

Mundo **VENDING**

TÉCNICAS Y SERVICIOS

REVISTA TÉCNICA INDEPENDIENTE AÑO XVI Nº 93 / Enero-Febrero 2007

NESCAFÉ®

vending

en cualquier lugar, en cualquier momento

www.nestle-foodservices.es

Precio Calidad Producto Servicio Precio Calidad

Sólo existe un VENDEDOR

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**

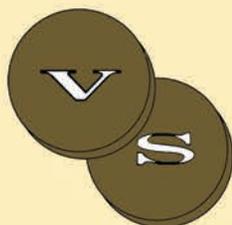


Porque...

con un solo proveedor
tienes todo lo necesario

Especialistas en
MINIVENDING

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



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

3M ACUDE A AVEX CON SU NUEVO CARTUCHO DE CAPACIDAD MEDIA.....	6
NUEVO DELEGADO DE RHEAVENDORS EN CATALUNYA	6
EL FORUM CULTURAL CELEBRA SU 10º ANIVERSARIO	8

FERIAS

NUEVO PABELLÓN PARA LA 9ª EDICIÓN DE EUROVENDING	10
AVEX 2007, LA FERIA LONDINENSE DEL VENDING	13
EL RECREATIVO SE CITA EN MÁLAGA	14

ENTREVISTA

CÉSAR OURO, DIRECTOR GENERAL DE SVG IBÉRICA.....	18
--	----

EMPRESA

NECTA PRESENTA LAS PRIMERAS NOVEDADES DE 2007	24
CIALDOS LANZA AL MERCADO SU NUEVA GAMA DE CÁPSULAS ..	34
NESTLÉ FOODSERVICES LANZA LOS CORTADOS CRÈME DE NESCAFÉ	36
MEI AYUDA A COMBATIR EL HURTO EN MÁQUINAS VENDING	44
EL DISEÑO ITALIANO EN EL VENDING DE LA MANO DE SAECO ..	46
ENTREVISTA. DANIEL ALONSO, RESPONSABLE COMERCIAL DE IMPULSA SOLUCIONES TECNOLÓGICAS	50

SECTOR

EL FUTURO DEL VENDING EN LOS COLEGIOS	26
---	----

INFORME

DIVERSIFICACIÓN EN EL SECTOR HACIA PRODUCTOS AJENOS AL TABACO	38
---	----

ASOCIACIONES

ABIERTA LA INSCRIPCIÓN PARA EUROPS® 2007	54
--	----

TEMAS

SITUACIÓN DEL SECTOR LÁCTEO, PRODUCTOS INDUSTRIALES (VENDIN)	32
AGUA, LA CLAVE PARA UNA EXCELENTE TAZA DE CAFÉ	56

POR DESCUBRIR

UNA VEZ EN LA VIDA: EL CARNAVAL DE VENECIA	68
--	----

MAQUINARIA Y PRODUCTOS

MOTORREDUCTORES DE ARRASTRE/MÓDULO INALÁMBRICO PARA INTEGRACIÓN EN APLICACIONES M2M	70
---	----

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. 93 Enero-Febrero 2007
Año XVI Precio: 8 euros

Edita

Mundo Press 2000, S.L.

Director

Gonzalo Amorós

Redacción

María Ramos; Romina Tomás

Colaboradores

Mariano Gracia

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@mpress2000.com

e-mail: mpress2000@mpress2000.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 2/224 grs.

Interior: Estucado 2/110 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

APPT
ASOCIACIÓN PORTUGUESA
DE PRENSA TÉCNICA

Dinamizar el sector

Del 24 al 26 de mayo. Apunten en sus agendas estas fechas porque son las de Eurovending, Feria Europea del Vending, que acoge el recinto ferial de Ifema (Madrid). Y decimos apunten porque es un certamen único en su especialidad celebrado en nuestro país y, por tanto, una oportunidad ineludible para los profesionales de la venta automática que deseen conocer los últimos lanzamientos en el mercado, así como para tener una visión global del momento actual que vive el vending.

Y es que, el sector se encuentra en una fase dinámica, en continua expansión, pese al retroceso de ventas en el segmento del tabaco a causa de la conocida Ley. Para combatir este descenso se buscan alternativas en los productos, más acordes con la marcada tendencia europea hacia la comida saludable, y en los servicios, basados en los avances tecnológicos aplicados al vending, que mejoran el proceso de control y gestión de datos, stocks, etc.

La Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos (ANEDA) está inmersa en los preparativos de la presente edición, y estima un crecimiento tanto en superficie de exposición como en número de visitantes.

La feria londinense Avex (Salón Internacional del Vending) –los días 24, 25 y 26 de abril– es otra de las citas importantes para este primer semestre del año.

El equipo de *Mundo Vending* desea que su entrada al 2007 haya sido de lo mejor y que en este nuevo año se cumplan todos sus deseos. Por nuestra parte, iniciamos este ejercicio con las mismas ganas e ilusión que el anterior, para ofrecerles en cada ejemplar interesantes contenidos sobre un sector dinámico como el vending, con muchas cosas que decir y proyectos que hacer realidad.

El Editor

MUNDO VENDING

3M acude a Avex con su nuevo cartucho de capacidad media

3M Water Filtration estará presente en la feria londinense Avex del 24 al 26 de abril, donde mostrará en su stand (H60) el nuevo cartucho de capacidad media y rápido de cambiar, que se sumará a la gama *ScaleGard* de Productos Comerciales que engloba filtros de control de resina para mejorar el funcionamiento y la calidad de las bebidas de una amplia línea de máquinas de vending y café. Además, la firma presentará sus filtros *water cooler POU* ideales para el mercado europeo.

El nuevo cartucho puede almacenar hasta 2.300 litros de capacidad, proporcionando hasta 23.000 tazas de 100 ml a una dureza temporal de 180ppm.

El diseño encapsulado del cartucho permite cambiarlo con rapidez mediante un sencillo giro de un cuarto de vuelta, sin necesidad de herramientas o habilidades especiales.

Un cabezal sanitario especial cierra automáticamente el paso del agua y lo vuelve a abrir, eliminando cualquier partícula contaminante o fuga cambiando las juntas tóricas con el cartucho.

Este revolucionario sistema de cartuchos filtradores *ScaleGard Pro* representa un importante ahorro de tiempo y costes en la prevención de las incrustaciones calcáreas para todos los sectores implicados en la elaboración, servicio y fabricación del café. El



coste por taza se reduce, al tiempo que la garantía de una producción constante de bebidas con el mejor sabor incrementa los niveles de satisfacción del cliente ●

Nuevo delegado para Rheavendors, en Catalunya



Rheavendors anuncia la reciente incorporación en plantilla de Joan Ramon Mangues, quien desde las oficinas de Gavá (Barcelona) será el responsable para el mercado de Catalunya.

Por otra parte, la compañía ha abierto una nueva Delegación Rheavendors en el ámbito geográfico de Levante, concretamente en Valencia, con el objetivo de proporcionar cobertura comercial y técnica a toda la zona. Al frente de la misma está Vicente Caballero, quien posee experiencia técnica y comercial en el sector del vending ●

Los precios del café suben en 2007



Los precios mundiales del café podrían subir este año entre un 10% y un 25%, según una información de EFE. Este incremento se debe a la fuerte bajada de la producción esperada por Brasil, el mayor productor y exportador del mundo, en la cosecha 2007-2008.

"Con la reducción significativa de la zafra brasileña que terminará de ser recogida el próximo año hay una expectativa general de insuficiencia de café en el mercado", explica el presidente del Consejo de Exportadores de Café de Brasil, Guilherme Braga.

Brasil es básicamente la principal potencia cafetera del mundo, con 27 millones de sacos (de 60 kilos cada uno) vendidos en 2006. También es el segundo consumidor mundial, detrás de Estados Unidos.

Para este año 2007 está prevista una caída del 8% en el volumen de ventas, que será compensado con mejores precios, por lo que el optimista sector exportador espera una factura superior a los 3.300 millones de dólares, manifiesta el empresario ●



Nuestra experiencia es vuestra garantía



- La mejor respuesta para el Vending, la Hostelería y el OCS
- Una gama completa de D.A., para bebidas calientes, frías, p. sólidos y snacks
- Diseño actual e innovador
- Soluciones Tecnológicas
- Servicio Post Venta y una eficaz atención al cliente

No dejes pasar la oportunidad: **“APUESTA Y RHEACIERTA”**



El Forum Cultural celebra su 10º aniversario



Stand del Forum Cultural del Café en Hostelco2006

Diez años ha cumplido esta asociación, que fue constituida como herramienta dinamizadora y difusora de la cultura del café en España. Los miembros de la entidad han promovido a lo largo de esta primera década diversas actividades (cursos, conferencias, catas...) y han colaborado activamente con organismos e instituciones de todo tipo como universidades, emba-

jadas, oficinas comerciales, entre otras.

En el marco de Hostelco, el Forum celebró un acto con motivo de su aniversario, entregando una placa conmemorativa a todos aquellos profesionales que han contribuido con su esfuerzo y dedicación a alcanzar los objetivos de este proyecto, especialmente el de acercar el mundo del café a la sociedad •

Nuevo director general de Coca-Cola



Fernando Amenedo ha sido nombrado Director General de Coca-Cola España en sustitución de Manuel Arroyo, quien ahora ocupa el cargo de Presidente de la División de Coca-Cola para el Sudoeste y Oeste Asiático.

Licenciado en Derecho por el CEU Universidad Complutense de Madrid, MBA por el Instituto de Empresa y ADP Senior por la *London Business School of Economics*, Amenedo ha desarrollado toda su carrera profesional en el ámbito del Marketing, las Ventas y la Publicidad.

Inició su carrera profesional en Coca-Cola hace más de 20 años y desempeñó puestos de responsabilidad en Mars, Coors Brewing y Vía Digital, donde ocupó la dirección de Marketing y Planificación Estratégica.

Amenedo se reincorporó a la compañía en 2003 como Director de Nuevas Bebidas de la División Ibérica de Coca-Cola, hasta su actual nombramiento, que incluía la responsabilidad sobre la división de agua, zumo y bebidas no carbonatadas •

La Ley Antitabaco reduce un 7% las ventas en máquinas

La ley antitabaco originó en 2006 un descenso de la facturación del 7% de las expendedoras de cigarrillos, según el balance presentado el pasado 16 de enero por la Asociación Catalana de Vending (ACV).

La venta de tabaco mediante máquinas, que actualmente alcanza las 165.700 unidades en España, supuso una fac-

tauración total de 1.137 millones de euros, casi 80 millones menos que durante 2005, año en que el aumento de las ventas fue sólo de un 0,4% con respecto a 2004, lo que, según fuentes del sector, iniciaba ya una desaceleración con motivo del anuncio de la nueva legislación sobre suministro y consumo de tabaco •

Adiós a las golosinas

Una "alternativa saludable" para los niños es la nueva gama de chips de fruta seca de cultivo ecológico que comercializa la empresa Evicro.

Es un producto novedoso en España, basado en una técnica de deshidratación de la fruta mediante la congelación al vacío y sin ninguna sustancia añadida.

Esta forma especial de elaboración garantiza, según la empresa, que permanecen intactas el máximo posible de sus vitaminas, minerales y aromas, a la vez que reduce considerablemente su peso •

La gama se completa

COLIBRÌ TOP+MINISNAKKY:

● MÁXIMA FLEXIBILIDAD

● COSTES MINIMOS

● GESTIÓN SIMPLIFICADA



LA RELACIÓN IDEAL ENTRE ESPACIO Y MÁQUINA.

Diseñada para funcionar en batería con la MiniSnakky. La Colibrí Top es la solución perfecta para los pequeños emplazamientos. Gracias a su nueva electrónica de 16 bits es capaz de controlar la MiniSnakky, garantizar la máxima flexibilidad y una oferta completa de productos, reduciendo notablemente los costes de inversión y mantenimiento. La Colibrí Top + MiniSnakky, la solución que faltaba.

www.nwglobalvending.com



NECTA

NECTA ES UNA MARCA DE
N&W GLOBAL VENDING GROUP
NECTA VENDING Solutions, S.L.

Av. Suiza 11-13. Polígono PAL - 28820. COSLADA. Madrid
Tfno.: 91 277 44 00. Fax.: 91 277 44 11

N&W
GLOBAL VENDING

Nuevo pabellón para la 9ª edición de Eurovending

Del 24 al 26 de mayo en la Feria de Madrid

El pabellón 7 (que permite crecer en superficie) del recinto ferial Juan Carlos I de Madrid será en esta 9ª edición de Eurovending –Feria Europea del Vending– el lugar elegido para distribuir la oferta de los expositores, tanto nacionales como internacionales, que decidan participar en este evento de periodicidad bienal. Durante los días 24, 25 y 26 de mayo, Ifema será el punto de reunión de fabricantes, distribuidores y operadores de la venta automática, quienes mostrarán sus novedades en productos y servicios después de dos años de inversión en I+ D.

La Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos (ANEDA) está inmersa en los preparativos de Eurovending 2007, y estima un crecimiento tanto en superficie de exposición como en número de visitantes. La organización está llevando a cabo una campaña de lanzamiento especial para los "nuevos socios" de la Unión Europea (Bulgaria y Rumanía).

"El interés de Aneda está en favorecer a todo el sector, nacional e internacional." Estas eran las palabras del presidente de la Asociación, Cayo Noé Quintanilla, tras la decisión de cambiar la fecha de la feria, que en un principio estaba prevista



Momento del corte de la cinta inaugural en Eurovending 2005

para el mes de abril, y que al coincidir con la celebración del certamen londinense Avex se cambió al mes de mayo. Una decisión tomada tras consultar a una amplia selección de expositores y visitantes y mostrar estos su disposición favorable, puesto que la coincidencia de fechas de ambos salones supondría un grave perjuicio para el sector del vending a nivel europeo.

