sensual y rubia azafata a la que ni siquiera el más apuesto de los pilotos consigue distraer de un buen expreso Lavazza.

Y es precisamente en este elemento femenino en el que se ha concentrado Ellen Von Unwerth, reconocida como una extraordinaria fotógrafa del alma de las mujeres, para plasmar la "complicidad" que une, de forma totalmente indisoluble, al café expreso con sus apasionados. La alegría y el brillo de las azafatas dan vida a emociones que van, sutilmente, de las chicas al expreso.

Hace 10 años...

La fotógrafa alemana firmó ya, en 1995, la tercera edición del calendario Lavazza. Una de las colecciones de imágenes realizadas para la casa turinesa con más belleza y *glamour*, y que sigue siendo,



aún hoy, una de las ediciones más buscadas por los coleccionistas.

"La razón por la que nos pusimos nuevamente en contacto con Ellen Von Unwerth —explica Francesca Lavazza, directora de Imagen Corporativa de la firma— **es porque su estilo permite interpretar cualquier tema de forma elegante y, a la vez, sensual. La connotación de la moda, tal como queríamos, aporta la fascinación, el glamour y la atracción de una época que ayudó a convertir el viaje, en la imaginación colectiva, en un 'ritual' emotivo más que en**



simplemente un desplazamiento geográfico. Un concepto que se asocia perfectamente a la idea del expreso, en el sentido de que el expreso es mucho más que una bebida, es toda una experiencia para los sentidos".

Por su parte, Ellen Von Unwerth describe sus primeras impresiones tras la propuesta de la compañía italiana: **"Cuando me propusieron el tema del 'First Class' pensé que era una gran idea puesto que siempre me han gustado las azafatas y los uniformes en general. Las considero extremadamente sexy y, además, me encanta el mundo de los aeropuertos y de los**

aviones. Ha sido divertido trabajar en este proyecto. He intentado dar vida al tema eligiendo chicas sensuales y favoreciendo aspectos como el humor y la vitalidad".

Campaña publicitaria internacional

La campaña internacional de Lavazza para el 2006, como viene siendo tradicional en los últimos años, utilizará imágenes realizadas por el fotógrafo elegido para el célebre calendario. En 13 países, y a partir de este mes de noviembre de 2005, la imagen coordinada de carteles y prensa llevará la firma de Ellen Von

Unwerth, que ha plasmado el café Lavazza retratándolo de manera sofisticada, glamourosa y actual.

Alcove y *Umbrella* son las dos imágenes seleccionadas, entre las diferentes fotografías del calendario, para representar a Lavazza en el mundo. Las fotos comunican, con toda la vitalidad y la sensualidad de que es capaz la prestigiosa fotógrafa, la exclusividad y el lujo de los viajes 'First Class'.

La campaña publicitaria de 2006, al igual que la de los años anteriores, ofrece la posibilidad al público general de disfrutar de expresiones de alto valor artístico, una especie de exposición a cielo abierto, que hablan al mismo tiempo del universo Lavazza •





Investigación de mercado exclusiva sobre el comportamiento de los consumidores con motivo de Eu'Vend 2005



Los consumidores de vending, degustadores de café y enamorados de lo dulce

Por primera vez, una empresa de investigación de mercados ha analizado las costumbres, preferencias y actitudes de rechazo de los clientes de expendedores automáticos. Por encargo de la BDV (Asociación Federal del Sector Alemán de Aparatos Automáticos de Vending), la empresa Prorata GmbH consultó a 800 consumidores, de entre los cuales aproximadamente la mitad no eran usuarios de expendedores. Con su actitud de reser-

va, estos "non user" estimulan especialmente la capacidad de creación de nuevos conceptos para atraer a los clientes.



Realmente, el vending está en pleno auge. Con un volumen de ventas de 1,75 miles de millones de euros en el año 2004, el sec-

tor de la máquinas expendedoras automáticas ha demostrado otra vez hasta qué punto resulta imprescindible y es aceptado su servicio en el ámbito de los alimentos y las bebidas. Un cambio de imagen que ha conseguido establecerse en el mercado y que, gracias a unos enormes saltos cualitativos, ha conquistado en los últimos años el alma de los consumidores que no terminaban de admitir el sistema de los expendedores.

Bebida reina: el café

Trabajo de preparación y avances tecnológicos han conseguido hacer del producto clásico de ventas "café", un éxito múltiple de ventas que incluso ha sorprendido a especialistas. Tanto si se trata de café con leche, espresso doppio, moccacio o de una sencilla taza de café conseguida en el expendedor, las bebidas calientes han convencido sensorial y gustativamente y han barrido con el prejuicio de que "el café del expendedor automático – es algo para el que no entiende de cafés". En general, los expendedores automáticos de productos alimenticios y bebidas se han convertido en poco tiempo en algo totalmente natural apoyados por sus "hermanos y hermanas" del sector de consumo: expendedores de billetes, cajeros automáticos para el pago de tickets de aparcamientos, sellos, tarjetas telefónicas y DVD's, así como los expendedores para recoger paquetes enviados por correo que tanto éxito están teniendo.

La omnipresencia y la alta tecnología han conquistado en nuestra sociedad un puesto seguro para las máquinas expendedoras de vending. En esta época de *notebooks*, *palmtops*, móviles y *gameboys*, el expendedor automático de vending es el compañero adecuado para los descansos que se toman los jóvenes para "tomar algo", así como para los consumidores del futuro. El expendedor automático se convierte de esta forma en un compañero en la época acelerada en que vivimos.

El expendedor automático se ha convertido en el compañero ideal para los descansos que se toman los jóvenes. El café es la bebida más elegida por éstos, llegando a desaparecer el prejuicio de que "el café de máquina es para el que no entiende de cafés"



que se decantó por los salados. Si se segmentan los valores por edades se obtiene el siguiente cuadro: para un 66% de las personas mayores de 54 años, la bebida preferida en el expendedor automático es el café y para un 49%, las especialidades de café.

Las personas de edades comprendidas entre los 35 y los 54 años prefieren en un 60% de los casos encuestados el café; frente a ellos, sólo un 36% prefiere el capuchino y análogos. En las generaciones más jóvenes la preferencia por el café se cifra en un 44% para los de edades comprendidas entre los 25 y 34 años (las especialidades de café llegan aquí hasta el 41%) y a un 43% en el caso de los de edades comprendidas entre los 18 y los 24 años. De entre los jóvenes de menos de 18 años, sólo hay un 15% al que entusiasma el café y un 17% prefiere las especialidades de café.

El ser goloso es, según se ve,

Dulce frente a salado

La encuesta realizada recientemente entre 800 consumidores en todo el territorio de la República Federal de Alemania ha podido contrastar los resultados de esta evolución que se ha operado en el mercado. A la pregunta ¿Qué productos consume usted más a menudo?/ ¿Qué producto le gusta más consumir en los expendedores?, un 49% contestó que café y un 38% que especialidades de café, mientras que un 43% manifestó que sus preferidos eran los refrescos sin alcohol.

En cuanto a los snacks, un 53% eligió los dulces frente a un 39%

(Pasa a la pág. 38)

(Viene de la pág. 37)

algo independiente de la edad, puesto que el gusto por lo dulce se reparte en todas las edades: un 61% entre los menores de 18 años, un 59% entre los de edades comprendidas entre los 18 y los 24 años, un 58% entre los que tienen de 25 a 34 años, un 45% entre los de edades comprendidas de 35 a 54 años y también un 45% entre los mayores de 54 años.

El coffee shop

Resulta verdaderamente interesante el resultado de analizar el perfil de los que no utilizan los expendedores o los utilizan con poca frecuencia. ¿Dónde y cómo se puede situar el motivo de la satisfacción o la insatisfacción? ¿Qué puede hacer de una persona que rechaza los expendedores automáticos un consumidor regular de los mismos a través de un marketing cuidado? ¿Qué es lo que le puede inspirar?

En un 43% de los casos, un total de 184 personas que utilizan



En cuanto a los snacks, un 53% eligió los dulces frente a un 39% que se decantó por los salados



A la pregunta ¿qué productos le gusta más consumir en los expendedores?, realizada a un total de 800 consumidores de la República Federal de Alemania, un 43% manifestó que sus preferidos eran los refrescos sin alcohol

con poca frecuencia los expendedores automáticos o no los utilizan nunca indicaron, cuando se les preguntó por su bebida preferida, que eran... las especialidades de café! Un resultado sensacional puesto que sólo un 27% dijo que "si han de ser necesariamente productos de un expendedor automático, entonces café". En proporción, el resultado entre los usuarios regulares fue sorprendentemente normal: un 66% preferían café y para un 50% su bebida preferida eran las especialidades de café.

Conclusión: quien quiera atraer a los expendedores automáticos a las personas que se niegan a utilizarlos, la mejor estrategia es atraerlos a través de un coffee shop. Gracias al éxito mundial de Starbucks, World Coffee & Co, el café ha sido catapultado en muy poco tiempo a la posición número uno entre las bebidas. Un efecto ping-pong al que no se pueden resistir, por lo que se ve, los que dan la espalda a los expendedores de vending. La clientela

que apuesta por las especialidades, tanto a la italiana como a la americana, está flotando en la ola óptima de promoción de marketing y ventas.

Aquellos que deseen obtener información más detallada sobre esta investigación de mercado lo pueden hacer en la BDV •

Texto facilitado por la Koelnmesse con motivo de EuVend 2005



Gracias al éxito mundial de los coffee shop como Starbucks, el café ha sido catapultado a la posición número uno entre las bebidas

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)



Ofrece prestaciones especializadas en transporte y distribución de máquinas de vending

Servicio integral de Logística que aporta flexibilidad y mejora de costes a las empresas

Esta compañía madrileña pertenece al Grupo Empresarial Transportes Carrasco, integrado por varias firmas especializadas en transporte, logística, almacenaje y distribución, que prevé cerrar el ejercicio con una facturación cercana a los 87 millones de euros.

Con apenas 5 años de experiencia en el mercado de la logística, la empresa ya se ha consolidado con una oferta de servicios de garantía y un equipo de profesionales altamente cualificado, y encara el futuro con optimismo aunando sus esfuerzos en ganar posiciones dentro del mercado del vending. Muchas de las compañías de nuestro sector ya han confiado en LQS para el transporte y distribución de sus equipos automáticos

LQS –Logistics Quality Services, S.L.– nace en el año 2000 para atender a la demanda creciente por parte de las empresas de un sistema integral de logística y transporte de sus productos y servicios que aporte flexibilidad, mejora de los costes y satisfacción a las necesidades de los clientes. Desde su nacimiento hasta la actualidad, la sociedad ha experimentado un crecimiento continuo, superándose todas las previsiones iniciales. Según apunta el director general de LQS, Javier García, el mercado ha recibido con enorme aceptación los servicios ofertados por la empresa, lo que ha determinado un rápido desarrollo de la misma.

La firma realiza su actividad dentro de lo que se podría denominar una logística especializada. **"Intentamos cubrir todas aquellas necesidades que nuestro cliente pueda tener, estando capacitados para prestar servicios de almacenaje, transporte y distribución, emplazamiento e instalación de los equipos, conectividad a redes informáticas, formación y entrenamiento, mantenimiento postventa y reparaciones off-side"**, señala García.

Una empresa consolidada

La compañía cuenta con más de 300 trabajadores, cuya formación continua es uno de los grandes compromisos de LQS. El director general de la empresa nos dice al respecto: **"Debido al grado de especialización que requiere esta actividad, la formación continua del personal es un elemento esencial de nuestra estrategia. Sin duda alguna, la formación**

de los profesionales que integran LQS es una de nuestras mejores garantías para ofrecer un servicio de calidad a los clientes".

La máxima calidad en cada uno de los servicios ofertados es otra de las grandes preocupaciones de la firma, que cuenta con la certificación de calidad, según las normas ISO 9002, concedida por *Bureau Veritas Quality* Internacional España.

la Comunidad Valenciana y el País Vasco. Aunque conviene resaltar que LQS presta servicio en toda la Península Ibérica, Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla.

Logística especializada en vending

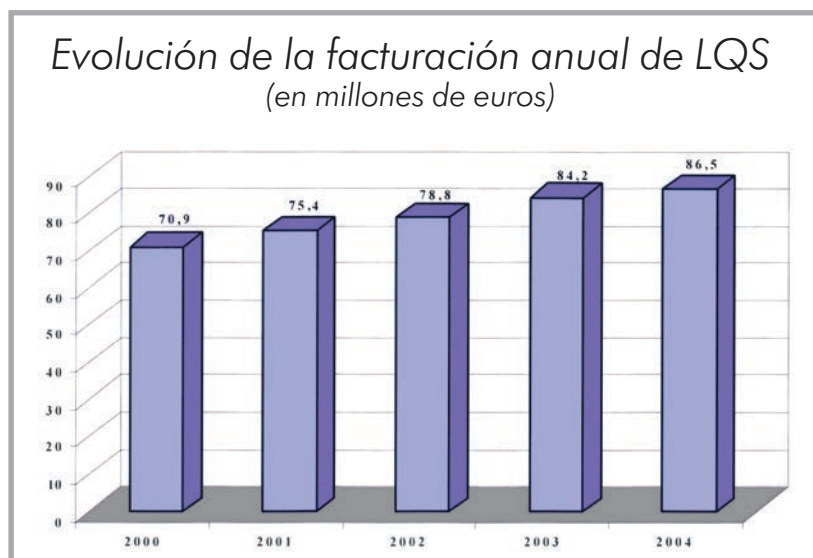
La compañía ofrece un servicio de logística especializada para el transporte y distribución de máquinas de vending. **"Se trata de un**

DESDE SU NACIMIENTO HASTA LA ACTUALIDAD, LA SOCIEDAD HA EXPERIMENTADO UN CRECIMIENTO CONTINUO, SUPERÁNDOSE TODAS LAS PREVISIONES INICIALES

El crecimiento de la firma desde el año 2000 ha sido notable. Actualmente, LQS cuenta con delegaciones propias en las principales ciudades españolas como Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia, Sevilla, Coruña, Zaragoza y en Canarias. La Comunidad de Madrid, Catalunya y Andalucía son, por ese orden, las zonas en las que se concentra la mayor parte de la actividad de la compañía, seguidas muy de cerca por

servicio puerta a puerta, en el que, para su prestación, utilizamos vehículos dotados de plataforma. La tripulación de cada uno de nuestros vehículos está compuesta por dos personas perfectamente entrenadas en el manejo y manipulación de los equipos que distribuyen y dotadas de los medios materiales necesarios

(Pasa a la pág. 44)

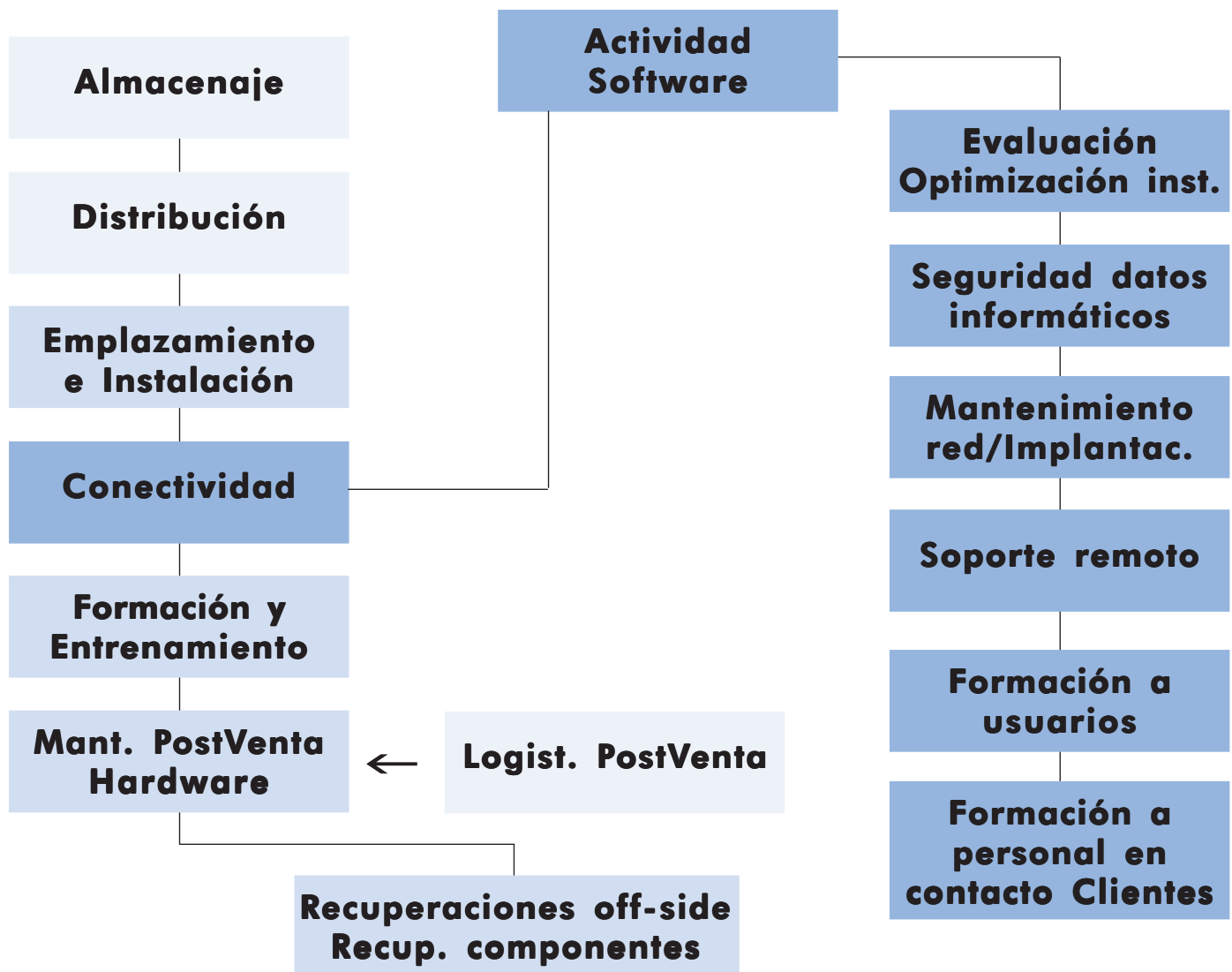




Javier García,
director general de
LQS, descubre en
este reportaje los
orígenes de la
compañía, su
evolución y sus
proyectos futuros



Servicio Integral LQS



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



(Viene de la pág. 41)

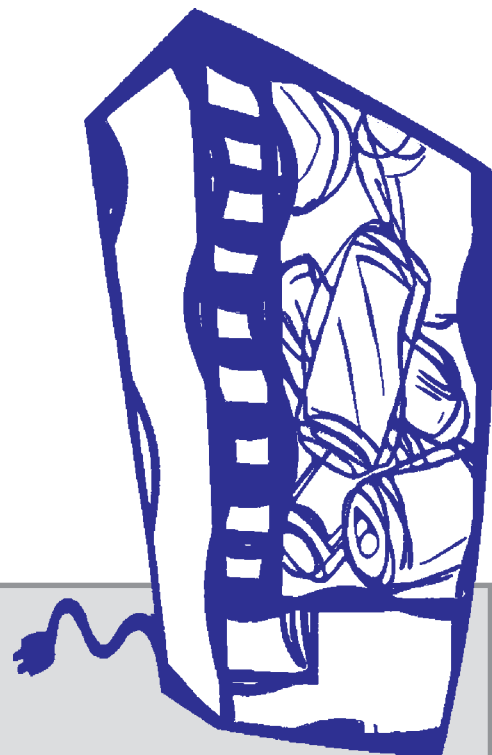
para la correcta prestación del servicio", explica el máximo responsable de la empresa.

LQS realiza el transporte de larga distancia a través de su propia red de arrastres, lo que conlleva una cuidadosa estiba de la mercancía y un importante ahorro de coste. Al no depender de terceros operadores para ninguna de las fases del transporte y la distribución (recogida, arrastre y entrega), la empresa garantiza en cada una de ellas la máxima calidad. En relación a las ventajas de sus servicios de logística con respecto a otros de la competencia, Javier



La compañía cuenta con una plantilla de más de 300 trabajadores, cuya formación continua es uno de sus grandes compromisos

LA MÁXIMA CALIDAD EN CADA UNO DE LOS SERVICIOS OFERTADOS ES UNA DE LAS GRANDES PREOCUPACIONES DE LA FIRMA, QUE CUENTA CON LA CERTIFICACIÓN DE CALIDAD, CONCEDIDA POR BUREAU VERITAS QUALITY INTERNACIONAL ESPAÑA



Logística especializada para el transporte y distribución de máquinas de vending

- ✓ Recepción de mercancías en los almacenes de LQS
- ✓ Almacenaje
- ✓ Control de inventarios
- ✓ Gestión de stocks, picking/checking
- ✓ Transporte y distribución nacional
- ✓ Vehículos de distribución dotados de plataforma. Todas las tripulaciones están compuestas por dos personas
- ✓ Instalación y puesta en marcha de equipos
- ✓ Recuperación de albaranes
- ✓ Sumistros contra reembolso
- ✓ Operaciones de valor añadido (etiquetado personalizado, marcado de referencias, etc.)
- ✓ Palatizado y embalaje de equipos
- ✓ Emplazamiento de los equipos con retirada de los embalajes y palets
- ✓ Seguro de transporte con cobertura hasta 210.000 euros a primer riesgo y por siniestro

García apunta: **"Una ventaja evidente es nuestra implantación en todo el territorio nacional, que simplifica los procedimientos logísticos de nuestros clientes"**.