Edición 2005

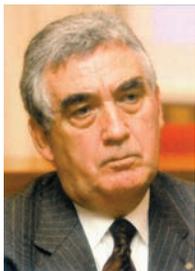
La pasada convocatoria del certamen registró un incremento superior al 15% en número de



Stand de Aneda, organizadora del certamen, en la pasada convocatoria

expositores tanto nacionales como internacionales –se dieron cita en el pabellón 3 de Ifema cerca de un centenar de firmas expositoras –, así como un aumento en la superficie de exposición y en el número de empresas representadas, lo cual muestra el reconocimiento del que goza el mercado español entre los fabricantes internacionales. La entidad organizadora señala que cada vez son más las empresas extranjeras que acuden a Madrid para dar a conocer su oferta y establecer relaciones comerciales con nuestro país •

Nuevo Comité Directivo de Aneda



Cayo Noé Quintanilla

Xavier Arqueros (Arbitrade), anteriormente delegado en Catalunya de Aneda, y Óscar Nájera (A. B. Selecta España) son los nuevos miembros que, junto a

Francisco Carreras (Cafegra), integran la Vocalía del Comité Directivo de Aneda. Igualmente, José Andrés Abeal (Sándwiches Nevada) es el nuevo vicepresidente (en sustitución de Ana Alzuela), completando el Comité Directivo de la Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos Cayo Noé Quintanilla (presidente) y Humberto Ríos (secretario general).



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



Listado provisional de expositores (Febrero 2007)

EUROvending 2005

- | | | |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ✓ A & A BLU MED | ✓ GRUPO LECHE PASCUAL | ✓ PAPAS VICENTE VIDAL |
| ✓ ACUANA | ✓ HERO ESPAÑA | ✓ PHARMAVIDA |
| ✓ A.C.V | ✓ HISPACOUNTER | ✓ POSILIPO |
| ✓ ALMADERA | ✓ HOSTEL VENDING | ✓ PRODUCTOS VELARTE |
| ✓ ANEDA | ✓ HUHTAMAKI SPAIN | ✓ RESTAURA TECHNOLOGY |
| ✓ ARTICAFE | ✓ IBERSELEX | ✓ RHEA VENDORS ESPAÑA |
| ✓ AUTOMATIC | ✓ ILLY CAFÉ | ✓ RTP |
| ✓ BIANCHI VENDING IBERICA | ✓ IMPULSA SOLUCIONES | ✓ SAECO IBERICA |
| ✓ BLENDER | TECNOLOGICAS | ✓ SIMAT |
| ✓ BRANDARE | ✓ INNOVACIONES MECANICAS | ✓ SANDENVENDO |
| ✓ ITA SPAIN | ✓ JEDE | ✓ SATEL SPAIN |
| ✓ CAFES CASTEL | ✓ JOFEMAR | ✓ SISTEMAS DE VENTA Y |
| ✓ CAFES SILVESTRE | ✓ JOSE SANCHEZ PEÑATE | CONTROL |
| ✓ CAFES TUPINAMBA | (J.S.P) | ✓ SOMAK ALICE CLUB |
| ✓ CANALETAS | ✓ KRAFT FOODS | ✓ STS |
| ✓ CIALDOS | ✓ KÖLN MESSE | ✓ TECNOLOGIA DEL |
| ✓ COGES | ✓ LAKTIA | VENDING |
| ✓ COMESTERO IBERICA | ✓ LAVAZZA | ✓ TRATECNICA |
| ✓ COMPUTER DESARROLLOS | ✓ LEAD FOOD SERVICE | ✓ TOP CODEX |
| INFORMATICOS | ✓ LU BISCUITS | ✓ UDITEC |
| ✓ DIGISOFT IBERICA | ✓ LUMESTIC | ✓ VENDIN |
| ✓ ELATER | ✓ MANANTIAL DE PEÑALBA | ✓ VIDEO MANIA |
| ✓ EUROPEA DE ELAB. | ✓ MASTER FOODS EFFEM | ✓ WHITE SMILE |
| Y VENDING | ESPAÑA | ✓ ZEUS EUROPA |
| ✓ EUROUS | ✓ MECABAN | ✓ ZUMMO |
| ✓ FAGE | ✓ MEI | |
| ✓ FAS INTERNACIONAL | ✓ MUNDO VENDING | <u>LISTA DE ESPERA</u> |
| ✓ FRIGICOLL | ✓ MURCIA WORLDS RESORTS | ✓ D. T. VENDING |
| ✓ GINO ROSSI | & SERVICES | ✓ INDULOCKS |
| ✓ G.M. VENDING | ✓ NECTA VENDING | ✓ HTS S.P.A |
| ✓ G.P.E. VENDORS | SOLUTIONS | ✓ MARCILLA COFFE SYSTEMS |
| ✓ GRUPO ALIMENTARIO DE | ✓ NESTLE ESPAÑA | ✓ THALES E. TRANSACTIONS |
| PRECOCINADOS | ✓ N.R.I. IBERICA | ✓ COFRUSA |
| ✓ GRUPO AZKOYEN | ✓ OFIBENDING | ✓ SOPAMATIC |

AVEX 2007, la feria londinense del vending

Del 24 al 26 de abril en el Earls Court 2 de Londres

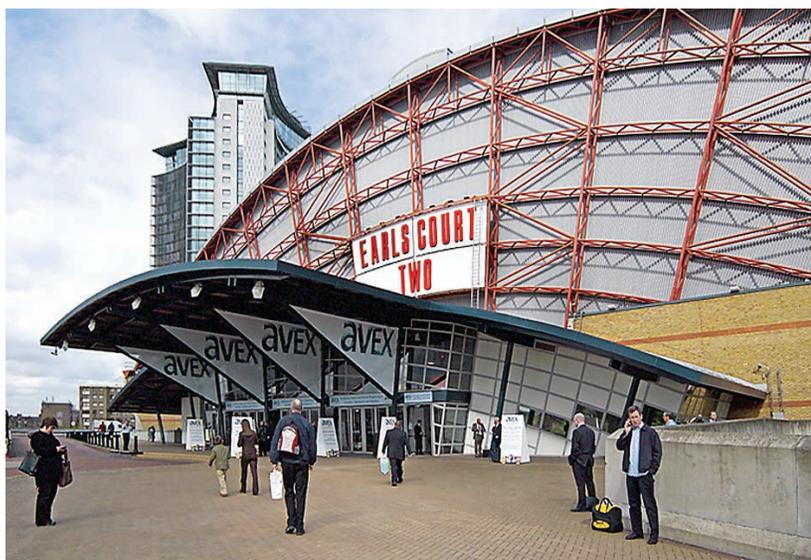
Ya anunciábamos en nuestro número 90 (julio-agosto 2006) que la celebración de Avex 2007 –Salón Internacional del Vending– introducía una interesante novedad en esta edición a través de la colaboración con Zenith International (una de las consultoras de bebidas líder en Europa). Se trata de "the Cooler Show", un espacio dirigido a la industria enfriadora de agua (embotellada y punto de uso) que contempla importantes sinergias con el sector de las máquinas y servicios de venta automática. Ambos salones tendrán lugar del 24 al 26 de abril en el Earls Court 2 de Londres, en claro beneficio de expositores y visitantes.

The Green Road

Otra de las iniciativas que ha presentado la Organización para este año es "the Green Road", algo



así como el "Camino Verde", con el fin de demostrar cuál es el compromiso de la industria del vending con el Medio Ambiente. Se animará a los expositores a que pongan



Entrada al recinto ferial de Londres Earls Court 2

en conocimiento del público sus esfuerzos, por muy pequeños que sean, con respecto a esta temática, haciendo frente a todos los niveles al efecto medioambiental.

El "Camino Verde" ha sido propuesto como única guía del salón, la cual permitirá a los visitantes identificar fácilmente a los

expositores que comparten sus objetivos.

Esto no sólo servirá para destacar los esfuerzos realizados por los profesionales de la venta au-

tomática sino también como llamada de atención para aquellos quienes son más comedidos a la hora de abordar estas cuestiones.

De esta forma, los que consideran el Medio Ambiente un elemento clave en la organización de sus negocios tienen la oportunidad de planificar su visita a AVEX dirigiéndose a los productos y servicios de vending que deseen conocer de primera mano, siempre teniendo en cuenta la responsabilidad medioambiental de las compañías proveedoras.

Para planificar la visita, pueden pre registrarse en la página web del salón, www.avex-international.com, donde también se les informará de las diversas actividades previstas para esta convocatoria de AVEX ●

El Recreativo se cita en Málaga

La Feria Andaluza del Recreativo inicia la cuenta atrás, puesto que a finales del mes de marzo –los días 28, 29 y 30– el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga acoge una nueva edición de este evento, en el que *Mundo Vending* participa cada año como expositor.

La pasada convocatoria de 2006, año en que se celebró el 25 aniversario del salón, batió las cifras de expositores y visitantes registradas hasta el momento, constituyendo la mejor demostración en vivo de la capacidad de creación e innovación del mercado español para miles de profesionales de los sectores del Ocio y del Juego de todo el mundo.

El éxito del encuentro fue puesto de relieve desde el mismo momento de la inauguración cuan-

do el director general de Juego de Andalucía, José Antonio Soriano, manifestó que estaba ante la mejor feria de la historia de la comunidad andaluza. Una opinión compartida por la inmensa mayoría de los responsables de las más de 150 empresas expositoras cuyos stands convirtieron durante tres jornadas el recinto ferial malagueño no sólo en un inmenso foro comercial, sino también en un punto de encuentro abierto y directo con los dirigentes asociativos de todo el país y

con los distintos reguladores autonómicos que acudieron a la cita.

El amplísimo pabellón ferial, informa la organización, se vio desbordado por momentos por la asistencia de visitantes, exclusivamente profesionales, interesados por las múltiples propuestas presentadas, muchas de ellas acordes a los nuevos modelos contemplados en los Reglamentos de Andalucía, Catalunya, Aragón y otros puntos en los que ya se asume, o se hará de forma próxima, la revolución tecnológica del sector ●



Más de 150 expositores asistieron a la edición de 2006, año en que el certamen celebró su 25 aniversario

Gran éxito de IMA



IMA –Feria Internacional para el Entretenimiento y las Máquinas Vending– cerró sus puertas el pasado 18 de enero en Düsseldorf, con los mejores resultados desde hace varias ediciones.

La nueva ubicación del salón, que antes se celebraba en Nüremberg, junto con las novedades presentadas en máquinas de entretenimiento han logrado atraer un número record de visitantes, después de varios años de estancamiento del salón. Más de 8.000 profesionales se acercaron al recinto ferial de la ciudad alemana para conocer las últimas novedades de la mano de 140 expositores de 14 países ●



Más de 8.000 visitantes se acercaron hasta el recinto ferial de Düsseldorf

Fer-Interazar vuelve en septiembre

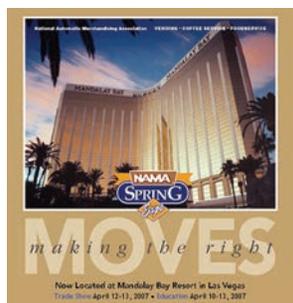


La Feria Internacional del Juego, Fer-Interazar 2007, celebrará su próxima convocatoria del 26 al 28 de septiembre en el Recinto Ferial Juan Carlos I de Madrid.

La edición de 2006 batió records en todos los sentidos: cerca de 17.000 visitantes, 155 expositores y 520 empresas representadas. Según la organización – Grupo Interazar de Inversiones –, se superaron todas las expectativas de participación y asistencia, resultando también el salón todo un éxito en ambiente y novedades. El certamen madrileño se ha convertido en un buen termómetro para evaluar el estado y la situación de la industria del Ocio y Entretenimiento, y el pasado año los resultados fueron espectaculares como pusieron de manifiesto autoridades, empresarios y profesionales del sector •

NAMA Spring Expo se traslada

La próxima NAMA Spring Expo, que tendrá lugar del 10 al 13 de abril, se traslada este año al Mandalay Bay de Las Vegas (EE.UU.), abandonando su habitual recinto de reunión, el Centro de Convenciones Las Vegas. Los profesionales del Vending, el Coffee Service y el Foodservice vuelven a reunirse en el certamen americano que organiza anualmente la asociación estadounidense



de venta automática (NAMA). Los días 12 y 13 se dedicarán a la muestra comercial, mientras que el programa de formación se desarrollará del 10 al 13 de abril •

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



Todo listo para la XIII edición de Hostelequip

Los días 3, 4, 5 y 6 de marzo, Málaga será el punto de encuentro de los profesionales de Hostelería

Expositores representantes de más de 400 marcas se darán cita del 3 al 6 de marzo en la decimotercera convocatoria de Hostelequip, que se celebrará en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, en horario de 10 a 20 horas.

Los colectivos de equipamiento, maquinaria, informática, decoración, limpieza, menaje, textil, higiene, climatización, y alimentación y bebidas se reunirán en este recinto ferial con el sector hostelero de Andalucía, que acercará a los profesionales del sur los nuevos equipos y tecnologías del mercado.

Esta decimotercera edición de Hostelequip presentará más novedades que nunca, ya que además de los nuevos productos y servicios que mostrarán las empresas expositoras, la organización ha preparado actividades paralelas de interés, destinadas a conformar un espacio de encuentro profesional más dinámico.

Actividades paralelas

En el Aula "Sabores del Sur" tendrán lugar conferencias, concursos, catas, degustaciones y demostraciones de productos alimenticios y bebidas, con el fin de promocionar la gastronomía mediterránea.

ASEGO, Asociación Nacional de Gobernantas de Hotel, celebrará en esta edición "Las Jornadas de Gobernantas", donde se abordarán las funciones de este colectivo en el siglo XXI.

El día 5 de marzo tendrá lugar la Jornada "Cómo mejorar la seguridad alimentaria en las empresas de hostelería y reducir su coste de gestión a través de equipamientos técnicos de nueva generación", organizada por Restauración News.

En el programa de actividades paralelas también se incluye la Jornada "Aprovechamiento y Gestión de las energías alternativas en la Hostelería", de la mano de la Aso-

ciación Española de Directores de Hotel (A.E.D.H), dentro del proyecto Hotel-Innova-Hotel 2007.

El Comité organizador de Hostelequip lleva dos años preparando esta nueva edición para que se cumplan las expectativas de los fabricantes, importadores y distribuidores que componen el grueso de sus expositores, así como de los visitantes profesionales, que en la pasada edición superaron los 15.000.