García asegura que son muchas las empresas del sector de la venta automática que se han interesado por sus prestaciones: **"Ofrecemos un servicio de transporte especializado a unos precios absolutamente competitivos, circunstancias ambas, que han resultado por sí solas suficientemente atractivas para este mercado"**.

A tenor de la acogida que ha tenido la firma dentro de la industria del vending, y considerando que apenas existen empresas especializadas en este tipo de transporte y manipulación que tengan una cobertura territorial tan amplia, LQS espera alcanzar a corto-medio plazo una cuota importante de mercado. A ello contribuirá en buena medida la campaña de marketing que tiene previsto iniciar la empresa la próxima primavera mediante la que espera aumentar sus clientes en el sector, si bien en la actualidad cerca del 30% de su cartera de clientes pertenece al negocio de la distribución automática ●



**AMPLIA GAMA
DE PRODUCTOS
PARA
VENDING,
FUENTES Y
HOSTELERIA**



A & A BLU MED, SL
C/ Sicilia, 212 - 214 entlo. 6º 08013 BARCELONA - ESPAÑA
Tel. +34 93 645 81 48 - 93 244 97 40
fax +34 93 645 81 52 Movil 610522735

aa@blumed.org



**VASOS
AUTOMATICOS Y
PALETINAS
ALTA CALIDAD -
BAJO COSTO**

consulta nuestra pagina web

WWW.BLUMED.ORG

MUNDO VENDING

EL VENDING ES NUESTRO MUNDO

* ACTUALIDAD DEL SECTOR * PRESENCIA EN LAS MEJORES FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES
* ESCAPARATE DE LAS ÚLTIMAS NOVEDADES * COMENTARIOS Y ARTÍCULOS PROFESIONALES

MUNDO VENDING es mucho más que una revista. Es la única revista que recoge todas las novedades, cambios e informaciones de un sector en expansión como es el vending. MUNDO VENDING va dirigida a todos aquellos profesionales que desean conocer toda la actualidad del sector. Para estar al día y no quedarse atrás sólo tienen que rellenar el cupón adjunto.



¡No te quedes sin tu ejemplar de MUNDO VENDING!

Usted puede recibir **MUNDO VENDING** por suscripción a los siguientes precios:

España:

43 euros por 1 año x 6 números
79 euros por 2 años x 12 números

Comunidad Europea:

62 euros por 1 año x 6 números
110 euros por 2 años x 12 números

Resto de países:

74 euros por 1 año x 6 números
122 euros por 2 años x 12 números

I.V.A. y gastos incluidos.

El pago se puede realizar por Cheque nominativo, Transferencia bancaria, Giro Postal o Recibo bancario.

POR FAVOR, REALICE EL PAGO A:
Mundo Press 2000, S.L.

Firme, coloque la fecha en este cupón y envíelo a la dirección indicada.

e-mail: m_vending@infonegocio.com
www.mpress2000.com

Para recibir MUNDO VENDING rellene este cupón en MAYÚSCULAS y envíelo por correo o fax.

CUPÓN DE SUSCRIPCIÓN

Desearía recibir MUNDO VENDING durante un año (6 números)
MUNDO VENDING durante dos años (12 números)

NOMBRE:

EMPRESA:

DIRECCIÓN:

POBLACION: C.P.

PAÍS: TLF: FAX:

Reposición por cheque bancario a nombre de MUNDO PRESS 2000, S.L.

Recibo Bancario

BANCO SUCURSAL: DC: C/C:

Nombre del titular:

NIF: FIRMA: FECHA:

C/. Aragón, 63, Entlo. 2.^a - 08015 Barcelona - Tel.: 00 34 93 226 50 33 - Fax: 00 34 93 226 50 34

¿Cree que lo ha visto todo?

Ritratto

Internòs

Incontro



No te limites,
frío y caliente

Sólo ventajas

Con la colaboración de
Monedero e IVA no incluido



CaixaRenting

Renting hasta 60 meses

No lo dudes, llámanos sin ningún compromiso y te asesoraremos

Tel.: 93 347 59 44 - 93 347 57 79



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



Beneficios del MEI Cashflow™ 7900

Los operadores españoles dan testimonio de las ventajas del monedero

El gestor de cambio MEI Cashflow™ 7900 es el monedero más avanzado del mercado, y la culminación de un extenso programa de investigación y desarrollo.

Gracias a sus cinco tubos, lo que le proporciona la mayor capacidad de cambio del mercado, así como a otras prestaciones tales como la supervisión y optimización del dinero contenido de los tubos, este gestor de cambio brinda al operador múltiples beneficios. Esto es lo que han dicho algunos operadores del MEI Cashflow™ 7900.

Fiabilidad

La fiabilidad de los productos MEI tiene dos claras ventajas que añaden valor y reducen el coste de propiedad para los operadores.

■ Nordisvén

Íñigo Aparacio, Responsable Técnico.

"La tecnología sónar que incor-



Francisco Linares, director de Ventas de MEI en España

pora el MEI Cashflow™ 7900 facilita enormemente las tareas de instalación y carga del monedero. Ya no es necesario malgastar el tiempo introduciendo monedas una a una para la carga de los tubos de cambio. Por otra parte, la gran precisión del sistema evita errores y nos da una información muy importante sobre el efectivo almacenado como cambio en el monedero".

■ Cafemax

Nicolás Barber, Director de Gestión y Operaciones.

"Con el MEI Cashflow™ 7900 hemos au-

mentado los niveles de fiabilidad de nuestros sistemas de pago. Los problemas típicos derivados de la suciedad prácticamente han desaparecido con lo que el tiempo efectivo de funcionamiento es mayor, con el consiguiente aumento de las ventas".

Personalización

El MEI Cashflow™ 7900 dispone de un conjunto de nuevas prestaciones que simplifican la personalización del monedero, permitiendo aumentar los beneficios.

■ AB Servicios Selecta España

Óscar Nájera-Alesón, Director General.

"La configuración del cambio necesario en vending público y privado son completamente diferentes. El CF7900 nos permite de una forma rápida y sencilla adaptar el monedero a cualquier tipo de exigencia en este sentido. Podemos cambiar el cartucho completo o los tubos individualmente según los requerimientos del emplazamiento, sin prácticamente ningún tipo de limitación".

Administración

Las prestaciones exclusivas del MEI Cashflow™ 7900 ofrecen



Un display gráfico y alfanumérico de gran tamaño facilita la configuración del monedero

(Pasa a la pág. 50)

Importante reducción de los costes de explotación con CashFlow 7000



Fiabilidad



El CashFlow 7000 está proporcionando importantes ahorros a operadores de toda Europa:

- El robusto diseño y la protección contra el agua reducen al mínimo los tiempos de inactividad.
- El display grande y claro permite al personal de ruta resolver cualquier problema a pie de máquina, y ahorrar así los 30 Euros de la visita de un técnico.
- La ruta de las monedas es totalmente accesible, lo que facilita las tareas de limpieza y mantenimiento.

GESTOR DE CAMBIO CASHFLOW™ 7000

Durante los últimos 35 años, MEI se ha creado un extraordinario prestigio por ofrecer los mejores niveles de calidad y fiabilidad del mercado. Nuestra dedicación se basa en nuestro convencimiento de que el sistema de pago es el componente más crítico de la máquina expendedora, ya que si no es capaz de aceptar monedas, no se venderá nada. El CashFlow 7000 es el resultado de esta dedicación y este objetivo, y contribuirá a aumentar la rentabilidad de su negocio.

Llame hoy mismo a MEI al 91 749 7516 e infórmese de cómo podemos ayudarle.

mei

www.meiglobal.com

(Viene de la pág. 48)

enormes oportunidades a los operadores para aumentar la eficiencia de sus negocios y generar beneficios.

■ **AF Comasa**

Agustín Flores, Gerente.

"El MEI Cashflow™ 7900, al igual que modelos anteriores de MEI, dispone de una importante prestación para nosotros, que es la versatilidad para la extracción de datos de contabilidad. Nos permite seleccionar el formato en que queremos obtener la información (por impresora o en formato EVA-DTS), la manera en la que conectar el monedero a la terminal (mediante cable o infrarrojos), etc. Sin duda, es el monedero más completo del mercado en este aspecto".

■ **AB Servicios Selecta España**

Óscar Nájera-Alesón, Director General.

"Actualmente nos encontramos

en un proceso de implementación de captura de datos contables desde el monedero mediante infrarrojos. Aunque es un proceso complejo, el soporte que nos ha proporcionado MEI, tanto a nivel de producto con el CF7900 y el CF690 como de orden técnico, nos ha facilitado la puesta en marcha de este proyecto".

■ **Semcal**

Fernando Calvo, Sales Manager.

"Sin duda el MEI Cashflow™ 7900 es un producto absolutamente innovador y revolucionario. Pero pienso que la mejor garantía es que es un producto de MEI, con un servicio comercial y técnico de experiencia demostrada que me ayuda a resolver mis problemas día a día, y que estuvo a mi lado en los momentos más difíciles, como durante la transición al euro" ●

¿Sabía que...?

MEI es uno de los mayores fabricantes a nivel mundial de monederos 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. La empresa forma parte del grupo de empresas Mars Incorporated, que incluye algunas de las marcas más conocidas del mundo.



El nuevo diseño del separador del Cashflow 7900 permite la resolución rápida de los atascos



El CF 7900 incorpora de serie la máxima protección antivandalismo por introducción de líquidos



La máquina puede ser reprogramada como el resto de modelos de la serie utilizando el Módulo de Exploración Cashflow (CPM)

Pequeña gran máquina

con el alma de un gran producto.