La profesionalidad de las firmas expositoras, la gran variedad de la oferta y su lugar de celebración, Málaga, la capital de la Costa del Sol donde se concentra el 40% de la hostelería andaluza, han convertido a Hostelequip en un importante referente del sector y en escaparate de las futuras tendencias de la Hostelería y la Restauración •

Para más información,
www.hostelequip.com.

Calendario **Ferías 2007**

- ✓ **IMA** – Nuremberg (Alemania) – Del 17 al 19 de enero
- ✓ **VENDING MIDDLE EAST** – Dubai (Emiratos Árabes Unidos) – Del 12 al 13 de febrero
- ✓ **HOSTELEQUIP** – Málaga (España) – Del 3 al 6 de marzo
- ✓ **EurOps** – Atenas (Grecia) – Del 22 al 23 de marzo
- ✓ **ANDALUZA DEL RECREATIVO** – Málaga (España) – Del 28 al 30 de marzo
- ✓ **NAMA SPRING EXPO** – Nevada -Las Vegas (EE.UU.) – Del 12 al 13 de abril
- ✓ **VENDEXPO RUSSIA** – Moscú (Rusia) – Del 18 al 20 de abril
- ✓ **AVEX** – Londres (Reino Unido) – Del 24 al 26 de abril
- ✓ **CAMA EXPO** – Vancouver (Canadá) – Del 18 al 19 de mayo
- ✓ **EUROVENDING** – Madrid (España) – Del 24 al 26 de mayo
- ✓ **EXPOVENDING & OCS LATINAMERICA** – São Paulo (Brasil) – Del 27 al 28 de junio
- ✓ **EU'VEND** – Colonia (Alemania) – Del 20 al 22 de septiembre
- ✓ **FER-INTERAZAR** – Madrid (España) – Del 26 al 28 de septiembre
- ✓ **NAMA NATIONAL EXPO** – Illinois-Chicago (EE.UU.) – Del 11 al 13 de octubre
- ✓ **HOREQ** – Madrid (España) – Del 24 al 27 de noviembre
- ✓ **DUBAI-VEND** – Dubai (Emiratos Árabes Unidos-UAE) – Noviembre (fechas por confirmar)



SVG, 10 años al servicio del vending

César Ouro

*Director General
de SVG Ibérica*

"Nuestra filosofía sólo tiene una palabra, SERVICIO"

En junio de 1997, César Ouro y su socio Félix del Castillo deciden emprender una aventura dentro del sector del vending que dura hasta el día de hoy. Se trata de SVG, una empresa que fue creada con la voluntad de ofrecer al cliente una serie de servicios que hasta la fecha no existían en España, dedicada sólo y exclusivamente a la compra-venta de máquinas usadas, servicio técnico, restauración, además del transporte de las mismas. Este año SVG Ibérica celebra su décimo aniversario, y en esta entrevista que el director general concede a Mundo Vending conocemos los secretos de una compañía que se ha ido ganando la confianza de sus clientes



Sede de la compañía ubicada en la ciudad barcelonesa de El Prat de Llobregat

–Este año la empresa celebra su décimo aniversario, ¿cuál es el balance que hace de su trayectoria?

–Después de diez años de momentos de mucho sacrificio, podemos celebrarlo con un resultado más que exitoso. Al principio, recuerdo que Félix y yo íbamos en vehículos propios a realizar averías, además de vender y llevar la administración de la empresa... en fin, "lo hacíamos todo". Ha llovido mucho desde entonces, y gracias a nuestro esfuerzo y, cómo no, a la confianza que nuestros clientes han depositado en nosotros, podemos decir que ya somos una empresa proveedora reconocida en el sector catalán de vending. El crecimiento ha sido enorme, ahora contamos con una nave industrial de propiedad, de 1.000 m² y un aparcamiento de 300 m², situada en El Prat de Llobregat, a cinco minutos del aeropuerto de Barcelona; catorce empleados;

tres camiones de reparto, y una flota importante de vehículos destinada al servicio técnico.

–¿Tienen previsto celebrar algún acto para conmemorar esta señalada fecha?

–Sí, efectivamente vamos a celebrarlo, pero queremos hacerlo con todas aquellas personas que han hecho posible el éxito de la

"GRACIAS A LA CONFIANZA QUE NUESTROS CLIENTES HAN DEPOSITADO EN NOSOTROS, PODEMOS DECIR QUE YA SOMOS UNA EMPRESA PROVEEDORA RECONOCIDA EN EL SECTOR CATALÁN DE VENDING"

compañía. Estamos pensando en organizar un gran evento en un hotel de la Ciudad Condal para mediados de año.

–¿Con qué objetivos iniciales se adentra SVG en el

sector del vending de nuestro país?

–La empresa nace con la finalidad de brindar la máxima atención al cliente, sea cual sea la marca con la que trabaje. SVG inicialmente significaba SERVICIO, VENTA, GESTIÓN, todo lo relacionado con el sector del vending puesto que ofrecemos servicio, realizamos ventas y gestionamos las inquietudes de los operadores. Ya hace diez años que lo hacíamos y lo seguiremos haciendo.

–¿Cuál es la filosofía de la compañía? ¿Qué rasgos distintivos presenta frente a la competencia?

–Nuestra filosofía sólo tiene una palabra, y es SERVICIO. Con esta misma palabra respondo a la segunda pregunta.

–¿Con qué empresas fabricantes de máquinas vending trabajan?

–Somos agencia oficial de Necta, compañía de alto prestigio dentro de nuestro sector.

Hemos tenido que adaptarnos al mercado y hace cuatro años incorporamos a nuestro catálogo la marca Necta, con la cual estamos desarrollando una gran labor comercial.

–¿De qué certificado/s de calidad disponen sus equipos?

–Todas las máquinas que comercializa SVG son de la marca Necta, con sus correspondientes certificados de fábrica y, por supuesto, los de carácter legislativo.

(Pasa a la pág. 20)



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

(Viene de la pág. 19)

–¿Con qué personal cuenta SVG? ¿De qué forma se comprometen con la formación continua de su equipo humano?

–Disponemos de un coordinador técnico, Pablo Cuadrado, y un responsable logístico, Joaquín Pica, en cuanto a la dinámica de Servicio Postventa se refiere, estando a su cargo un equipo humano de profesionales para desarrollar dichas tareas. En cuanto a la parte comercial, contamos con la experiencia de más de tres años en nuestra compañía de un gran profesional en el mundo de la venta, Antonio Saladrigas, quien poco a poco se ha ido ganando la confianza de nuestros clientes.

Los fundadores de esta empresa somos técnicos, y esto ha permitido que sea mucho más sencillo formar a todo el personal que se ha ido incorporando, siempre con el gran esfuerzo y la máxima responsabilidad de nuestro coordinador técnico.

–¿En qué momento se encuentra actualmente vuestra actividad?

–El operador pequeño-me-

diano invierte, cada día más, en maquinaria nueva debido a las financiaciones que existen a nivel bancario, por lo tanto el mercado de la compra venta ya no es lo que era. Además, ofrecemos el 'plan renove', con lo que ayudamos un poco más a que el cliente se decida por los equipos nuevos. No obstante, y bajo mi punto de vista, la reparación, chapa-pintura, restauración de máquinas y transporte de las mismas, no dejará jamás de existir.

"SOMOS AGENCIA OFICIAL DE NECTA, COMPAÑÍA DE ALTO PRESTIGIO DENTRO DE NUESTRO SECTOR"

–¿Cuál es la relación que establecen con el operador?

–El operador nos solicita el servicio, y en un plazo máximo de 48 horas se ejecuta la asistencia. En momentos muy puntuales, se puede exceder este tiempo (vacaciones, etc.). Normalmente realizamos las reparaciones "in situ", en taller solamente reparamos aquellas máquinas 'vandalizadas', o bien aquellas en las que el cliente necesita una restauración integral.

–¿En qué zonas de la geografía española tienen una mayor demanda de sus servicios?

–Concretamente en el territorio catalán, pero de forma especial todo el esfuerzo va dirigido a la ciudad de Barcelona, donde tenemos una alta cuota de mercado.

–¿Cuál es el nivel de ventas y perspectivas de crecimiento para este 2007?

–Esperamos aumentar este año en un 20% la facturación en referencia al ejercicio de 2006, en el que facturamos más de un millón ochocientos mil euros. Se estima para el presente año superar los dos millones de venta.

Contamos también con nuevas inserciones en el catálogo Necta, la división HO.RE.CA y el OCS, de las que informaremos en un futuro muy cercano.

–¿Asistirán como expositores a Eurovending? ¿Y a otras ferias nacionales e internacionales relacionadas con el mundo del vending?

–En un principio, participare-

mos en Eurovending en calidad de expositores con la red comercial de Necta, donde estaremos con representación comercial para atender a todos los clientes de Barcelona que puedan visitar el salón.

A nivel internacional, solemos desplazarnos a las ferias más importantes del sector para conocer las últimas novedades.

–¿Cómo ve la situación actual de la venta automática en nuestro país? ¿Existe una fuerte competencia?

–Sí que existe una gran competencia pero cuál es el sector, en un país desarrollado como es el nuestro, donde no haya una gran competencia. Personalmente creo que el vending, a pesar de lo que se oiga, es un gran sector y, sobre todo, con muchas perspectivas. Pienso que queda muchísimo por hacer.

–¿Qué aspectos debería mejorar la industria del vending para asegurar el crecimiento del negocio y fidelizar a sus clientes?

–En cuanto a fabricantes de máquinas se refiere, tenemos, en general, un alto nivel tecnológico. Más bien, deberíamos

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



centrarnos en el servicio y calidad que se le ofrece al cliente final. Hemos de lograr que, de una vez por todas, no se considere el vending como un más a más, sino que sea una necesi-

Sin embargo, en estos años de experiencia, he podido observar, sobre todo en estos dos últimos, una mayor profesionalidad en el sector.

–¿Cuáles son los próximos proyectos de la compañía y las expectativas a corto-medio plazo?

–Hacer lo que hemos venido haciendo a lo largo de estos diez años de vida: ofrecer servicio, seriedad y profesionalidad.

–¿Desearía destacar alguna cosa más?

–Que esperamos desde SVG celebrar muchos años más junto a nuestros clientes.

Y teniendo esta oportunidad que nos brinda *Mundo Vending*, quiero agradecer el trabajo realizado al equipo humano que ha pasado por nuestra compañía a lo largo de esta década y, ante todo, a todas aquellas personas que creyeron en este proyecto y todavía hoy confían en nosotros. Sin estos requisitos no hubiera sido posible celebrar este décimo aniversario ●

"CREO QUE EL VENDING, A PESAR DE LO QUE SE OIGA, ES UN SECTOR CON GRANDES PERSPECTIVAS. PIENSO QUE QUEDA MUCHÍSIMO POR HACER"

dad en nuestro entorno social. Y que, paulatinamente, el usuario tenga una gran valoración del producto expandido en una máquina vending. De esta manera conseguiremos esa fidelidad.



Stand de SVG Ibérica en la pasada edición de Hostelco 2006



hostelequip



www.c2comunicacion.com



13ª Edición. 3, 4, 5, 6 Marzo 2007

Equipamiento, servicios, alimentación y bebidas para hostelería y colectividades
Palacio de Ferias y Congresos **Salón Profesional_Málaga**

www.hostelequip.com

Colaboran:



Transportistas Oficiales:



Organiza:



915 396 908

AIRCLIC VENDING



AirClic Vending es un poderoso aliado en la gestión de equipos y activos en movimiento

- ▶ Envíe rutas, órdenes de trabajo, check-lists y otras informaciones críticas a sus trabajadores sobre la marcha
- ▶ Sepa quien, donde, cuando y que hacen los trabajadores al momento, registrando procedimientos ejecutados, repuesto de productos, valores recaudados, etc.
- ▶ Agilice la captura de datos en campo mediante la lectura de código barras y elimine errores y papeleo
- ▶ Registre incidencias como vandalismo, averías etc. en tiempo real y genere alertas automáticos por **E-Mail** o **SMS** para gestión operacional con solo apretar un botón
- ▶ Rastree el historial completo de trabajadores, máquinas y clientes e integre toda esta información en sus aplicaciones de back-office de una forma simple y económica o...
- ▶ ...use nuestro sistema online de Gestión de Operaciones de Vending

¿Cómo funciona?

- 1 El técnico recibe directamente **en su móvil** toda la información necesaria para iniciar su jornada laboral como rutas, check-lists, albaranes, etc. Puede también registrar datos como hora exacta del inicio de jornada, kilometraje, estado del vehículo, carga inicial, etc.
- 2 En el campo, el técnico usa su teléfono móvil con el exclusivo **scanner AirClic AC10** para introducir informaciones en el sistema usando códigos de barras* que representan objetos, cantidades, lugares, incidencias, etc.
- 3 La **información es enviada** de forma segura a su aplicación a través de la red de telefonía móvil
- 4 Toda la información por usuario, objeto ó cualquier otro parámetro pasa a estar disponible y rastreado en tiempo real desde cualquier ordenador con acceso a **Internet** o a través del móvil



(*) entrada de datos también posible a través del teclado o lectores RFID

Necta presenta las primeras novedades de 2007

En el primer trimestre, la compañía lanza una renovada versión de Colibrí y dos equipos para el segmento HoReCa



Necta ya tiene disponible desde este mes de febrero la nueva *Colibrí TOP*, que cuenta con las mismas dimensiones que la ya conocida *Colibrí C5*. Se trata de una máquina de bebidas calientes capaz de funcionar en modo master con la *MiniSnakky*.

Esta versión ha actualizado la placa electrónica, a 16 bits, con lo que además de poder funcionar en batería con la *MiniSnakky*, puede ser gestionada para los servicios de telemetría: control de estadísticas, alarmas, configuración de layouts en el momento mediante llave upkey, etc.

El diseño es otro de los elementos que han sido modificados, por ejemplo, a través de una nueva puerta adaptada, que permite colocar una botonera de selecciones numéricas en el panel frontal.

En la propia *Colibrí* se po-

dría instalar un validador internamente y en caso de ser necesario un monedero, se debería colocar en el propio mueble. Si quisiéramos un Kit de Autoalimentación y la máquina fuera con la *MiniSnakky*, sería necesario el kit que se coloca en la parte trasera de la *MiniSnakky*, que es el mismo que el de la *Brio3*.

La *Colibrí TOP* puede ser instalada además con el mueble estándar, equipado con monedero, y "superequipado" con monedero y kit de residuos.

Con este nuevo modelo, Necta se posiciona como uno de los fabricantes con una de las gamas de máquinas de bebidas calientes más completa y competitiva del mercado, apostando por la combinación de equipos de bebidas calientes + Snacks. De esta forma, las pequeñas oficinas ya tienen acceso a una solución completa en un reducido espacio.



Nueva gama HoReCa. Kobalto y Konvivio

Otro de los lanzamientos de la compañía, previsto para febrero-marzo, es la novedosa línea de máquinas de bebidas calientes para el segmento HoReCa: *Kobalto* y *Konvivio*.

El primer modelo de *Kobalto* llegará en versión *Instant* con 5 contenedores para solubles, a un PVP de 3.750 euros. Por su parte, la *Konvivio* aterriza por primera vez en el mercado en versión *Expreso*, con dos Grupos Express, tres Molinillos y dos

Contenedores de Solubles, a un PVP de 7.000 euros.

Necta aporta a esta nueva gama de máquinas su estructurada Red de SATs en toda la península, mediante la cual se ofrece una respuesta eficaz a cualquier incidencia en tiempo real, una herramienta básica para dar cobertura a este ambicioso proyecto ●



Necta adquiere el Grupo SGL

N&W Global Vending Group (Necta Vending Solutions) inicia este 2007 con la adquisición del Grupo SGL, dedicado desde los años 70 al diseño, producción y venta de pequeñas máquinas de café expreso, y cuya facturación en el pasado ejercicio se situó aproximadamente en los 55 millones de euros.

Las máquinas de café expreso en monodosis son la actividad principal de SGL, que lidera el mercado europeo, contando con importantes acuerdos comerciales con los principales torrefactores. SGL representa un elemento fundamental para los planes de desarrollo de N&W, que ampliará su cartera de productos en el segmento *Office Coffee Service* y reforzará sus propias competencias tecnológicas en el mercado del café en monodosis y cápsulas.

Con la colaboración entre ambas sociedades se espera una sucesiva expansión de la clientela, gracias a su gran presencia tanto en los canales OCS como en el campo de la Distribución Automática, y una relación aún más reforzada con algunos clientes estratégicos. Esta unión, junto a la experiencia de los fundadores de SGL –Sergio, Alessandro y Virgilio Cortese–, será fundamental para el crecimiento de Necta. Su gerente, Antonio

Cavo, manifiesta la satisfacción de la firma tras el acuerdo: **"La adquisición del Grupo SGL nos ayudará a acelerar la implementación de nuestro plan estratégico y consolidar nuestra presencia en el segmento OCS. La integración de las tecnologías de SGL y de sus segmentos de mercado en la organización de N&W creará una combinación ganadora para ambas compañías"**.

Sobre N&W

Se prevé que el facturado total de N&W alcanzará aproximadamente los 400 millones de euros, consolidando así su posición de líder entre los fabricantes europeos de máquinas de café.

Con una cuota de mercado europeo próxima al 40%, N&W cuenta con una plantilla de unos 1.500 empleados, de los cuales más de 900 se encuentran en Italia. Las plantas de producción del Grupo están ubicadas en Bèrgamo (Italia) y en Odense (Dinamarca).

Además, la empresa tiene sedes operativas en Francia, España, Alemania, Gran Bretaña, Austria, Polonia, Argentina, Brasil, Estados Unidos y China.

El futuro del vending en los colegios

Ofensiva del sector: Health & Fitness para 10.000 centros escolares



En la época del portátil, el móvil, la iPod y la consola, la máquina de vending es la compañera ideal para las comidas entre horas de las nuevas generaciones. Y es que, en medio del debate sobre la cada vez mayor tendencia de los niños y los jóvenes hacia la obesidad y el "Libro verde" editado por la Unión Europea, los miembros de la Asociación Federal Alemana del Sector del Vending (BDV) apuestan por una decidida ofensiva en el campo de la salud y el fitness con el suministro de productos alimenticios en los colegios.

Las máquinas automáticas son actualmente el único elemento fijo en este próspero mercado que busca soluciones gastronómicas para las escuelas. En la EuVend 2007 –Feria Monográfica Internacional para el Sector de las Máquinas Automáticas de Vending– los visitantes que acudan entre los días 20 y 22 de septiembre al pabellón 8 del recinto ferial de Colonia, tendrán la oportunidad de descubrir ésta y otras tendencias para el presente y futuro más próximo del vending

Annte la controversia generalizada sobre los malos hábitos alimentarios, algunos países europeos ven en la industria del vending una plataforma donde encontrar soluciones a esta problemática. En los sectores más críticos se considera que los equipos de bebidas frías y snacks ubicados en los colegios son "fabricantes de obesos que atentan contra la salud".

En Alemania, donde se aborda este tema de una forma más neutral, alrededor de un 70% de los centros educativos ofrecen comida y bebida a través de estas máquinas; las expendedoras de pequeños snacks y de bebidas frías así como las de bebidas calientes (café, cacao, té...) están en la mayoría de los casos sólo a disposición del profesorado.

En la época "virtual y multimedia" en la que vivimos, el vending disfruta entre los jóvenes de una gran aceptación y de una positiva imagen. A través de un sistema de distribución "atractivo", se ofrecen diversas alternativas en cuanto a comidas y bebidas, y éstas deben integrarse dentro del concepto "alimentación saludable".

Malos hábitos alimenticios

La cifra de alumnos que asisten a la escuela en Alemania se eleva a unos 12,3 millones de niños y jóvenes, lo que puede dar una idea de la importancia que puede tener una medida de estas características. En un estudio realizado por *Iconkids- & Youth International Research* (Munich) sobre alimentación en la escuela, entre los productos alimenticios que se consumen

en menor medida se encuentran las verduras, el pescado y el té. Los escolares tienen unas ideas muy claras en cuanto a la comida que prefieren en el colegio: que se pueda comer rápidamente y que "llene el estómago". Además, tiene que procurarles satisfacción en cuanto a sabor, olor y tacto.

El mercado de la alimentación escolar está creciendo debido también, entre otras cosas, al desastre de resultados pedagógicos que puso de manifiesto el estudio PISA de la OECD, que fue causa en Alemania de la creación del programa fede-

ral "Futuro, Formación y Asistencia", con objeto de reforma y ampliación de los centros de formación escolar. En este sentido, está teniendo una gran aceptación el programa de inversiones (IZBB) creado por el gobierno federal alemán. Alrededor de 5.000 escuelas han participado ya en este programa pero, debido a lo heterogéneo de los diversos centros de enseñanza existentes en el país, resulta difícil tener un concepto global de alimentación, y tras la euforia inicial sobre las

(Pasa a la pág. 28)



(Viene de la pág. 27)

ayudas recibidas, se ha caído en un ambiente de desencanto. A este hecho hay que sumarle el debate generado por el aumento de los problemas de salud entre niños y jóvenes derivados de una mala alimentación. Un dato alarmante: uno de cada cinco niños y uno de cada dos jóvenes sufre obesidad. Esto significa que en los últimos cinco años se ha elevado de forma alarmante la cifra de niños mal alimentados, con sobrepeso o que padecen enfermedades crónicas.

Pese a todo, los colegios en Alemania, debido a su precaria situación económica, no se pueden permitir fácilmente llevar a cabo en la práctica las diferentes propuestas que se plantean para recuperar una cultura alimentaria ya perdida y divulgar conocimientos dietéticos para mejorar la salud pública. En este contexto, el vending puede suponer una ayuda, con unos precios ajustados, especialmente en lo que



se refiere a la comida entre horas. Este sistema de venta automática posibilita un fácil acceso a productos biológicos o de *wellness* en forma de frutas, macedonias, ensaladas, etc.

Una alternativa "atractiva"

Tal y como confirman los expertos, los menús fijos para niños y jóvenes resultan "insopor-

tables", las nuevas generaciones quieren, por el contrario, que se les entusiasme con otras ofertas. Un ejemplo en este sentido se puede encontrar en nuestro vecino, Gran Bretaña, país que figura a la cabeza en la liga europea de obesos. Debido a la alimentación unilateral de los alumnos británicos en las escuelas con burgers y patatas fritas, tanto en el colegio como en casa, se ha desarrollado un comportamiento a la hora de comer que, según un estudio del Ministerio de Sanidad, es la causa de sobrepeso de uno de cada cuatro niños ingleses y de una obesidad patológica en uno de cada siete. En vista de esta crisis en la cultura gastronómica del país, el conocido cocinero Jamie Oliver ha puesto en marcha una iniciativa con la que ha recogido 270.000 firmas para presentar una solicitud con el título "*Feed me better*", para concienciar a la opinión pública sobre la miserable situación que sufre Gran Breta-



En Alemania, uno de cada cinco niños y uno de cada dos jóvenes son obesos

ña. Como consecuencia de ello, Tony Blair ha concedido finalmente una ayuda por un importe de 317 millones de euros para los colegios y un "New School Dinner". Oliver creó un programa culinario ajustándose al presupuesto e informó a la nación sobre los alimentos de mala calidad.

Ahora se tienen que promulgar nuevos reglamentos sobre valores nutritivos que se deberán llevar a la práctica hasta el año 2008 y las personas que trabajen en establecimientos de alimentación deberán recibir una formación adecuada.

Las consecuencias inmedia-

tas para las máquinas de vending: desde septiembre de 2006, en las escuelas inglesas no se pueden ofrecer patatas chips, chocolate, gelatinas, etc. y se sustituyen los refrescos azucarados por agua, zumos de fruta, leche desnatada y yogur líquido. Una idea que proviene de Escocia, donde desde junio de 2005 se lleva a cabo el proyecto "Hungry for Success School Food Initiative". Los alumnos podrán coleccionar vales que obtienen con comidas y productos sanos y equilibrados y canjearlos, por ejemplo, por un iPod. ¿De qué forma? Naturalmente apoyados

por equipos de vending y tratados de forma digital.

En Alemania, el sector del vending tiene en proyecto algunos servicios adecuados que pueden ayudar a salir del problema que se padece en el campo de la alimentación en los colegios. Quien quiera informarse de todo ello puede acudir a la EuVend 2007 donde encontrará la información y el asesoramiento necesario, del 20 al 22 de septiembre, en el pabellón 8 de la Köelnmesse •

Texto facilitado por la Köelnmesse (para más información, www.euvend.com)

Canaletas, PRIMERA calidad en fuentes de agua

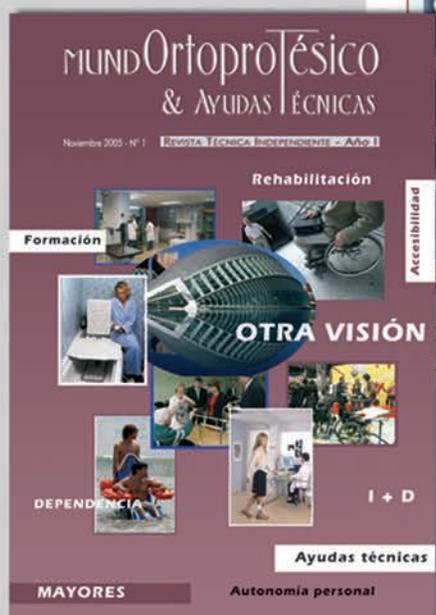
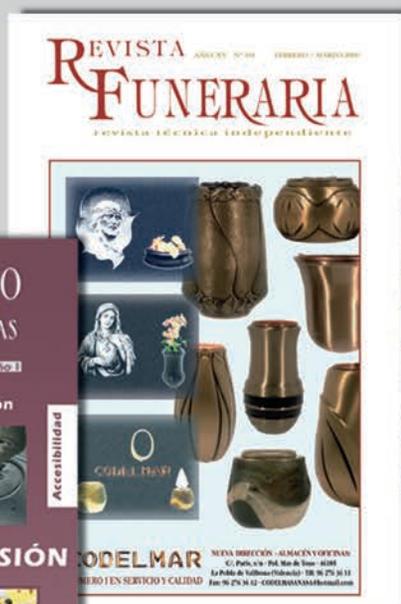
Canaletas, PRIMERA en obtener el certificado EBWA de higienización.



Canaletas, S.A. Ronda de LLevant nº 10 -08820 Prat de Llobregat - Barcelona (SPAIN)
Tel.:+ 34 902 117 906 www.canaletas.es infon@canaletas.es

MUNDO PRESS 2000

EDITORES
DE REVISTAS
TÉCNICAS
INDEPENDIENTES



**Contamos
con una dilatada experiencia
en la difusión de información
especializada en diversos sectores**

Gabinete de comunicación:

- Prensa
- Relaciones Públicas
- Publicidad
- Diseño de folletos, catálogos, PLV, displays, etc.
- Edición de revistas de empresa



MUNDO PRESS 2000, S. L.
C/Aragón, 63. Entlo. 2ª - 08015 Barcelona (España)
Tel.: 932265033 - Fax: 932265034
e-mail: mpress2000@mpress2000.com - www.mpress2000.com

Saeco presenta **Italian Time**

Una nueva gama con todo el auténtico estilo italiano

Italian Time es una gama completamente nueva de distribuidores automáticos, muy completa en términos de capacidad y dimensiones, con innovaciones en el diseño y en los productos, donde la tecnología está en completa armonía con el excelente diseño italiano.



Cristallo 400

Un distribuidor completamente automático diseñado y desarrollado para reducir y optimizar las intervenciones de reposición y asistencia.

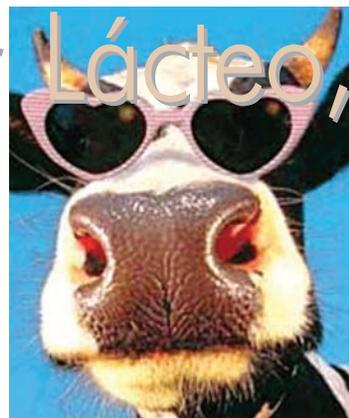
Tecnológicamente muy avanzado y extremadamente funcional, tiene una gran autonomía y capacidad en proporción a las dimensiones de la máquina.