Una apuesta segura y un placer al alcance de todos

● XX-OC

Su atractivo esta en su simplicidad, flexibilidad y prestaciones

Fácil y mínima limpieza

Diseño compacto, atractivo y actual

Coste técnico mínimo

Una solución avanzada para obtener soluciones altamente fiables



Nuestros clientes

- Pequeñas oficinas. De 4 a 14 empleados
- Concesionarios de automóviles
- Peluquerías
- Casas Rurales
- Pequeños Hoteles

Selecciones

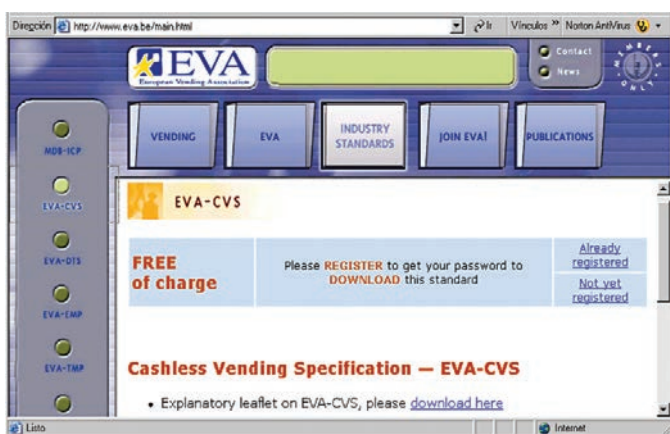
- Café corto
- Café largo
- Café cortado
- Café con leche
- Capuchino
- Chocolate



rheavendors ●
españa

Madrid: C/ Nóbel, 3
Polígono Industrial San Marcos
28906 Getafe, Madrid
Tfno. 91 601 19 60, Fax: 91 682 94 01

Barcelona: Carrer la Màquina, 10-A
Polígono Industrial El Regàs
08850 Gavà, Barcelona
Tfno. 93 633 34 38, Fax: 93 638 17 19
rheavendors@rheavendors.es



Las Normas EVA gratis en la web

La European Vending Association cuelga en www.eva.be sus normativas para que los usuarios las descarguen sin coste alguno

Desde el pasado 10 de octubre, las normas referentes a la industria de la venta automática elaboradas por la Asociación Europea de Vending (EVA Standards: EVA-DTS, EVA-CVS, EVA-EMP, EVA-TMP y EVA-MPS) están disponibles en el sitio www.eva.be de forma gratuita, pudiéndose las bajar fácilmente desde Internet aquellos usuarios que lo deseen.

Con el objetivo de promover la mejora del uso y el conocimiento de los reglamentos que afectan al sector del vending a nivel global, la EVA ha creído conveniente poner en práctica este sistema de descarga.

Cómo acceder a la norma

Para consultar cualquier Norma EVA gratis, el usuario simplemente ha de registrarse en www.eva.be, donde obtendrá una contraseña la cual le permitirá bajarse el tipo de reglamento que precise. Con este sistema de registro, la EVA puede informar de manera automática a los usuarios de cualquier actualiza-



ción futura de las normativas y recoger su opinión antes de la puesta en práctica de las normas.

Para obtener una descripción de todos los protocolos de la EVA, basta con hacer clic en la sección "Industry Standards" de la página web. En este apartado aparece el conjunto de normativas y el enlace para acceder a unos folletos explicativos en formato pdf que están disponibles para una mayor información del usuario.

EVA Standards

- EVA-CVS: *Cashless Vending Specification*
- EVA-DTS: *Data Transfer Standard*
- EVA-EMP: *Energy Measurement Protocol*
- EVA-MPS: *Mobile Payment Specification*
- EVA-TMP: *Temperature Measurement Protocol*

ción futura de las normativas y recoger su opinión antes de la puesta en práctica de las normas.

Para descargarse el EVA-DTS se requiere tener una conexión a Internet rápida ya que el proto-

La decisión de publicar todas las normativas de forma gratuita desde la web de la EVA fue tomada siguiendo la recomendación de los Comités Técnico y de Normativas de la asociación •

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. Confiar en los especialistas Necta: elige la seguridad.

www.nwglobalvending.com

La dieta mediterránea llega al vending con Lead Food Services

La compañía incorpora a su línea de producto las ensaladas y la fruta

Las máquinas de dispensación automática están adaptándose con celeridad a los nuevos hábitos alimentarios de la población. Además de los típicos snacks, tentempiés y chocolatinas, ya es posible comer sano y seguir la dieta mediterránea a través de productos frescos suministrados por máquinas de vending.

En este sentido, Lead Food Services, primer mayorista español para máquinas de vending, acaba de incorporar a su distribución la línea de Ensaladas Paul & Louise, específicas para distribución automática, ya aliñadas y listas para comer. Con apetecibles variedades como la ensalada mediterránea, la de pimientos asados o la de pasta; todas con diversos ingredientes, entre los que el atún siempre está presente.

También la fruta natural ha llegado a las máquinas automáticas. Al utilizar como único conservante el zumo de uva natural se asegura el perfecto estado de conservación de la fruta en el momento de ser adquirido. Las nuevas terrinas de fruta de Cofrusa también llegan al canal del vending

de la mano de Lead Food Services, en sus variedades de piña, melocotón y macedonia.

Con estas incorporaciones al canal de la distribución automática, el consumidor tiene nuevas oportunidades de adquirir el producto justo en el momento del consumo y sin interrumpir su actividad cotidiana: en la oficina, en el gimnasio, y en los numerosos locales públicos que cuentan con presencia de máquinas automáticas.

Lead Food Services es una compañía del Grupo Simat, que está especializado en la producción de preparados alimenticios, especialmente leche, cacao, café y derivados, los cuales comercializa bajo su propia marca. El Grupo Simat es también uno de los principales distribuidores españoles de alimentos sólidos para máquinas automáticas •



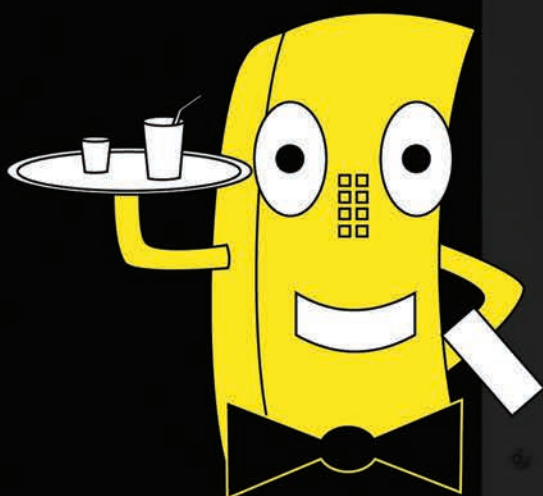
Las nuevas terrinas de fruta Cofrusa se presentan en las variedades de piña, melocotón y macedonia



Las ensaladas Paul & Louise mediterránea, de pimientos asados o de pasta vienen ya aliñadas y listas para comer

www.
OLEVENDING.com

Una forma **diferente**
de hacer vending



OFRECEMOS

- Know how (saber hacer)
- Amplio catálogo
- Exclusividad
- Una forma **diferente**

Forme parte de nuestra organización

902 444 001

Más de **15.000** máquinas instaladas
avalan nuestro éxito

Comercial Enoc, S.L.
Ctra. Estación s/n Pol. Ind. Naón
33429 Viella
Asturias
olevending@olevending.com

desde 1987



Nestlé es el referente en el mercado de snacks, tanto en máquinas vending como en otros canales de venta, con marcas reconocidas internacionalmente tales como Kit Kat, Crunch, Milkybar, Lion, entre otras

Snacks de Nestlé, garantía de calidad

La personalización es un elemento clave y diferenciador para el desarrollo del vending. Por ello Nestlé apuesta por una personalización atractiva con *Kit Kat*, la marca líder en el vending de snacks. Una imagen que además de captar la atención del consumidor aumenta su confianza, ya que le informa de que en ella podrá encontrar la calidad y la garantía que busca en sus productos. Estudios demuestran que una máquina personalizada con *Kit Kat* aumenta sus ventas de manera significativa, hasta un 20% en algunos casos, en comparación con una máquina no personalizada.

El mercado de barras rellenas es el más importante dentro del conjunto de *countlines*, representando el 60% del mismo y con una interesante y positiva evolución durante los últimos años. Es, por tanto, uno de los motores del mercado español de chocolates y pre-

senta un relevante potencial.

El 71% de los consumidores españoles declara tomar una barra de chocolate cuando sienten una sensación de hambre. Y para ello Nestlé ofrece una amplia gama de productos que responden plenamente a los gustos del consumidor español.

Barritas ligeras

Dentro del interés general del consumidor hacia una nutrición más equilibrada, en el caso de las barras de chocolate surgen demandas hacia productos ligeros que satisfagan la necesidad de apagar el hambre pero que no dejen la sensación de "quedar lleno", que tengan el tamaño adecuado, y que aporten un valor nutricional pero, sobre todo, que no supongan un sacrificio en el placer de consumir un buen chocolate. Para responder a esta necesidad, Nestlé lanzó el pasado año

Nestlé Snacks: se trata de barritas ligeras, con un cuerpo de suaves y crujientes galletas bañadas con los tradicionales chocolates Nestlé. Los *Nestlé Snacks* son un apetitoso tentempié, cuya gama de chocolates (negro, blanco, con leche o la variedad *Crunch* lanzada recientemente) combina perfectamente con las galletas y rellenos propios de cada especialidad. Están pensados para que el consumidor disfrute del producto y quede satisfecho sin sentirse lleno. Se presentan en un práctico y moderno embalaje individual que garantiza la conservación y sabor del producto.

Otro de los productos lanzados en los últimos meses es el *Kit Kat Caramel*, lo nuevo de *Kit Kat*. Con un relleno de caramelo fluido que enriquece el *Kit Kat* de siempre y ofrece una nueva textura y una irresistible combinación de sabores. Y su presentación diferente y

(Pasa a la pág. 58)

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

<http://www.azkoyen.com>

60 Aniversario

AZKOYEN

Vending for life



(Viene de la pág. 56)

moderna lo distingue claramente del resto de chokolatinas.

Para un target más infantil, *Smarties*, las deliciosas grageas de exquisito chocolate con leche Nestlé, con sus llamativos y atractivos colores que harán las delicias de los más pequeños. Ahora con un nuevo diseño, más moderno, cómodo y práctico.

Y por supuesto las marcas de siempre: *Kit Kat*, *Milkybar*, *Crunch*, *Lion*, *On Line*, *Nuts*, *barritas Nesquik*, *Nestlé Fruits*. Marcas por todos conocidas, símbolo de calidad Nestlé y de exquisito sabor que facilitarán al operador de máquinas automáticas impulsar sus ventas de snacks ●

Reconocimiento a la innovación de Nestlé España

El pasado día 3 de noviembre, Nestlé España fue premiada como mejor empresa de alimentación en la modalidad de "Innovación" en el marco de los premios que otorga el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación a las compañías del sector.

José Arcas, presidente y director general de Nestlé España, fue el encargado de recoger el galardón. Arcas agradeció al Ministerio la celebración de estos premios a la "Mejor empresa alimentaria española" que reconocen el esfuerzo de las empresas de una industria como la alimentaria **"tan importante y a la vez compleja"**. Asimismo, el máximo responsable de Nestlé en España mostró su satisfacción al haberse premiado la labor de los profesionales del Grupo en una apuesta diaria por la innovación, uno de los grandes retos y máximo estandarte de la firma desde sus inicios, cuando Henri Nestlé ideó la harina lacteada que habría de revolucionar el mundo de la alimentación infantil.

El Rey visita la fábrica de Nestlé en La Penilla

Con motivo del centenario de la compañía, la fábrica de La Penilla (Cantabria) de Nestlé España recibió la visita de S.M. el Rey Juan Carlos, en un acto al que asistió la Ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Elena Espinosa, primeras autoridades de Cantabria, los alcaldes de los ayuntamientos de la localidad y los máximos responsables de la empresa en España y del Grupo Nestlé para Europa.

José Arcas agradeció a Su Majestad su presencia en la fábrica: **"Es un honor para Nestlé acoger su visita a esta fábrica cántabra en la que la compañía dio sus primeros pasos en nuestro país hace ahora 100 años"**.

El equipo directivo de Nestlé acompañó a S.M. el Rey a realizar un recorrido por las instalaciones. El monarca saludó a los representantes del personal del centro de trabajo y descubrió una placa conmemorativa de su visita.

Por último, y tras firmar en el Libro de Honor, Su Majestad tuvo la oportunidad de departir durante unos minutos con los invitados al acto.

La fábrica de Nestlé en La Penilla es hoy uno de los centros de producción más importantes de la empresa en España y, con una plantilla de 750 personas, es el que cuenta con un mayor número de empleados. La factoría se dedica a la producción de leche en polvo, leches y harinas infantiles, cacao soluble, chocolates y cereales para el desayuno.



A su llegada a la fábrica S.M. el Rey es recibido por el presidente y director general de Nestlé España, José Arcas

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

MALAGA

NUEVO PALACIO DE FERIAS

8, 9 y 10 de Marzo de 2006



**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

La ISO 22000 garantizará la seguridad alimentaria

La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) ha publicado la ISO 22000, de aplicación voluntaria, sobre Sistemas de Gestión de Seguridad Alimentaria.

La nueva norma define los requisitos de un modelo para la gestión de la seguridad en la alimentación de aplicación en todo el sector con objeto de ayudar a las empresas a analizar y gestionar cualquier tipo de riesgo de forma efectiva. ISO 22000 complementa las exigencias de gestión en este ámbito a lo largo de toda la cadena de producción, poniendo en relación los Principios de Análisis de Riesgos y de Puntos de Control Crítico (HACCP) con los prerrequisitos de Buenas Prácticas.

Esta normativa podrá ser certificada por entidades independientes como DNV, que ya ofrece a sus clientes programas de formación sobre el contenido de la norma. Stefano Crea, director para Alimentación de DNV, señala: **"La ISO 22000 introduce un esquema general para la gestión de la seguridad y una metodología de trabajo que representan a la vez una premisa y un prerrequisito específicos, como respuesta a las exigencias particulares de cada una de las partes interesadas"**.

Este es el caso, por ejemplo, de normas promovidas por detallistas europeos como IFS (*International*

La nueva ISO 22000 tendrá en cuenta los requisitos de la ISO 9001:2000, lo que hará compatible ambas normativas



Food Standard) y BRC (*British Retail Consortium*), que podrán implementarse en el marco de un sistema más generalizado y global, que es el propuesto ahora por la ISO 22000. La norma se puede aplicar de forma independiente o en combinación con otros sistemas de gestión como ISO 9001:2000. Aún teniendo diferentes objetivos, la ISO 22000 tendrá en cuenta los requisitos de ISO 9001:2000 para mejorar la compatibilidad de ambas normas y para permitir su ensamblaje o implementación integrada. **"El efecto de consolidación en los sistemas de gestión de la seguridad alimentaria es una de las evidentes ventajas de la introducción de esta norma"**, añade Crea.

Contenido y pilares de la nueva norma

La ISO 22000 es de aplicación a todo participante, directo o indirecto, de la cadena alimentaria,

desde agricultores a fabricantes y desde ganaderos a mayoristas y minoristas, incluyendo a los fabricantes de envases y de equipos de producción, y a las empresas de transporte y limpieza.

La norma se basa en varios factores considerados fundamentales para garantizar la seguridad en toda la cadena alimentaria hasta el consumidor final:

- **Comunicación interactiva** entre todas las partes interesadas, incluida la autoridad de control.
- **Sistema de gestión.**
- **Control de procesos.**
- **Principios HACCP**, aplicados en cumplimiento de lo previsto en el *Codex Alimentarius*.
- **Programas de prerrequisitos**, incluyendo Buenas Prácticas de Fabricación, control de agentes infecciosos, limpieza y procedimientos de desinfección, etc.

La comunicación interactiva es sin duda el elemento más innovador. ISO 22000 exige a todos los miembros de la cadena mantener

un diálogo abierto y constante con sus clientes directos, de modo que queden identificados y bajo control los riesgos más importantes en todas las fases de la cadena.

El enfoque de la norma y su estructura son similares a las de otras como ISO 9001 e ISO 14001 (Sistemas de Gestión Medio-ambiental), fomentando el desarrollo de un sistema integrado de gestión de riesgos para todo el sector agroalimentario.

Punto de referencia para las empresas agroalimentarias

La seguridad se ha convertido con pleno derecho en una condición irrenunciable de los productos alimentarios. Éstos han visto la introducción de mejoras en sus características organolépticas y en sus propiedades nutricionales. Con todo, el sector entero es plenamente

consciente de la necesidad de continuar la inversión para cumplir las expectativas del consumidor final. La certificación independiente juega un papel fundamental, al contribuir a la transparencia de los procesos de producción y sobre los ingredientes utilizados. También permite la comunicación a los consumidores de los factores diferenciadores de cada producto, optimiza la gestión mediante un refuerzo de la credibilidad externa, y garantiza la objetividad y la imparcialidad.

DNV ha certificado a más de 2.000 organizaciones en todo el mundo, en todas las fases de la cadena de producción alimentaria, siendo además una de las pocas certificadoras facultadas para actuar en todas las actividades relacionadas con el sector alimentario.

Gracias a su experiencia y co-



nocimiento del sector agroalimentario, DNV ha formado parte de uno de los grupos de trabajo que ha elaborado el borrador de la norma ISO 22000, junto a representantes de 14 países y organizaciones como el Codex Alimentarius, la Global Food Safety Initiative (GFSI) y la Confederación Europea de Industrias Agroalimentarias (CIAAA) •

Información facilitada por DNV (España)

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**

Registrado en 1910

comercial@cialdos.com
www.cialdos.com



El Hospital Universitario Ramón y Cajal acoge este encuentro que analiza esta problemática desde diferentes perspectivas

Jornada sobre **obesidad**

La obesidad, un problema de salud pública es el epígrafe de una jornada celebrada el pasado día 16 de noviembre en la Sala de Actos del Hospital Universitario Ramón y Cajal de Madrid y organizada por la Fundación para la Investigación Biomédica del citado centro hospitalario. Amador Elena, director gerente del Hospital Ramón y Cajal y presidente de esta Fundación, y Félix Lobo, presidente de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria, fueron los encargados de realizar la presentación del acto.

La primera mesa temática, bajo el título "La obesidad: una perspectiva clínica", acogió las siguientes ponencias "Epidemiología de la obesidad" –por el Dr. José Ramón Banegas, del Departamento de Epidemiología Cardiovascular y Nutricional de la Universidad Autónoma de Madrid–; "Obesidad y enfermedades crónicas" –a cargo del Dr. Basilio Moreno, presidente de la Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad (SEEDO)–, y "Nuevas técnicas de abordaje clínico: estrategia PROBESCI (adultos) y programa de niñ@s en movimiento" –por la Dra. Clotilde Vázquez, de la Unidad de Nutrición Clínica y Dietética del Hospital Universitario Ramón y Cajal, y las Dras.

Sandra Gussinyer y Norma García-Reyna, del Hospital Vall d'Hebron de Barcelona–. La mesa estuvo moderada por Luis Guerra, director de la Fundación para la Investigación Biomédica y subdirector de Docencia e Investigación del Ramón y Cajal.



La segunda mesa "Prevención Primaria: experiencias concretas", moderada por Consuelo López, de la Escuela Nacional de Sanidad y Carlos de Teresa, del Instituto del Deporte de Granada, abrió con la conferencia "Prevención educativa a través de las empresas de Alimentación" a cargo de José Luis Ibáñez, Jefe de Servicio de Hostelería del Hospital Universitario Ramón y Cajal. Tras esta intervención siguieron "El papel de

la sociedad civil", por Marisa Viñes, presidenta de la Asociación Abuelos y Abuelas en Marcha (ABUMAR); "Cómo incorporar los valores nutricionales a los productos comerciales", por Belén Agustí, responsable de Calidad de McDonalds España, y Juan Manuel Hidalgo, director de Asociación 5 al día, y "El papel del ejercicio físico: experiencia global en Baleares", pronunciada por Teo Cabanes, del Instituto de Servicios Sociales y Deportivos del Consejo Insular de Palma de Mallorca. La tercera mesa de conferencias ("La prevención primaria: una prioridad de política sanitaria"), que cerró la jornada, fue moderada por Juan Manuel Ballesteros, de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria.

"El liderazgo político: la Estrategia NAOS", por Miguel Ángel Royo, del Instituto de Salud Carlos III, y "El papel de las CC.AA.", por Susana Belmonte, de la Consejería de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid, fueron las conferencias que conformaron esta última mesa.