Con 4 contenedores para productos solubles y hasta 425 vasos, ofrece 12 selecciones directas y 4 preselecciones.

Ideas con Pasión

 **Saeco**

Situación del Sector Lácteo, productos industriales



Durante el segundo semestre de 2006 se conjugaron varios factores que han creado una situación del mercado desconocida hasta la fecha. Siendo el sector lácteo muy sensible a cualquier alteración que se produzca, tanto interna como externa, nunca había ocurrido que se dieran tantas circunstancias a la vez, las cuales pudieran incidir en los precios. Es por ello, por lo que consideramos necesario intentar explicar todos y cada uno de los motivos que lo han convulsionado de esta forma. Sobre todo, cuando se trata de los productos industriales, lo que conlleva una escasa repercusión en la opinión pública en general puesto que no va a afectar demasiado en los productos de consumo, por

lo menos a corto plazo. A medio y largo, seguro que sí.

Vamos a intentar hacer un diagnóstico de la situación del sector, enfocándolo desde diferentes aspectos que inciden de modo muy significativo sobre el mismo:

1.- Climatológicos

El infrecuente año de sequía que hemos padecido durante



2006, en el que en los meses de primavera, cuando mayor es la producción de leche en el campo y mayores son las cantidades de litros de leche que se recogen, éstas hayan descendido un 7% en Francia y Alemania y hasta un 20% en España. En otras zonas, como Australia y Nueva Zelanda (los dos principales productores del mundo), también ha sido un año extremadamente seco.

2.- Económicos

Ha sido muy importante el hecho de la retirada por parte de la Unión Europea de las subvenciones a la leche para la Alimentación Animal, lo que ha provocado un consumo desorbitado de suero lácteo como alternativa. A esto hay que añadir la menor fabricación de queso en la EU, lo que ha contribuido a la disminución de la cantidad de suero. Al disminuir éste, la lactosa, que se fabrica a partir del suero, también se ha visto recortada. Pero es que, a esto hay que añadir que ha aumentado espectacularmente el uso de la lactosa en la alimentación infantil (línea de negocio por la que se están decantando los fabricantes de la industria láctea debido al elevado margen comercial que se aplica en ella), desviando su producción para fabricar este tipo de productos. Resumiendo, menos producción de leche y menos fabricación de suero y lactosa, justo cuando se produce una mayor demanda de estos productos como alternativa a los habituales. Pero además, el aumento de la demanda de estos últimos productos dentro de la propia UE se ha visto multiplicada por la demanda exterior, polarizada en China (tam-

Evolución de los precios de los lácteos en polvo y derivados (enero-diciembre 2006)

■ Leche desnatada	21%
■ Leche entera	5%
■ Sueros desmineralizados	37%
■ Lactosa	110%
■ Caseinatos	15%

NOTA: Todos los datos y cifras presentados se pueden consultar en cualquier revista o web europeas del sector (recomendamos la web www.onilait.fr).

bién la India, aunque en mucha menor medida). En 2006, las importaciones de lácteos y derivados en China aumentaron cerca de un 25%, prácticamente sin negociar el precio de compra, y provenientes de la Unión Europea, fundamentalmente.

3.- **Estratégicos**

Ante este panorama, los grandes fabricantes europeos han intentado primar la seguridad en el suministro sobre el precio, que se ha ido disparando paulatinamente según avanzaba el 2006. Además, la producción que iban obteniendo la han dirigido hacia aquellos sectores

Resumen de los aspectos que han incidido en la evolución del sector durante 2006 y marcan la tendencia para el primer semestre de 2007

	Sube	Baja	Variación Precios 2006
Leche	<ul style="list-style-type: none"> 🔥 La demanda exterior 🔥 Los precios de origen 	<ul style="list-style-type: none"> 📉 La producción de origen 📉 Las subvenciones a la producción 	21%
Suero	<ul style="list-style-type: none"> 🔥 La demanda exterior 🔥 El consumo en Alimentación Animal 	<ul style="list-style-type: none"> 📉 La producción de queso 📉 La fabricación para Alimentación Humana 	37%
Lactosa	<ul style="list-style-type: none"> 🔥 La demanda exterior 🔥 La utilización para Alimentación Infantil 	<ul style="list-style-type: none"> 📉 La producción para Alimentación Humana 	110%

que más rentabilidad les ofrecían (exportación, alimentación infantil, farmacéutico, etc.), dejando los productos en polvo para la alimentación humana

en un segundo lugar (helados, postres, cárnicos, etc.) •

Artículo facilitado por **VENDIN**

Ofibending
SERVICIO CON CALIDAD

ASesoramiento

INSTalación

CONTROL Y GESTIÓN

REPARACIÓN

AUDITORÍA

MANTENIMIENTO

GARANTÍA

SERVICIO TÉCNICO

Nuestra amplia gama de actividades nos permite ofrecer soluciones completas a todas las necesidades de nuestros clientes:

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

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

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

Cialdos lanza al mercado su nueva gama de cápsulas

Qué mejor manera de empezar el año que con el nacimiento de una nueva línea de productos con la que Cialdos se consolida como uno de los proveedores del sector del vending más completos de Europa.

Esta línea incluye tanto café arábica 100% y café descafeinado, como té y tisanas en cápsula.

La compañía ofrece a sus distribuidores productos para ser más competitivos y rentables respecto a la competencia. Para ellos, Cialdos ha desarrollado este sistema de cápsulas que complementa su tradicional línea de monodosis y que permite a los clientes desarrollar libremente negocios con gamas que son compatibles con otras ya existentes en el mercado, evitando así caer en la esclavitud de distribuir sistemas cauti- vos donde el fabricante acaba teniendo la llave de sus negocios.

Un año de retos

Cialdos, "proveedor integral de

vending", ha iniciado este 2007 con grandes expectativas como ya demostró en la última edición de Hostelco, celebrada el pasado mes de octubre en Barcelona, con el lanzamiento de su nueva línea de productos solubles para el vending. Pro-

ductos de gran calidad entre los que destaca la *leche descremada 100% natural* por la gran acogida que está teniendo en el sector y que convierte a la firma en un referente de calidad y servicio en el mercado europeo •



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

MALAGA

28, 29 y 30 de Marzo de 2007



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.feriandaluzarecreativo.com - www.grupointerazar.com

Nestlé FoodServices lanza los Cortados Crème de Nescafé

Además de tres sabores de Capuchino y una nueva gama de café soluble

Nestlé FoodServices presenta una nueva gama de café soluble, especial para preparar el cortado con leche más cremoso: *Cortado Crème*. Se trata de una nueva línea exclusiva para el sector de restauración y que estará disponible en dos variedades: descafeinado y natural. Este lanzamiento, a partir del mes de febrero, supone una continuación en el desarrollo de productos para bares y cafeterías, a base de café soluble más suave y cremoso.

Cortado Crème de Nescafé tiene todo lo que se espera de un cortado perfecto: el aroma y el sabor del mejor café, en perfecta combinación con toda la

cremosidad y suavidad de la leche, bajo una deliciosa capa de crema de café. Un producto exclusivo en España y desarrollado conjuntamente entre Nestlé y el *Product Technology Center* (PTC) de Café de Orbe (Suiza).

Esta nueva gama se presenta en estuches de 12 sobres y es de fácil elaboración. Para prepararlo tan sólo se debe abrir el sobrecito, poner el contenido en la taza y verter leche caliente. Esperar un momento y listo para disfrutar del *Cortado Crème*, la *crème* de la *crème* de Nescafé en cualquier momento del día.

Más novedades

Por otra parte, Nestlé ha estrenado un spot de televisión, creado por Mc Cann Erickson Barcelona, para promocionar sus tres nuevos sabores de su Nescafé Capuccino: chocolate, vainilla y caramelo.

El spot concluye con la promoción de "un sueldo para toda la vida", un sorteo en el que puede participar el consumidor enviando dos etiquetas del producto.

Nestlé, con sus marcas, es líder en el mercado del café en España, tanto en hogar como fuera de él. En 2005 invirtió 35,9 millones de euros en publicidad, según datos de Infoadex •





Somak Alice Club



Sguardo

La máquina más completa

Distribuidor semiautomático de gran capacidad y autonomía.

Sguardo ofrece una gran variedad de bebidas calientes en un espacio muy reducido.

Por sus selecciones y diseño optimizado es la máquina ideal para oficinas y medianos emplazamientos.

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



Vending Cinco Estrellas



Diversificación en el sector hacia productos ajenos al tabaco

El descenso en el consumo de tabaco conlleva un cambio de estrategia en las empresas de vending, lo que aumentará la competitividad y provocará un notable incremento del parque de máquinas

Según un informe facilitado por la Asociación Catalana de Vending (ACV), y que recoge los datos de diversas consultoras especializadas en el sector, las previsiones para los ejercicios de este año que hemos iniciado y 2008 estiman una recuperación, con tasas de crecimiento en torno al 4 o 5%. En la actualidad, ACV cuenta con más de 130 socios, de los cuales cerca del 80% son operadores y el 20% restante proveedores. Alrededor de un 30% de las empresas relacionadas con el vending que operan en Catalunya forman parte de la Asociación, la cual incorpora a los principales operadores del sector

La industria del vending consolida su crecimiento en España año tras año. Según datos de consultoras especializadas en el sector, el vending alcanzó en 2005 los 2.145 millones de euros, una cifra que supone un crecimiento del 4% con respecto al año anterior.

Por productos, las bebidas calientes y los alimentos sólidos fueron los que registraron un mayor aumento, con un 9,2 y un 8'5, respectivamente. El sector en general se resintió del menor

paña el medio millón, hasta situarse en las 518.000 unidades. Según muestra el Cuadro 2 (pág. 40), las máquinas de bebidas calientes son las más habituales.

Por emplazamientos, la mayoría de unidades se suelen instalar en fábricas o en oficinas (ver Cuadro 3 en pág. 42).

El consumo de productos depende del tipo de máquina: en las de bebidas calientes, el cortado y el café con leche son los más habituales; en las bebidas frías, el agua es el producto es-

"EL VENDING ALCANZÓ EN 2005 LOS 2.145 MILL./EUROS, CIFRA QUE SUPONE UN CRECIMIENTO DEL 4% CON RESPECTO AL AÑO ANTERIOR"

incremento de los ingresos de las ventas de tabaco (sólo un 0,4%), debido a la incertidumbre causada por la entrada en vigor de la nueva ley sobre el consumo y el suministro de este producto.

Como se puede observar en el Cuadro 1 (pág. 40), el mercado del tabaco representa más de la mitad de los 2.145 millones de euros que el sector alcanzó durante el ejercicio 2005.

En 2005 el parque de máquinas expendedoras superó en Es-

trella, aunque en los últimos años se está notando un auge cada vez mayor de los refrescos isotónicos. Por su parte, los productos dietéticos son los más consumidos en las máquinas de snacks.

Perspectivas de futuro

El descenso en el consumo de tabaco, junto a las restricciones

(Pasa a la pág. 40)

TRATECNICA SE ESCRIBE CON

T Los productos desarrollados por TRATECNICA están en continua innovación tecnológica para ofrecer a nuestros clientes las soluciones más avanzadas y adecuadas a su negocio.

de Tecnología

y con

A Para TRATECNICA sus clientes son lo más importante. Nuestros servicios pre y post venta son ágiles y eficientes, y queremos seguir mejorando. Estamos cerca de Ud.

y con

C TRATECNICA sabe que el negocio de sus clientes exige que la calidad de sus productos esté garantizada y nuestros clientes saben que están respaldados por una empresa con más de 30 años en el mercado ofreciendo excelencia en sus productos.

de Asistencia

de Calidad

LA SEGURIDAD DE TRABAJAR CON EL LÍDER NO TIENE PRECIO

Nuestro compromiso es ofrecer la mejor relación entre la calidad del producto y su precio.

**Si es cliente nuestro, ya sabe por qué prefiere trabajar con TRATECNICA.
Y si todavía no lo es... CONÓZCANOS Y PÓNGANOS A PRUEBA.
Podemos resolver sus necesidades.**

 **TRATECNICA**

Tel: 91 380 22 00
www.tratecnica.com



(Viene de la pág. 38)

existentes para la instalación de este tipo de máquinas en determinados espacios, está provocando un cambio de estrategia de las empresas del sector. Así, se prevé que muchas compañías opten por

la diversificación hacia otros productos ajenos al tabaco, un hecho que aumentará la competitividad en el sector y conllevará también un notable incremento del parque de máquinas.

Las previsiones auguran una recuperación para los ejercicios

2007 y 2008, con tasas de crecimiento en torno al 4 o 5%. Por tipos de máquina, las de bebidas calientes y juguetes serán las que más crezcan, mientras que se espera una recuperación de las ventas de tabaco para 2007 (ver Cuadro 5 en pág. 42) ●

El vending en Catalunya

El sector en Catalunya está experimentando en los últimos años un crecimiento similar al que se aprecia en el mercado español. Tal es así, que en 2005 el vending en el territorio catalán creció también un 4%, como en el conjunto del Estado.

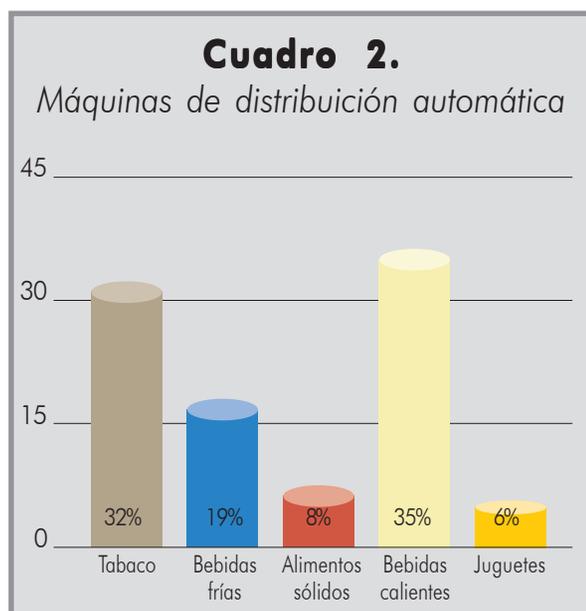
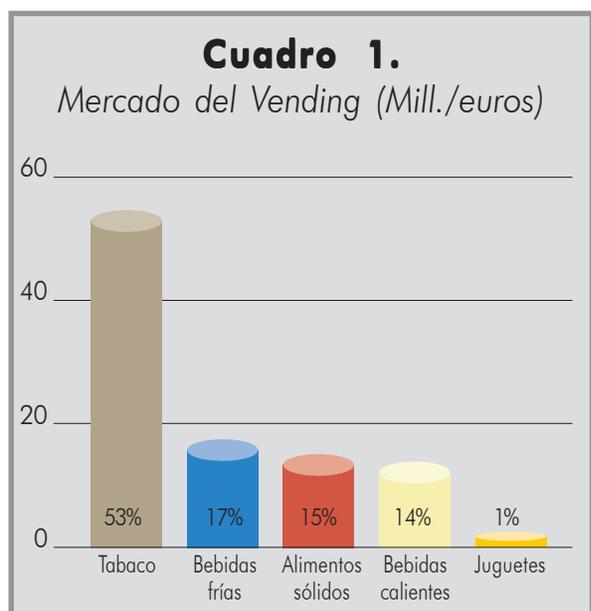
El consumo a través de la distribución automática mantiene una tendencia alcista desde hace unos años y en la actualidad ya supera los 300 millones de euros de facturación.

En los últimos 5 años, el sector ha crecido un 32,16%.

En Catalunya todavía son pocas las empresas que tienen más de cien

máquinas en servicio. Así, se calcula que tres de cada cuatro operadores disponen de entre 10 y 99 máquinas de distribución automática.

El vending en Catalunya se consolida a buen ritmo y cada vez es más frecuente encontrar máquinas de distribución. Los niveles de crecimiento se sitúan por encima de muchos países europeos, tal y como se puede observar en la Gráfica 1 (pág. 42), que analiza el número de máquinas automáticas por habitante. En el caso español, se prevé que a corto plazo eleve notablemente el número de unidades por cada mil habitantes.

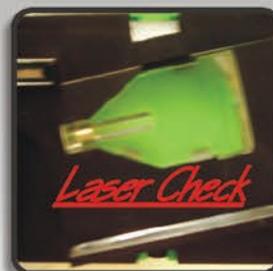


JEDY *Laser Check*



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



Sobre ACV

Organización fundada en 1989 con el objetivo de defender los intereses de las empresas dedicadas a la distribución automática en Catalunya. En sus inicios, estuvo formada exclusivamente por operadores (gestores de máquinas expendedoras), pero desde 1999 incorpora también a los proveedores del sector (fabricantes y distribuidores de maquinaria, producto e industria auxiliar).

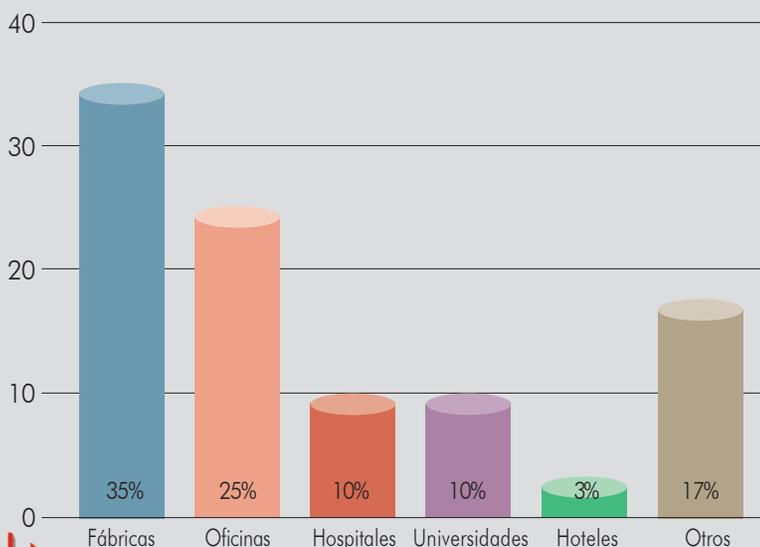
La organización edita de forma bimestral la revista *AC Vending*, una publicación dirigida a profesionales del vending con una tirada de 3.000 ejemplares. Asimismo, ACV ofrece cursos de formación y reciclaje relacionados con la manipulación y la seguridad alimentaria, contando para ello con las pertinentes homologaciones de la *Generalitat de Catalunya* con el fin de poder expedir carnés de Manipulador de Alimentos.

En esta misma línea, la entidad también imparte cursos formativos específicos para el sector de la distribución automática: reponedores, técnicos, comerciales y mandos intermedios.

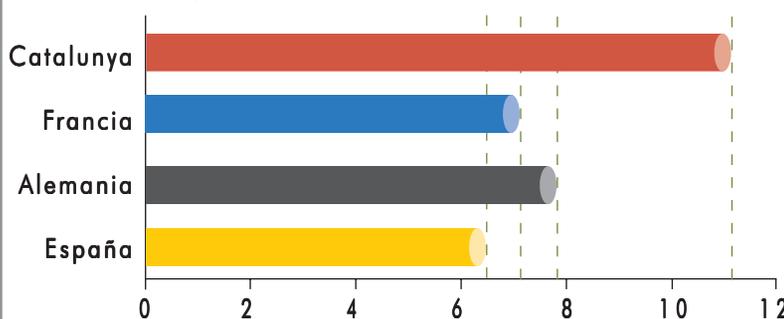


Cuadro 3.

Ubicación de las máquinas automáticas



Gráfica 1. Número de máquinas por cada 1.000 habitantes



Cuadro 5. Explotación: evolución reciente del mercado y previsiones

Tipo de máquina	Mercado (% variación 2005/2004)	Previsión (% variación 2006/2005)	Previsión (% variación 2007/2006)
Tabaco	+0,4%	-6,6%	+0,5%
Bebidas frías	+7,8%	+7,5%	+7,0%
Alimentos sólidos	+8,5%	+7,5%	+7,0%
Bebidas calientes	+9,2%	+8,8%	+8,0%
Juguetes	+6,7%	+9,4%	+8,6%

Snack "dual-temp" de Vendo

¡Sirve lo que quieras,
Cuando quieras!



Gran CAPACIDAD,
máxima FLEXIBILIDAD
y GARANTÍA en la entrega
del producto

Si sus características son excelentes,
también lo es su precio...

Compruébalo!!!

Vendo
SANDEN

MEI ayuda a combatir el hurto

La firma participa como expositor (stand B60) en la próxima edición de Avex



Richard Gibson, director de Marketing para Europa de MEI

M El demostrará en el certamen londinense AVEX 2007 su compromiso con la administración de efectivo, presentando un nuevo conjunto de herramientas que posibilitarán una mejor gestión del dinero y ayudarán a los operadores de vending a administrar con éxito sus negocios. La compañía invita a los profesionales a descubrir en el stand B60 cómo el

gestor de cambio MEI Cashflow™ 7900 y el módulo de software MEI Easitrax™ Cash Management les permitirá eliminar la posibilidad de hurto y supervisar los niveles de efectivo existentes en sus máquinas.

El director de Marketing para Europa de MEI, Richard Gibson, comenta: **"La administración de efectivo es una ventaja clave del MEI Cashflow™ 7900. Gracias a la utilización de nuestra exclusiva tecnología sónar, el gestor de cambio supervisa constantemente la cantidad y el valor de las monedas en tiempo real, lo que ayuda a los operadores a aumentar la eficiencia de su negocio e incrementar sus beneficios"**.

Ventajas tecnológicas

La tecnología sónar del MEI Cashflow™ 7900 detecta y re-



El MEI Cashflow™ 7900i descarga información de contabilidad a través de infrarrojos

gistra cualquier cambio en el número de monedas almacenadas en los tubos, y muestra en su display el valor total contenido en ellos. Además, en el caso de que el personal de ruta olvide anotar las monedas añadidas o retiradas del monedero, el MEI Cashflow™ registrará esta información, la cual, junto con el resto de datos de contabilidad, puede luego descargarse a través de una conexión física (cable de impresora o DEX) o, en el caso del MEI Cashflow™ 7900i, mediante conexión inalámbrica (infrarrojos). Este último descarga in-

formación de contabilidad a través de infrarrojos. Una ventaja clave de esta tecnología sin contacto es que elimina el desgaste provocado por las continuas conexiones físicas con terminales portátiles y, en muchos casos, acelera la transferencia de datos.

mitir a los operadores conciliar el efectivo dirigido a la hucha y el contenido de los tubos de cambio con la cantidad real que el personal de ruta recauda de la máquina.

"El hurto y la manipulación de efectivo son problemas de primer orden para

mei™

los operadores de vending de toda Europa. El software MEI Easitrax™ Cash Management, particularmente cuando se utiliza junto al MEI Cashflow™

La información recabada puede luego importarse al software MEI Easitrax™ Cash Management, que ayuda a reducir la posibilidad de hurto al per-

7900, ayuda a reducir de forma significativa el riesgo de hurto y a administrar el efectivo de manera más eficiente", añade Gibson •

Ventajas del MEI Easitrax™ Cash Management

- ✓ Capacidad para supervisar el efectivo y el stock en todo momento
- ✓ Informa de las discrepancias, resaltando aquellos datos de contabilidad que no sean coherentes
- ✓ Identificación individual por máquina del dinero enviado a hucha y a tubos
- ✓ Introducción automática de datos, lo que elimina las discrepancias debidas a error humano

NUEVO GRUPO MEDITERRANEO

ROMA BARCELONA PARIS

el verdadero café napolitano



Café en grano
Café en cialdas
Café molido
Café VENDING
para maquinas automaticas
Café bar



Vasos - Paletinas - Azucar

€ **BLUMED**

Apdo. Correos/P.o.Box 124 AP 0886001
BARCELONA ESPAÑA
tel. 34.936458148 - 932449740 - Fax +34.936458152
info@blumed.org - info@blumed.eu

El diseño italiano en el vending de la mano de **Saeco**

La compañía lanza al mercado dos nuevos modelos: Quarzo y Smeraldo

Dentro de la línea *Italian Time* de Saeco Vending, se presenta una nueva gama de máquinas, renovada, muy completa en términos de capacidad y dimensiones, donde la tecnología se encuentra en perfecta armonía con el excelente diseño italiano. Y es que, para satisfacer la creciente demanda del mercado de máquinas distribuidoras de bebidas calientes y de bebidas frías y snacks que puedan funcionar combinadas, Saeco ha creado *Quarzo* y *Smeraldo*.

Quarzo es un distribuidor totalmente automático de café y bebidas calientes, tecnológicamente muy avanzado, de fácil uso y mantenimiento, creado para satisfacer las necesidades del operador en medianos y grandes emplazamientos. Permite obtener 28 (*Quarzo 500*) o 40 bebidas diferentes (*Quarzo 700*). Por su parte, *Smeraldo* es un distribuidor de snacks, latas y botellas mediante un sistema de espirales; las bandejas pueden configurarse al gusto del usuario y garantiza el mantenimiento de una temperatura de 8°C con una temperatura ambiente de 32°C, ya que está dotada de una unidad refrigeradora autónoma. Puede dispensar 36 (*Smeraldo 36*) o 56 productos distintos (*Smeraldo 56*)

Un nuevo diseño

Quarzo 500/700 y *Smeraldo 36/56* son un rediseño de *Group 500/700* y *Break Point 36/56* que presentan grandes innovaciones, sobre todo en el aspecto visual.

Además, *Quarzo* introduce novedades como los contenedores de polipropileno alimentario que permiten adaptar el contenido de producto soluble según las necesidades de cada emplazamiento (doble contenedor con porcentaje 60/40%); posibilidad de personalizar las cerraduras (sistema RIELDA) y otras muchas novedades técnicas.



Los equipos Quarzo 700 y Smeraldo 56 en batería

Como toda la gama *Italian Time*, *Quarzo* y *Smeraldo* tienen la aprobación de la CE, VDE y cumplen con la normativa EVA de accesibilidad para personas con movilidad reducida •

QUARZO

Características principales

Distribuidor automático de vasos, azúcar y paletinas.

– Grupo de café exclusivo Saeco: máxima calidad del café espresso con un mantenimiento sencillo, fácilmente extraíble, de larga duración y muy fiable.

<i>Datos técnicos</i>		
	QUARZO 500	QUARZO 700
Dimensiones (l x h x p)	600 x 1700 x 674 mm	661 x 1830 x 790 mm
Peso	102 Kg	142 Kg
Alimentación	230V/50Hz	230 V/50 Hz
Potencia absorbida	1400W	1700W Estándar 1400W Monocaldera
Caldera	Latón	Latón (Versión estándar una de latón y otra de acero inoxidable)
Conexión red hídrica	3/8" (0,5-8,0bar)	3/8" (0.5-8.0 bar)
Alimentación hídrica	Estándar: a la red hídrica Opcional: kit autonomía	Estándar: a la red hídrica Opcional: kit autonomía
Contenedor café en grano	1	1
Contenedores solubles	4 (2 dobles con diferentes capacidades: 12,3 l y 3,8 l)	5 (2 dobles con diferentes capacidades: 12,3 l y 3,8 l + 1 sencillo: 5 l)
Contenedor azúcar	1	1
Batidor a disco	2	3
Batidor a espiral	1	1
Grupo café	7 gr	7 gr
Vasos disponibles (diámetro)	70-73 mm	70-73 mm
Paletinas disponibles	90-115 mm	90-115 mm
Nº selecciones	14	20
Nº preselecciones	4	4

- Sistema de pago: acepta los más diversos sistemas de pago de tipo paralelo y estándar MDB (posible configuración Master y Slave), BDV y Ejecutivo.
- Circuito hidráulico modificado.
- Tarjeta CPU compatible con otras máquinas de la nueva gama *Italian Time*.
- Programación de bebidas totalmente personalizada.
- Particular atención a la seguridad del cliente y el operador.