La clausura corrió a cargo de Agustín Rivero, director general de Salud Pública y Alimentación (Consejería de Sanidad y Consumo de la Comunidad de Madrid) •

Básicamente, un operador de Vending tiene dos opciones:



opción A

Atender a numerosos proveedores;
buscar en cada marca las últimas ofertas;
reclamar varias veces al día los pedidos;
clasificar y administrar albaranes, facturas,
pagos y devoluciones por cada proveedor;
recibir varios transportistas por día;
resignarse a aceptar marcas de segunda
y tercera fila por dificultades en la entrega;
contratar personal administrativo adicional;
teleaburrir a cada momento que se le da a pensar.



opción B

Llamar a
Lead Food Service



Solicite **GRATIS**
nuestro catálogo



Ventajas del filtro AquaPure de Cuno

Elimina más del 99,99% de todas las bacterias

Cuno ha ideado una nueva gama de filtros de agua AquaPure para dispensadores de agua directos y sistemas de agua potable, diseñada para eliminar prácticamente todas las bacterias del agua, para aplicaciones de suministro de agua fundamentales. Los filtros incorporan una membrana que elimina más del 99,99% de todas las bacterias y un bloque prefiltro de carbono fino que reduce los sabores y olores desagradables.

La eliminación de sedimentos de este bloque también prolonga la vida útil del filtro de membrana y, por lo tanto, del filtro

en su conjunto, haciendo que su uso resulte más económico.

Sin peligro de fugas

Esta innovadora línea que presenta la compañía puede



funcionar en instalaciones tan exigentes como hospitales y centros sanitarios, donde este elevado nivel de filtrado de agua resulta esencial. Actualmente, los cartuchos se ofrecen en dos tamaños, con capacida-

des de 7.600 (AP1) y 11.000 (AP3) litros, durante la vida útil del filtro.

A diferencia de otros muchos productos que utilizan un filtro insertado en una carcasa, esta unidad totalmente encapsulada cuenta con conexiones de cartuchos "Sanitary Quick Change -SQC" (cambio rápido higiénico).

Este formato SQC minimiza la contaminación durante el cambio de filtros y garantiza que no existan fugas, dado que las juntas tóricas se cambian con el cartucho. También se ofrece una solución de limpieza para ayudar a los operarios a controlar la contaminación de bacterias desde el punto de suministro •

Folleto informativo

CUNO Ltd. dispone de un folleto de 12 páginas en el que se detallan los productos y servicios de filtración de agua para el sector de la alimentación, proporcionando una perspectiva interna clara sobre los efectos esenciales que desempeña el agua como ingrediente esencial en muchos negocios. Dirigido a mercados específicos como el de máquinas dispensadoras de café, agua y hielo, el escrito está disponible en inglés, francés, alemán, italiano, español y holandés.



Conocimientos básicos sobre filtración

El fascículo incluye elementos formativos sobre filtración de sedimentos, control de sabor y olor, eliminación de cloro, reducción de quistes, control de incrustaciones de cal y de sólidos totales disueltos, y describe dispositivos como filtros de carbono, membranas de microfiltración, filtros de profundidad, sistemas de ósmosis inversa y ablandadores de agua. Otros artículos tratan aspectos básicos de aplicaciones, tecnologías de filtración y detalles sobre el concepto innovador de CUNO de un centro de compra que permite cubrir todas las necesidades.

MENOS CAL MÁS PROVECHO GRACIAS AL SCALEGARD® PRO

Ahorros de tiempo y dinero debidos a las menores necesidades de servicio y mantenimiento.

Aumento del rendimiento de la máquina y mejora del sabor de la bebida.

- Los filtros para agua ScaleGard Pro® reducen la cal y elimina olores y contaminantes.
- Nueva incorporación a la gama de doble capacidad y su cabezal único permite un cambio rápido e higiénico del filtro.
- Cuno le ofrece soluciones hechas a medida con el soporte marketing y técnico global.



PROVECHOS AUMENTADOS,
BEBIDAS MEJORADAS.

CUNO
®

a 3M company

3M

t: +34 93 265 64 50 e: kraiss@cuno-europe.com

www.cuno.com



La compañía celebra este 2005 sus 60 años de vida

Azkoyen compra Coges

La firma navarra se hace con el 100% del grupo italiano de medios de pago por 47,6 millones de euros

Azkoyen anunciaba, el pasado mes de julio a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), la adquisición del 100% de la compañía italiana Coges, dedicada a medios de pago distintos al efectivo (*cashless*), una operación que permitirá al grupo español alcanzar una facturación por encima de los 50 millones de euros en medios de pago para el sector vending y recreativo.

La operación se cerró por 47,6 millones, de los que 22,6 millones se abonan en efectivo y otros 20 millones se pagarán de forma aplazada con vencimientos anuales de 2006 a 2009. El pago se completará con 700.000 acciones procedentes de la autocartera de Azkoyen.

La compra sitúa a la compañía navarra entre los principales grupos europeos de este ámbito y ofrecerá **"grandes beneficios para los operadores de vending, ya que les permitirá contar con un sólido socio capaz de cubrir sus necesidades en medios**

de pago tradicionales y en sistemas cashless", precisó la empresa.

Importantes sinergias

El plan de negocio de Coges para este año 2005 contempla unas ventas de 19 millones y un beneficio bruto de explotación

significativa presencia comercial en los cinco principales mercados europeos (España, Italia, Francia, Alemania y Reino Unido) y será líder absoluto en los dos mercados de origen, España e Italia.

El presidente de Azkoyen, Miguel Iraburu, afirmó que con esta adquisición **"la compañía apuesta por el mercado de los medios de pago"**, y subrayó que Coges, original de Schio (Vicenza), es una empresa **"con un fuerte componente tecnológico y de servicio, con productos altamente innovadores"**.

Asimismo, Azkoyen señaló que esta operación generará **"importantes sinergias industriales y comerciales que reforzarán su posición en el mercado"**, dado que se comercializará una mayor gama de productos a través de canales de distribución ya establecidos, habrá una mejor utilización de los recursos de I+D, se potenciará la oferta de productos integrados y se mejorará el acceso a cuentas clave con opciones de formular la venta cruzada •



(Ebitda) de 6,5 millones. La firma, que cuenta con 95 empleados, está enfocada principalmente al mercado italiano, aunque también opera en España, Francia, Austria y Alemania.

El grupo resultante tendrá una

1 MILLÓN
TAZAS DIA
AGUA CALIDAD BRITA



Sistemas Profesionales de Filtración y Purificación de Agua



BRITA[®]
Professional

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



El Vending en

GPE Vendors, presente en la feria con una ponencia sobre el café de máquinas automáticas

BARCELONA

degusta.

Del 10 al 14 de noviembre, el recinto ferial de Montjuïc (Barcelona) se convirtió en el escenario de la primera edición de Barcelona Degusta, el Salón de Alimentación para el Consumidor. Un certamen inédito en el panorama ferial español, dedicado a la cultura de la alimentación y el comer, dirigido al gran público y que viene a culminar una vieja aspiración de los organizadores de Alimentaria –Alimentaria Exhibitions– por acercar el producto y los usos relacionados con la alimentación y el placer del comer a los ciudadanos.

GPE
vendors

Cerca de 40.000 visitantes saborearon esta I Edición del salón, que contó con la participación de más de trescientas empresas expositoras y 2.000 productos.

En el apartado de actividades paralelas, cabe hacer mención especial de las "Aulas del Gusto", un espacio de formación conducido por los mejores expertos en diversas especialidades, quienes abrieron sus intervenciones al público en el Palacio de Congresos de Fira de Barcelona.

"Aulas del Gusto"

GPE Vendors España participó en estos encuentros pedagógicos con una conferencia –"Cafing" (primeras letras de "Café" y últimas de "Vending")– sobre la calidad en el vending, impartida por Julio Guerra Puerta, director general de GPE Vendors España y miembro de la Junta Directiva del Forum Cultural del Café, y en la que colaboraron José Rovira, presidente del Forum del Café y maestro tostador con una larga experiencia en Cafés Marcilla; Josep Casasayas, dedicado a la maquinaria profesio-

sional para establecimientos de Hostelería, e Isaac Guerra, jefe de marketing en GPE Vendors España.

Como ya es habitual en las catas y conferencias que GPE Vendors lleva a cabo por todo el territorio nacional, se hizo especial hincapié en la calidad del café a través de máquinas vending, demostrando siempre que **"con una máquina bien diseñada y ajustada y un café de calidad se puede disfrutar de una bebida no sólo comparable a la servida en la hostelería, sino en ocasiones superior a ésta"**, insistió la compañía ●



De izquierda a derecha, Isaac Guerra, Josep Casasayas, Julio Guerra y José Rovira, encargados de realizar la conferencia sobre café dentro de "Aulas del Gusto"

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

TRATECNICA

Más información en:
www.tratecnica.com • sep@tratecnica.com



Zummo inaugura sus nuevas instalaciones

La compañía Zummo-Innovaciones Mecánicas, S.A., fabricante de máquinas automáticas exprimidoras de zumos de cítricos, vive una nueva etapa en el desarrollo de su negocio, que se inició en julio de este año con la inauguración de sus nuevas instalaciones en la localidad valenciana de Moncada.

Zummo apuesta por una mejora continua y seguir creciendo como una de las firmas líder del sector de máquinas automáticas de zumos. Para ello, dispone de una moderna, amplia e innovadora infraestructura de 4000 m², capacitada para dar el mejor servicio a sus clientes.

Los productos de esta compañía llevan 13 años funcionando en todo tipo de locales de hostelería con unos resultados óptimos. La robustez, fiabilidad, facilidad de manejo y limpieza, y la calidad de sus máquinas, que cuentan con un sistema de expri-



Fachada de las nuevas instalaciones de la firma, situadas en la localidad de Moncada (Valencia)

mido único en el mundo según apunta la compañía, permiten rendir al máximo en las condiciones más exigentes.

Calidad garantizada

Zummo-Innovaciones Mecánicas, S.A. mantiene su compromi-

so por la máxima calidad de todos sus productos y servicios. Sus modelos de máquina Zummo y Zummito poseen las siguientes homologaciones: marca GS, certificado ANSI/NSF y certificado ETL, que les permiten su comercialización en la Comunidad Europea, Estados Unidos y Canadá.

Asimismo, cuentan con la Certificación del Sistema de Calidad implantado según la norma ISO 900:2000 por medio de TÜV MANAGEMENT SERVICE para el diseño y fabricación de máquinas exprimidoras automáticas de cítricos.

En su labor de promoción, la empresa valenciana acudió el pasado mes de octubre a la feria HOST, celebrada en Milán y a Horeq (Madrid), para dar a conocer su línea de exprimidores automáticos ●

El sistema de exprimido, una de las claves de su éxito

Zummo ha desarrollado un innovador sistema de exprimido, cuyas principales ventajas son:

- El zumo no entra en contacto con la corteza.
- No exprime la corteza, sólo el interior del fruto.
- Su diseño y funcionamiento captan la atención del cliente.
- Elevado rendimiento, extrayendo prácticamente la totalidad del zumo.
- Capacidad para admitir todos los tamaños de cítricos.
- Fácil limpieza.

El equilibrio perfecto

entre hombre y máquina, gusto y emociones.

Con sólo pulsar un botón, te ofrece un producto de alta calidad, listo para degustar.

● Barista

Diseño compacto y actual con colores frescos y modernos que hacen se adapte con facilidad en cualquier ambiente.

Amigable e intuitiva, además de su gran fiabilidad, esta máquina facilita el trabajo del profesional ofreciéndole mas autonomía y tiempo.

BARISTA: En cualquier momento una calidad inmejorable para los paladares mas exigentes.



Nuestros clientes

- Restaurantes
- Hoteles
- Catering
- Instituciones militares
- Casinos
- Hospitales
- Geriátricos
- Centros de convenciones
- Cafeterías
- Oficinas



Selecciones

- Café corto
- Café largo
- Café cortado
- Café con leche
- Capuchino
- Mocachino
- Chocolate
- Agua caliente

rheavendors ●
españa

Madrid: C/ Nóbel, 3
Poligono Industrial San Marcos
28906 Getafe, Madrid
Tfno. 91 601 19 60, Fax: 91 682 94 01

Barcelona: Carrer la Màquina, 10-A
Poligono Industrial El Regàs
08850 Gavà, Barcelona
Tfno. 93 633 34 38, Fax: 93 638 17 19
rheavendors@rheavendors.es

Un estudio revela que las nueces pueden prevenir el cáncer y enfermedades neurodegenerativas

En la glándula pineal, un pequeño órgano situado en el centro del cerebro, segrega rítmicamente la melatonina, un químico natural relacionado con la regulación del sueño. Se habla de sus beneficios en la mejora del sueño, de sus efectos antioxidantes, de su capacidad para la elevación del tono vital y de su acción moduladora del sistema inmunológico. Muchos norteamericanos la adquieren libremente como suplemento dietético, y son muchos los europeos que regresan con varios frascos de sus viajes. Sus principales consumidores han sido por ahora los viajeros de largas distancias, que la utilizaban para recuperarse de las diferencias horarias.

Un estudio realizado ahora por la Universidad de San Antonio, en Tejas (EE.UU.), coordinado por el Dr. Russel J. Reiter, especialista en Neuroendocrinología y profesor de este centro académico, acaba de demostrar ahora que las nueces son una gran fuente de melatonina,

La investigación realizada por el Dr. Russel J. Reiter, especialista en Neuroendocrinología y profesor de esta disciplina en el Centro de Ciencias de la Salud de la Universidad de San Antonio en Tejas, demuestra que las nueces son una fuente natural de melatonina y que previenen y reducen los efectos del cáncer, el Parkinson o el Alzheimer



y esto puede tener efectos beneficiosos para la salud. El estudio ha sido publicado en el número de septiembre de la revista "Nutrition: The Internacional Journal

of Applied and Basic Nutritional Sciences".

La presencia de la melatonina, combinada con las otras cualidades de este fruto seco —su alto nivel de nutrientes, su poder antioxidante y la presencia de ácidos grasos Omega-3— podría tener, según el informe del Dr. Reiter, una influencia importante para reducir la incidencia del cáncer y retrasar o reducir la gravedad de las enfermedades neurodegenerativas asociadas al envejecimiento, incluidas el Parkinson y el Alzheimer.

El Dr. Reiter señala: **"El valor de las nueces para la salud estriba en el conjunto de su composición. La melatonina y el Omega-3 contenidos en**

este fruto seco actúan conjuntamente para prevenir el cáncer, porque evitan el crecimiento de las células cancerosas. En cambio, si se toma melatonina en comprimidos sólo estamos tomando esta sustancia".

Aunque no es la primera vez que se descubre melatonina en alimentos –el maíz, los tomates y las patatas, otros productos naturales que contienen melatonina–, sí es novedoso la cantidad de este tipo de hormona que presentan las nueces, muy superior a la encontrada en el resto de productos. Melatonina que, según el estudio del Dr. Reiter, es de fácil asimilación para el organismo.

Nueces para una vejez más saludable

Cuando nos hacemos mayores, los niveles de melatonina se reducen, mientras que aumenta el daño producido por los radicales libres, responsables del envejecimiento celular. Es importante garantizar una ingesta de alimentos que contengan melatonina, para menguar los efectos producidos por los radicales libres.

Una gran novedad del estudio del doctor Reiter es la que indica que las nueces son una gran ayuda para luchar contra las enfermedades neurodegenerativas. Parkinson, Alzheimer, o incluso cataratas, enfermedades asociadas al envejecimiento, ven reducido su efecto degenerativo gracias al consumo de nueces.

Para realizar este estudio, una de las pruebas consistió en añadir melatonina a la dieta de ratones recién nacidos, propensos a padecer cataratas. El resultado fue que la enfermedad no llegó a desarrollarse ●

DeVal®

Productos Solubles de última Generación

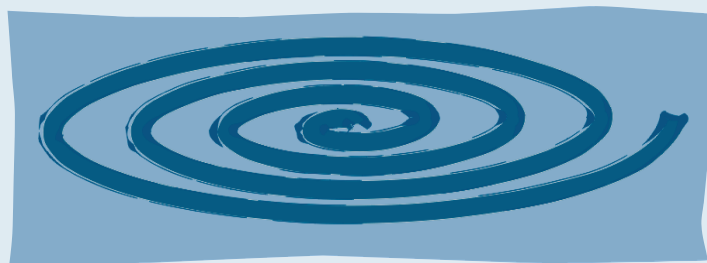


Blender

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



M U N D O P R E S S 2 0 0 0

EDITORES DE REVISTAS TÉCNICAS ESPECIALIZADAS

Gabinete de Comunicación

- Prensa
- Relaciones Públicas
- Imagen
- Publicidad
- Diseño de folletos, PLV, Displays, etc.
- Edición y realización de revistas de empresa

Coffeemar

S500

Coffeemar

G500

En **soluble** y **grano**,
diseñadas para mejorar la
calidad de las bebidas calientes



Hilton International inaugura su segundo hotel en Barcelona, el Hilton Diagonal Mar

Este nuevo centro hotelero permite combinar jornadas de trabajo con estancias de verdadero relax en un entorno privilegiado, próximo a las playas de la zona y a una gran oferta lúdica

La prestigiosa cadena Hilton International abrió las puertas, el pasado día 4 de octubre, de un nuevo hotel en la Ciudad Condal, el Hilton Diagonal Mar Barcelona, ubicado junto al nuevo Centro Internacional de Convenciones (CCIB) y el Edificio Fórum. Hilton Diagonal Mar Barcelona forma parte de un conjunto arquitectónico que ya es icono visual de la Barcelona del siglo XXI.

La apertura de este establecimiento se enmarca dentro del plan de expansión de la cadena en Es-

paña. **"Hilton International apuesta por España creando nuevos hoteles en las principales ciudades de negocio del país y cubriendo las necesidades del segmento de negocios"**, señaló Theodor Kreutzer, vicepresidente para Europa Occidental y Mediterráneo de la cadena Hilton.

El nuevo hotel dispondrá de 433 habitaciones: suites, "Hilton Relaxation Rooms" y habitaciones ejecutivas, distribuidas en 21 plantas con maravillosas vistas al Mediterráneo. Una de sus particula-

ridades será la luminosidad ya que contará con 4.800 m² de vidrio y 3.400 m² de terraza.

Servicios de alto nivel

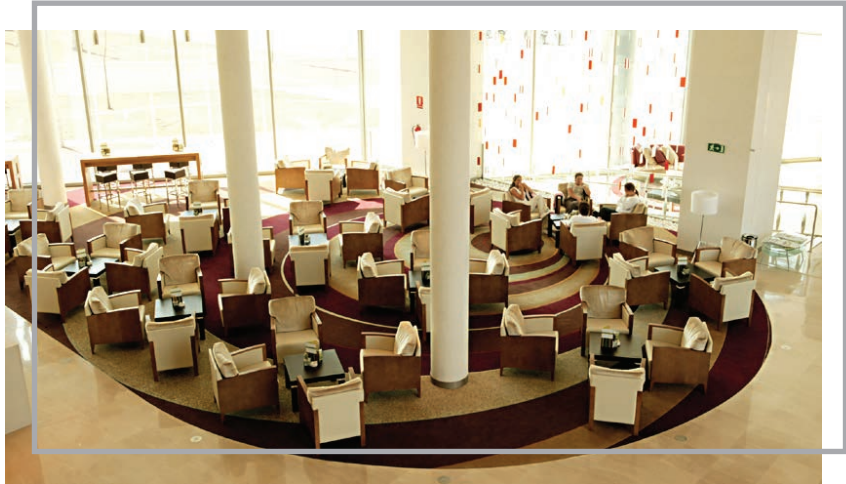
Las instalaciones incluyen todo tipo de servicios para los ejecutivos, quienes tendrán a su disposición 1.500 m² de espacio para convenciones, con 9 salas de reuniones con luz natural, divisibles en 22, y un gran salón con capacidad para 1.000 personas. Además, cuenta con un Centro de Negocios con un equipo de soporte

administrativo y de comunicaciones para cubrir todas las necesidades del huésped ejecutivo.

Cabe destacar que Hilton Diagonal Mar Barcelona ofrece uno de sus productos más representativos: la "Relaxation Room", un nuevo concepto de habitación de alta gama, que refleja el cambio en las preferencias estéticas y hábitos de trabajo de los viajeros más exigentes. Pensada por diseñadores y ergónomos, este tipo de habitación, que responde a los máximos estándares de calidad y confort de un gran hotel de lujo internacional, está distribuida en tres ambientes distintos dedicados al relax, al trabajo y al cuidado personal. Además, dispone de las últimas innovaciones tecnológicas y combina confort y diseño contemporáneo.