<i>Autonomía producto</i>		
	QUARZO 500	QUARZO 700
Café en grano	3,0Kg	4.2 Kg
Café soluble	0,8Kg	0.8 Kg
Leche	3,3Kg (12,3l)-1,7Kg (3,8l)	2.7 Kg
Chocolate	6,3Kg (12,3l)- 3,0Kg (3,8l)	5.4 Kg
Té	3,8Kg	4.4 Kg
Azúcar	4,2 Kg	4.2 Kg
Vasos	500	700
Paletinas	490	540
Depósito agua autónomo	20 l	20 l





Datos técnicos

	SMERALDO 36	SMERALDO 56
Dimensiones	700 x 1700 x 850 mm	850 x 1830 x 862 mm
Peso	223 Kg	285 Kg
Alimentación	230V/50Hz	230V/50Hz – 120V/60Hz
Potencia absorbida	600 W	700W
Grupo refrigerador	1/5 HP	1/4 HP
Temperatura ajustable	6°C-15°C	6°C-15°C
Gas refrigerador ecológico	R404a	R404a

SMERALDO

Principales características

- Sistema de pago: acepta los más diversos sistemas de pago de tipo paralelo y estándar MDB (posible configuración Master y Slave), BDV y Ejecutivo.
- Diferentes tipos de espirales y motores para personalizar la configuración de las bandejas y satisfacer de este modo las necesidades de los clientes.
- Particular atención a la seguridad del operador y el consumidor.



Autonomía producto

	SMERALDO 36	SMERALDO 56
Número de bandejas	5-6	6-7
Capacidad botellas	36 botellas	48 botellas
Capacidad latas	36 latas	48 latas
Capacidad snacks	Variable según el tipo de espirales	
Número de espirales	30-36	48-56
Espirales disponibles	Desde 17 mm de ancho de paso (27 productos por espiral) a 90 mm (productos)	

Lácteos

Café

Aromáticos

VENDIN



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 132.00-970
Jundiaí-Sao Paulo (Brasil)
Tfno. 00551145361000

Cafés Solubles

Cacao



Siempre a su servicio

www.vendin.es
cafevendin@vendin.es

Daniel Alonso

Responsable Comercial de Impulsa Soluciones Tecnológicas



Esta firma madrileña, con sede en el Polígono Industrial de Alcobendas, comienza su andadura en el año 2000 de la mano de Viriato Galdón, actual director general. Impulsa se ha consolidado como referente en la aplicación de nuevas tecnologías a diferentes sectores del comercio y la industria, entre ellos el vending. Alonso nos comenta que la filosofía de la empresa se basa en el servicio, la innovación, el compromiso con el cliente y la calidad de sus productos. No obstante, insiste en que el mercado de la venta automática demanda una atención al cliente y un soporte post-venta que es tanto o más importante que lo que se ofrece. Impulsa no es un mero proveedor de productos hardware, sino que acompaña al cliente antes, durante y después del proceso de venta

"El mercado del vending demanda una atención al cliente"

—¿En qué consiste la actividad de la compañía?

—Fundamentalmente, Impulsa es una empresa de ingeniería de producto; concibe, diseña, fabrica y vende dispositivos hardware. Esto implica diseño hardware del producto, desarrollo del *firmware*

(aplicación que corre dentro del dispositivo) para el mismo, diseño industrial de las cajas, frontales, etc., fabricación del hardware,

y producción del producto final.

Además, todos los productos necesitan un desarrollo de software para su gestión desde el PC, con lo que existe también un trabajo importante de programación de aplicaciones.

La plantilla de Impul-

"EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, EL SECTOR DEL VENDING HA DADO UN GRAN SALTO DE CALIDAD EN CUANTO AL ASPECTO TÉCNICO SE REFIERE"

sa cuenta en la actualidad con 15 personas, formando parte la mayoría de los departamentos de I+D, Calidad y SAT.

–¿Qué productos/servicios tecnológicos dirigidos al sector de vending comercializan? ¿Qué ventajas brindan al operador?

–Los productos y servicios que IMPULSA ofrece al sector del vending se pueden dividir en tres grupos perfectamente diferenciados:

- Sistemas de pago "cashless" o sin efectivo: permiten el pago en las máquinas de venta automática por métodos alternativos a las monedas y billetes. Nuestra gama incluye sistemas de pago con tarjeta chip de prepago, sistemas de pago con tarjeta chip EMV de crédito / débito, y sistemas de pago mediante teléfono móvil. Algunas de sus ventajas son: aumento de los hábitos de consumo, y aumento de las posibilidades del pago en la máquina; flexibilidad en la revisión de los precios de los servicios; menores costes de inversión y mantenimiento; evita pérdida de ventas debida a precio exacto; se reduce la posibilidad de vandalismo en la máquina; permite la auditoría del circuito económica de la máquina; no interfieren ni en la operativa ni en el modelo de negocio de otras formas de pago, es decir, siempre se trata de un "plus" de posibilidades para la máquina.

- Sistemas de gestión remota o telemetría: permiten el control de la máquina de vending de forma remota, sin necesidad de la presencia física en la misma. Contamos con dispositivos de auditoría de las máquinas de vending, que posibilitan almacenar todo tipo de

información referente a lo que ocurre en las mismas (ventas, apagados, encendidos, estadísticas, etc.), dispositivos de descarga de toda esa información y aplicaciones software de gestión que permiten la visualización y explotación de todos esos datos. Con todo ello, el operador puede: conocer de forma exhaustiva el flujo de efectivo: usuario, máquina de vending, recaudación, contadora de monedas; conocer de forma exhaustiva el flujo de producto: almacén, furgoneta, máquina de vending, usuario; cuadrar la entrada y salida de producto en: almacén, furgoneta, máquina; planificar de forma más eficiente las rutas; optimizar el trabajo del SAT; gestionar de forma integral toda la información que integra el funcionamiento de la empresa.

- Sistemas de gestión integral para vending (telemetría o conexión M2M (machine to machine)): permiten la gestión del negocio del vending, tanto de las propias máquinas o puntos de venta como de los almacenes, furgonetas, productos, etc. Implica la conexión de un dispositivo de conectividad GPRS a la máquina y monedero, lo que unido a un software de comunicaciones y todo lo anteriormente explicado, hace posible: cono-



Flash Cash Audit



Flash Cash Card



Flash Cash Mini Audit

(Pasa a la pág. 52)



Flash Cash EMV

Flash Cash Vending

(Viene de la pág. 51)

cimiento de forma remota del estado general de la máquina; conocimiento en tiempo real del producto consumido y remanente en la máquina; conocer de forma remota la recaudación de la máquina, así como el dinero en los tubos del monedero; el cambio de forma remota de diversos parámetros de la máquina: precios, descuentos, promociones, etc.; recepción en tiempo real de alarmas relacionadas con la máquina.

-¿Qué garantías de calidad ofrecen?

-Todos los dispositivos que diseñamos cumplen con los es-

tándares habituales del mercado de vending (EXE, MDB, DEX / UCS, etc.). Cumplen la normativa CE en cuanto a seguridad eléctrica y emisiones electromagnéticas y también los estándares habituales en cuanto a gestión de tarjetas chip (ISO 7816 1/2/3/

4), y los productos que soportan pago con tarjeta chip de crédito han sido certificados por EMV Co., así como por VISA España. Los productos que so-

portan pago con móvil han sido certificados por Mobipay España, Telefónica Movistar y Orange. Finalmente, en breve abordaremos la obtención de la norma ISO 9001.

Nuestro departamento de calidad está constantemente testando los productos con todos los modelos de máquinas y monederos existentes en el mercado, así como los de nueva aparición, para asegurar su total compatibilidad.

-¿Qué expectativas de negocio tienen a corto-medio plazo?

-Muchos de los grandes operadores del país han confiado hasta la fecha en los servicios y productos de Impulsa Soluciones Tecnológicas. Nuestro objetivo es afianzar dichas colaboraciones,

convirtiéndonos en verdaderos socios tecnológicos de nuestros clientes y extender nuestro abanico de colaboraciones a otras grandes empresas. Por otra parte, y gracias a nuestra red de distribución, estamos comenzando a trasladar al pequeño y mediano operador la importancia de la aplicación al sector del vending de estas nuevas tecnologías como herramienta para la mejora de la gestión de la empresa. Estamos convencidos de que el año que empieza puede ser el punto de partida de un importante cambio de mentalidad en este sentido.

-¿Considera que el vending es un sector que se ha adaptado bien a los avances tecnológicos del mercado?

-Creemos que el sector del vending en los últimos años ha dado un gran salto de calidad en cuanto al aspecto técnico se refiere: existe una gran calidad de los productos ofrecidos en las máquinas, tratándose de productos especialmente diseñados y fabricados para el mundo del vending; las máquinas se fabrican con estéticas modernas y amigables; todas las máquinas son electrónicas y la gran mayoría disponen de memoria Flash; asimismo, los monederos

"LA APLICACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS AYUDA DE FORMA IMPORTANTE AL OPERADOR A GESTIONAR DE MODO MÁS EFICIENTE EL NEGOCIO"

de cambio también son electrónicos; disposición de estándares que regulan la comunicación entre máquina, monedero y sistemas de pago sin efectivo, des-

carga de datos, conexión entre equipos, etc.

Todo ello implica que al vending se le puedan aplicar directamente los últimos avances tecnológicos, tales como dispositivos electrónicos de última generación, comunicaciones de diversos tipos, herramientas de software de gestión, etc.

–¿Desearía destacar alguna cosa más?

–Simplemente queremos volver a hacer notar que la aplicación de las nuevas tecnologías a un sector como el vending es posible, gracias al salto de calidad que el sector ha dado en los últimos años, que dicha aplicación ayuda de forma importante al operador a gestionar de modo más eficiente el negocio, a aumentar ventas e ingresos, y a ofrecer una mejor calidad del servicio, y que permite rasgos de diferenciación respecto a la com-

petencia muy importantes, dada la gran competencia existente.

Finalmente, independientemente del proveedor y del producto, los operadores deben demandar productos que cumplan con los estándares establecidos en el sec-

tor, configurables, adaptables y programables, abiertos que hagan posible la conectividad con productos de otros proveedores, y con utilidad a medio y largo plazo, que permitan la rentabilidad de la inversión realizada •

Ferias Impulsa

Como expositor

- Hostelco (Intervending)- Octubre 2006, Barcelona
- Eurovending- Mayo 2007, Madrid

Como visitante

- AVEX- Abril 2007, Londres (Reino Unido)
- EuVend- Septiembre 2007, Colonia (Alemania)
- ExpoVending & Ocs- Junio 2007, Brasil

Otros certámenes

- 3GSM World Congress- Febrero, Barcelona (Feria Internacional de Comunicaciones Móviles)
- Cartes 2007- Noviembre 2007, París (Feria Internacional de Tarjetas e Identificación)
- SIMO- Noviembre 2007, Madrid



¡Nueva dirección de correo electrónico de Mundo Vending!

m_vending@mpress2000.com
mpress2000@mpress2000.com

NOTA: Las direcciones de correo "m_vending@infonegocio.com" y "mpress2000@infonegocio.com" dejarán de estar operativas a partir del 1 de enero de 2007

The advertisement features two magazine covers on the left. The top cover is titled 'Mundo VENDING' and 'TECNICAS Y SERVICIOS', with a logo and the text 'SVG Ibérica'. The bottom cover is titled 'Mundo VENDING' and 'NESCAFÉ vending', featuring a woman's face and the text 'en cualquier lugar, en cualquier momento'. A large '@' symbol is positioned behind the email addresses.



Abierta la inscripción para EurOps® 2007

Empieza la cuenta atrás para EurOps 2007, una conferencia bienal organizada por la Asociación Europea de Vending (EVA) y dirigida a los operadores del continente, que este año tiene como escenario la ciudad griega de Atenas. Los días 22 y 23 de marzo, el hotel Hilton Athens reunirá a los profesionales de la venta automática en una ocasión única para comparar las diversas situaciones a las que se enfrentan día a día los fabricantes de maquinaria y proveedores de productos.

debatir y pronosticar los desarrollos más recientes producidos en la industria del vending. Para ello, se contará con conferenciantes de alto nivel provenientes de todos los segmentos clave del sector, además de reconocidos académicos de las escuelas de negocios más importantes a nivel europeo, quienes darán a conocer sus puntos de vista a través de la presentación de estudios, sesiones prácticas que trataran aspectos a fondo, paneles interactivos, etc. El lema escogido para este año es "Competitividad, Rentabilidad y

negocios a las necesidades de los clientes, en un mundo donde la satisfacción del cliente es lo más importante".

Entre los ponentes que asistirán a esta tercera convocatoria para compartir sus conocimientos y experiencia, destacar al Catedrático Andrew Mayo del *London Business School*; Gregory Prastacos, Catedrático de la Facultad de Economía y Negocio de la Universidad de Atenas (*Athens University of Economics & Business*), y Stephanie French, consultora en dirección de nutrición. **"Estas sesiones pueden ser muy útiles para los operadores puesto que la mayoría dispone de poco tiempo para dedicarse a la planificación estratégica"**, manifiesta Piana.

Asimismo, algunos de los profesionales de la industria de la venta automática que intentaran responder a los interrogantes que plantee el público son Steven Garner, director general de Bunzl Lockhart, quien comenta: **"La mayor parte de los colegas de profesión solamente vende sus negocios una vez. Os indicaré los diez mejores consejos para maximizar la consideración de la empresa, minimizar los gastos y encontrar el mejor entorno de negocios para vuestro personal y clientes"**. Robert Ross (EE.UU.),

Personas", un título que pretende recoger ese espíritu de intentar mejorar las líneas esenciales de actualización de las compañías de vending.

Expertos en vending

Catherine Piana, directora general de la EVA afirma: **"Los operadores de vending tendrán la oportu-**

nidad de escuchar a expertos profesionales del sector que, entre otros aspectos, tratarán de explicar cuál es la mejor manera de dirigir al personal, cómo construir un negocio más competitivo y rentable y cómo ajustar sus

La EVA eligió el Hotel Intercontinental Praha para celebrar EurOps 2005

Esta es la tercera edición de EurOps, habiéndose desarrollado previamente en las ciudades de Barcelona (2003) y Praga (2005); esta última contó con la asistencia de 250 participantes.