Paladar y ocio

La oferta gastronómica de Hilton Diagonal Mar Barcelona incluye dos bares a gusto de los clientes: Brisa Pool Bar y Pistaccio Lobby Bar & Lounge. Abierto de 11.00 h. a 23.00 h. y con una capacidad de 96 plazas, Brisa Pool Bar está en una localización privilegiada en la terraza de la segunda planta del hotel con vistas al mar Mediterráneo, junto al



El nuevo hotel de la cadena Hilton International dispone de una oferta gastronómica de alto nivel y gran variedad

gimnasio "LivingWell Express" y a la piscina del hotel. En él se puede disfrutar de un ambiente informal. Ofrece una amplia selección de bebidas, ensaladas, helados y los tradicionales "Hilton Classics". Por otra parte, Pistaccio Lobby Bar & Lounge tiene una capacidad de 98 plazas y está situado en el vestíbulo del hotel, rodeado de grandes ventanales que le dan un ambiente luminoso. Su carta incluye bebidas preparadas de manera creativa y una extensa carta de ron. Asimismo, se pueden degustar auténticas tapas y snacks; todo ello en un ambiente distendido, con música de fondo y una adecuada iluminación. El Hilton Diagonal Mar Barcelona cuenta también con un restaurante, con una

soleada terraza al aire libre y con vistas al mar: Índigo Restaurant. En un entorno confortable y relajante el Chef, Matias Uhlig, deleitará a los paladares más exigentes con platos innovadores de cocina mediterránea, haciendo un énfasis especial en los ingredientes frescos de cada estación del año. Índigo Restaurant dispone de una extensa carta de vinos nacionales y referencias internacionales, y cuenta con una capacidad de 194 plazas y 40 plazas en la terraza.

Las instalaciones de ocio del nuevo hotel contemplan un gimnasio, "LivingWell Express", y piscina al aire libre, además de parking para 250 vehículos.

El hotel está situado a 10 minutos del centro de la ciudad y a 20 km del Aeropuerto Internacional de Barcelona, y cerca de las principales vías de acceso de la ciudad como la Avenida Diagonal, Ronda Litoral o Rambla Prim.

Cabe resaltar que durante los próximos dos años, Hilton International abrirá dos hoteles más en España: Hilton Valencia, que estará frente al Palacio de Congresos de la Avenida de las Cortes Valencianas, y Hilton Madrid Airport, que será el único hotel 5 estrellas del Aeropuerto de Madrid-Barajas ●



Una de las habitaciones que acoge el Hilton Diagonal Mar Barcelona

Terminales Teknet Ri para captura de datos con radiofrecuencia

Goitek System los presenta con un diseño innovador y una apariencia más moderna

Como empresa a la vanguardia tecnológica, Goitek System, S.L. saca al mercado sus nuevos terminales Teknet Ri, una solución "llave en mano" que permite realizar la captura de datos y posibilitar la comunicación bidireccional y en tiempo real entre los terminales y un PC (servidor) conectado al sistema de gestión de la empresa. Estos terminales Teknet Ri con antena (radiofrecuencia) ofrecen un diseño muy actual.

El sistema Teknet se compone de tres elementos: un PC que realiza las funciones de servidor, un sistema de comunicaciones industriales, pudiendo elegir entre una red propietaria (Teknet), una red Ethernet con protocolo TCP / IP o comunicación por radiofrecuencia (Wireless IEE802.11b), y las estaciones Teknet, que posibilitan la transferencia de datos entre el servidor (PC) y las máquinas y operarios en ambas direcciones.

Los terminales Teknet Ri poseen un display formado por cuatro líneas, de veinte caracteres cada una, que soportan el set de caracteres del código ASCII. Esto permite la presentación y edición de

todo tipo de ficheros de texto generados en un entorno del tipo PC.

Las estaciones Teknet Ri disponen de conexión a lectores ópticos, láser CCD o LCD y un lector magnético o de proximidad integrados, así como cuatro entradas y dos salidas de señales digitales de autómata optoacopladas.

Características

Los Teknet miden 290 x 185 x 120 mm y disponen de un microprocesador de 8 bit

a 16 MHz, memoria RAM de 1 MB, teclado de membrana de 38 teclas, dos canales serie COM1 y COM2 (COM1 interface RS232 – COM2 interface RS232, RS422 o RS485), alimentación de 220 V y protección para soportar ambientes industriales.

Al igual que el resto de productos de la compañía, los terminales Teknet Ri son consecuencia del esfuerzo continuado de Goitek en I+D, que hace posible la permanente renovación y mejora de sus productos y servicios comercializados ●





EMPRESAS, ASOCIACIONES, ETC.

ACV (ASOCIACIÓN CATALANA DE VENDING) pág. 6
 ANUGA pág. 23
 AZKOYEN pág. 66

CUNO pág. 64

DNV (ESPAÑA) pág. 60

ENCUENTRO DE PROFESIONALES
 DE VENDING DE EUSKADI pág. 24
 EQUIPAEMPRES pág. 18
 EVA (ASOCIACIÓN EUROPEA DE VENDING) pág. 52

FER INTERAZAR pág. 10
 FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
 BIOMÉDICA DEL HOSPITAL
 UNIVERSITARIO RAMÓN Y CAJAL pág. 62

GOITEK SYSTEM pág. 78
 GPE VENDORS ESPAÑA pág. 68

HOREQ pág. 14
 HOTEL HILTON DIAGONAL MAR
 BARCELONA pág. 76

IMA pág. 22
 INFORPRESS (NUECES ESTUDIO) pág. 72

KOELNMESSE (ENCUESTA VENDING
 EN ALEMANIA) pág. 36

LAVAZZA pág. 34
 LEAD FOOD SERVICES pág. 54
 LOGISTICS QUALITY SERVICES pág. 40

MEI pág. 48

NECTA pág. 6
 NESTLÉ ESPAÑA pág. 56

RHEAVENDORS ESPAÑA págs. 32/8

SVG IBÉRICA pág. 28

VENDITALIA pág. 23

TAM pág. 8
 TUPINAMBA pág. 6

ZUMMO pág. 70

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

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

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



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

Kiosko Fotográfico Digital
DIGICUBE
■ REVELADO DIGITAL INSTANTÁNEO
■ TUS FOTOS DIGITALES AQUÍ Y AHORA!!
MÁS DIGITAL, MÁS OPORTUNIDADES



tel. 93 712 05 50 • Sabadell (BARCELONA) • www.masterfot.com • masterfot@masterfot.com



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. Païses 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.

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

902 445 300



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. & fax: +34 93 265 64 50
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

PARA MAYOR INFORMACIÓN
TEL.: 93 226 50 33



ANUNCIANTES

A&A BLUMED pág. 45
 AZKOYEN INDUSTRIAL pág. 57

LAVAZZA pág. 7
 LEAD FOOD SERVICES pág. 63

BLENDER pág. 73
 BRITA pág. 67

MASTERFOT pág. 31
 MEI pág. 49

CAFÉS MALONGO pág. 39
 CANALETAS pág. 27
 CIALDOS pág. 61
 CUNO pág. 65

NECTA pág. 53
 NESTLÉ Portada

ENOC pág. 55
 ESPRESSO CAP pág. 9

RHEAVENDORS págs. 51/71

FER-INTERAZAR pág. 59

SAECO pág. 13
 SISTEMAS DE VENTA Y CONTROL pág. 33
 SOMAK pág. 47

HOREXPO Contraportada

TRATÉCNICA pág. 69
 TUPINAMBA pág. 17

JOFEMAR pág. 75

VENDIN pág. 43
 VENDISER Interior portada/pág. 3
 VENDITALIA pág. 21



MUNDO VENDING

EL VENDING ES NUESTRO MUNDO

- * ACTUALIDAD DEL SECTOR * PRESENCIA EN LAS MEJORES FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES
- * ESCAPARATE DE LAS ÚLTIMAS NOVEDADES * COMENTARIOS Y ARTÍCULOS PROFESIONALES

MUNDO VENDING es mucho más que una revista. Es la única revista que recoge todas las novedades, cambios e informaciones de un sector en expansión como es el vending.
 MUNDO VENDING va dirigida a todos aquellos profesionales que desean conocer toda la actualidad del sector. Para estar al día y no quedarse atrás sólo tienen que rellenar el cupón adjunto.

¡No te quedes sin tu ejemplar de MUNDO VENDING!

Usted puede recibir **MUNDO VENDING** por suscripción a los siguientes precios:

España:

43 euros por 1 año x 6 números
79 euros por 2 años x 12 números

Comunidad Europea:

62 euros por 1 año x 6 números
110 euros por 2 años x 12 números

Resto de países:

74 euros por 1 año x 6 números
122 euros por 2 años x 12 números


I.V.A. y gastos incluidos.

El pago se puede realizar por Cheque nominativo, Transferencia bancaria, Giro Postal o Recibo bancario.

POR FAVOR, REALICE EL PAGO A:
 Mundo Press 2000, S.L.

Firme, coloque la fecha en este cupón y envíelo a la dirección indicada.

e-mail: m_vending@infonegocio.com

Para recibir MUNDO VENDING rellene este cupón en MAYÚSCULAS y envíelo por correo o fax. 

CUPÓN DE SUSCRIPCIÓN

Desearía recibir MUNDO VENDING durante un año (6 números)
 MUNDO VENDING durante dos años (12 números)

NOMBRE:.....

EMPRESA:.....

DIRECCIÓN:.....

POBLACIÓN: C.P.

PAÍS: TLF. FAX:

Reposición por cheque bancario a nombre de MUNDO PRESS 2000, S.L.

Recibo Bancario

BANCO SUCURSAL: DC:..... C/C:

Nombre del titular:

NIF: FIRMA: FECHA:

C/. Aragón, 63, Entlo. 2.ª - 08015 Barcelona - Tel.: 00 34 93 226 50 33 - Fax: 00 34 93 226 50 34

Lleve sus negocios más lejos



HOREXPO 2006

2 - 5 Abril 2006
Feira Internacional de Lisboa

Salón Internacional de **Hostelería**
Restauración
Vending

Incluye el sector:



Deseo recibir información sobre HOREXPO 2006

COMO EXPOSITOR COMO VISITANTE

EMPRESA

NOMBRE E-MAIL

DIRECCIÓN C.POSTAL

LOCALIDAD PROVINCIA PAÍS

TEL. FAX

HOREXPO 2006

2 - 5 Abril 2006
Feira Internacional de Lisboa



Diputació, 119
08015 BARCELONA - ESPAÑA
TEL.: (+34) 935 679 700
FAX: (+34) 935 679 707
tpi@reediberia.com