El objetivo que persigue la organización es el de identificar,



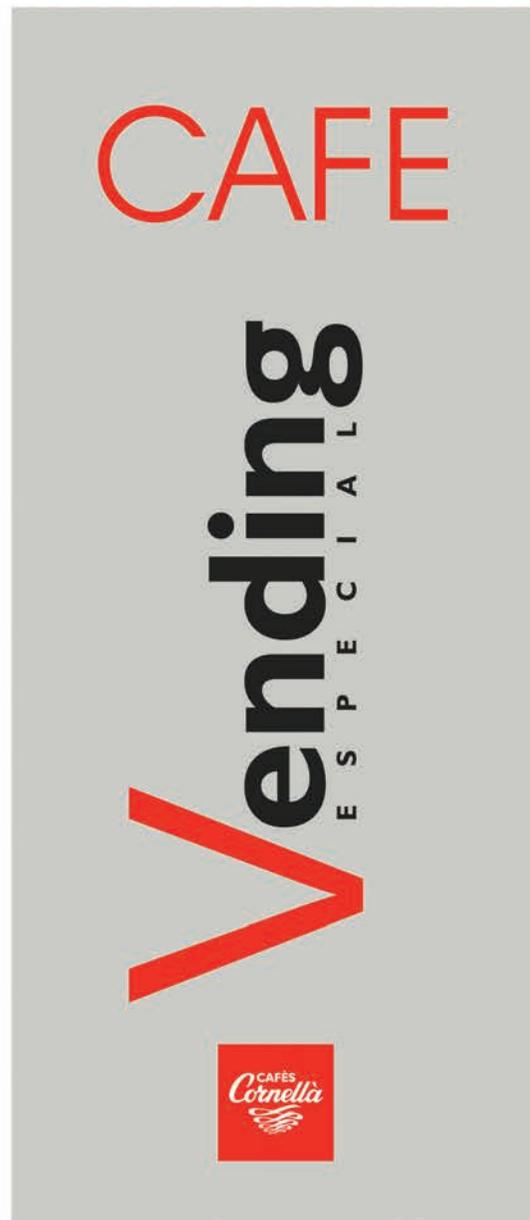
Los asistentes fueron invitados, en la pasada edición, a una cena en una típica cervecería checa

miembro del Comité de Normas de la EVA, compartirá su experiencia en el DEX; directores líderes en la industria, como Antonio Cavo de N&W y Jeff Allsop de MEI realizarán algunas recomendaciones en asuntos financieros. Y como en las dos anteriores EurOps®, Alex Puissant, periodista de la TV belga, será el encargado de moderar la conferencia, asegurándose de que ninguna pregunta quede sin respuesta.

Microtronic, miembro de la EVA, ha mostrado su apoyo a este evento convirtiéndose en patrocinador del mismo. El programa, el formulario de inscripción y otros detalles acerca de esta tercera EurOps puede consultarse en www.eva.be •

Temática EurOps 2007

- ❖ Gestión de Recursos Humanos
- ❖ Innovación tecnológica
- ❖ Dirección de cadena de suministro
- ❖ Fondos
- ❖ Marketing e imagen



otro estilo.*



PERE CORNELLÀ, S.A.
1920

C/ Llevant, 4-6
17458 Fornells de la Selva
GIRONA (Spain)
Tel. 972 476 300
www.cafescornella.es



Agua, la clave para una excelente taza de café



■ El agua, un elemento único

Hoy en día todos somos conscientes de la importancia del agua. Una sociedad que tiene acceso a ella tiene garantizado el progreso y bienestar.

Es importante recordar que el agua ocupa tres cuartas partes de la tierra. De esta inmensa masa de agua, sólo el 3% es dulce pero, además de ese 3%, sólo el 1% está en estado líquido. Podemos afirmar que el agua es un bien escaso y un elemento clave del entorno, su presencia o ausencia, define claramente la riqueza o pobreza de un área o de un país.

Otro dato interesante sobre el agua es que cerca del 72% del cuerpo humano está compuesto de agua. Nuestro cuerpo necesita entre uno y siete litros de agua diarios para evitar la deshidratación y funcionar correctamente. La cantidad precisa depende del nivel de actividad, temperatura, humedad y otros factores. El cuerpo humano pierde agua por medio de la orina y las excreciones, la transpiración y la exhalación del vapor de agua de nuestro aliento.

■ Un bien escaso

Debido al crecimiento de la población humana y de otros factores, la disponibilidad del agua potable por persona está disminuyendo dramáticamente. Este problema podría resolverse obteniendo más agua a partir de la

reserva de agua salada, distribuyéndola mejor o desperdiciándola menos.

El *World Water Development Report* (Informe Mundial del desarrollo del agua) de la UNESCO (2003)

a través de su *World Assessment Program* (Programa mundial para la estimación del agua) nos indica que los próximos 20 años la cantidad de agua disponible para todos decrecerá en un 30%. Ya actualmente, el 40% de los habitantes del mundo no tiene la cantidad mínima necesaria para consumo y aseo. Más de 2,2 millones de personas murieron en el año 2000 por enfermedades relacionadas con el consumo de agua contaminada.

El desarrollo y mejora de nuevas tecnologías, como es el caso de las plantas de desalinización en base de ósmosis inversa, son una esperanza de futuro para aquellos países y zonas donde el agua es un bien escaso.

■ Pero, ¿qué es el agua?

Antes de nada hay que tener en cuenta que el agua es un compuesto conformado por dos átomos de hidrógeno y uno de oxígeno. Esta composición permite al agua ser la única sustancia que se encuentra en los tres estados físicos (gas, líquido y sólido). Al

agua químicamente pura se le llama agua destilada. Ésta no tiene sustancias disueltas, sólo es H₂O pero, evidentemente, este nivel de pureza sólo es alcanzable en el laboratorio, mediante procesos físicos (ósmosis inversa al 100%).

El estado natural del agua es afectado por procesos naturales. Por ejemplo, la composición mineral de los suelos por los que el agua se va filtrando y que, debido a la capacidad de disolvente del agua, va creando un propio y único perfil químico del agua de la zona, en base a los compuestos en forma de sales.

El hombre es el otro factor por el que el agua altera su estado puro. Mediante las actividades mineras varía el nivel de sanidad y el pH del agua y, además, los nutrientes en exceso, como fertilizantes vertidos en la tierra, llegan irremediablemente al agua, y esto provoca un cambio drástico en su composición química.

Y por último, las sustancias tóxicas, como los metales pesados, como el plomo y el cadmio, vertidos por la industria, o los resi-

duos urbanos, como las aguas negras o de desecho, también alteran la composición del agua.

■ **¿El agua de la red es potable?**

Actualmente, en la mayoría de los países desarrollados damos por sentado que el agua suministrada en nuestros hogares y negocios es agua potable. Esto, sin duda, es así.

El agua que recibimos a través de las canalizaciones proviene principalmente de los ríos y embalses y, en menor cantidad, de los acuíferos subterráneos. Esta agua pasa por manos de las empresas responsables de su distribución para consumo humano, que la someten a un intenso tratamiento, con el objetivo de garantizar su salubridad en todo el recorrido hasta la llegada a su punto final de servicio, es decir, el grifo.

Básicamente, para garantizar esta posibilidad del agua se emplean elementos desinfectantes en base a cloro para eliminar microorganismos u otros elementos que pudiesen alterar la calidad del agua.

■ **Entonces, ¿todas las aguas de consumo son iguales?**

La respuesta es absolutamente no. Aún en nuestros días se considera que el agua es un elemento que no tiene color, olor o sabor, y esto es lo más alejado de la realidad.

Tal y como hemos comentado antes, el agua pura en estado natural no existe. La calidad y los componentes disueltos en el agua, en forma de sales minerales, son el resultado del proceso de filtración y disolución de elementos encontrados por el agua a través de los diferentes suelos y materiales por los que ha transcurrido.



Debido al crecimiento de la población y a otros factores, la disponibilidad de agua potable por persona está disminuyendo dramáticamente

Por ello, podemos afirmar que el agua dispone de un perfil único en cada zona y este mismo perfil le dará una consistencia, un aroma y un sabor único y diferenciador.

■ **El agua en la calidad final de la taza de café**

Como hemos dicho antes, las características del agua difieren mucho de una zona a otra, incluso dentro de la misma ciudad, de un barrio a otro.

Una taza de café está compuesta en un 98% de agua. La crema, el aroma y el sabor final de la taza de café son fruto de las reacciones químicas desarrolladas entre los elementos del café arrastrados durante la erogación en combinación con elementos químicos ya existentes en el agua.

En base a qué elementos químicos tengamos en exceso o en

defecto —o incluso ausentes— en el agua, el resultado en taza variará drásticamente, aún utilizando el mismo café, la misma máquina y el mismo molino.

Para decirlo de otro modo, el nivel de bicarbonatos, con presencia de calcio y magnesio, sulfatos, cloruros, sodio o nitrato, es determinante para que la taza refleje un equilibrio de aromas y sabores, sin enmascararlos y permitiendo el desarrollo de una crema avellanada y consistente.

Por el contrario, un agua excesivamente pobre en cuanto a nivel de sales minerales, o agua proveniente de un aparato de ósmosis inversa, nos entregará siempre una taza de café de aspecto pobre, sin apenas aroma, con una crema muy tenue e inconsistente, y con un sabor amortecido.

(Pasa a la pág. 58)



(Viene de la pág. 57)

Si por el contrario, recibimos o creamos con el tratamiento, un agua excesivamente ácida, el resultado en taza será una potenciación de los parámetros ácidos del blend utilizado, llegando a ser el resultado en taza totalmente indeseable.

■ Pero el agua no sólo afecta al resultado en taza...

Efectivamente, el agua es el causante de más del 80% de las averías de las cafeteras y esto implica un coste muy elevado, tanto en tiempo como en servicio técnico.

El agua se puede dividir, en cuanto a su dureza, en dos categorías: aguas blandas y aguas duras.

Las aguas blandas (por debajo de 4°KH dureza de carbonatos) provocan una pobre consistencia de la taza de café y, en casos extremos y dependiendo de su composición, provocan corrosión en calderas, sondas y otros elementos.

Por su parte, las aguas duras (por encima de los 4°KH dureza de carbonatos) son responsables de la acumulación de incrustaciones de cal en las cafeteras, provocando el exceso de consumo eléctrico (hasta +40%), deficiente erogación del café, obturación de inyectores, conductos y duchas y, finalmente, la rotura o avería de la cafetera.

■ El agua, ese gran desconocido

Hasta ahora, desde el punto de vista del profesional de la hostelería, tratar el agua no era una decisión fácil. El primer escollo aparecía en el análisis de agua, normalmente inexistente. Pero, aún cuando se hiciese, la



valoración de la dureza del agua se realizaba en base a la dureza total en grados franceses (°Th ó °Fh). Esta medición nos da el nivel de alcalinidad del agua, principalmente el nivel de carbonatos y sulfatos, pero no indica, y en algunos casos difiere mucho, el nivel de generación de incrustaciones de cal del agua.

El segundo escollo nacía en la decisión sobre el filtro o tratamiento a aplicar. Normalmente, la decisión se basaba en la instalación de un descalcificador tradicional manual, en base a sodio (sal), de 5 u 8 litros

La decisión a priori parece económica, pero se ha de decidir cada cuánto tiempo se han de regenerar las resinas, cuánto tardan éstas en envejecerse y, finalmente, es necesario que alguien realice este proceso de regeneración.

Y la pregunta del millón es, ¿cada cuántos litros debo regenerar las resinas? ¿Cuántos litros ya han pasado por el filtro? ¿Sirve para algo?

■ El agua al servicio del café

Finalmente, y gracias al desarrollo de nuevas tecnologías, los profesionales de la hostelería y la restauración disponen de nue-

vos métodos de medición del agua con lectura precisa de su nivel de carbonatos, es decir, de su capacidad de generar incrustaciones de cal.

Pero además, disponen de nuevos sistemas de filtrado y tratamiento de agua con máquinas equipadas con un preciso control del volumen de agua consumido y del nivel restante hasta su punto total de consumo.

Estos equipos están dotados con un sistema de instalación y recambio simple, totalmente automático en su funcionamiento, sin necesidad de intervención de agua perfectos, dejando los niveles de sales minerales inalterados y eliminando los excesos de elementos perjudiciales tanto para la taza de café como para el buen funcionamiento de la máquina.

Con estos sistemas, en manos de profesionales, ahora sí que podemos decir que en cada situación utilizamos la mejor agua para obtener la mejor taza de café.

Por fin, el agua al servicio del café ●

*Por David Gasull (water + more)
Artículo publicado en Forum
Café. Revista del Forum Cultural
del Café (nº 27-Diciembre 2006)*

ENVIARÉ ANUNCIO
IMPULSA
CUANDO VENGA
LA REVISIÓN DE
LAS PRUEBAS



Los caramelos **Halls** rejuvenecen

Halls, el caramelo que suaviza la garganta, presentó el pasado mes de diciembre su nueva imagen con un diseño mucho más moderno y atractivo, y que se ha podido apreciar en los puntos de venta habituales.

La marca, una de las que lidera el mercado de caramelos balsámicos, pretende dinamizarse y atraer aún más la atención de los consumidores con este nuevo lanzamiento en todas sus variedades: eucalipto mentolado (con y sin azúcar), extra fuerte (sin azúcar), miel y limón (con azúcar), y fresa mentolada (sin azúcar).



El diseño del envoltorio aporta un guiño a la modernidad y a la frescura ya que presta especial atención a una de las características de Halls: la acción "vapor". Esta nueva creatividad combina el gris o blanco con los distintos colores según el sabor, por lo que se puede distinguir más fácilmente la variedad del producto y si es con o sin azúcar.

Asimismo, Halls (junto con Halls Vita-C), que ya cuenta con un 40,8% de cuota de mercado en valor en el segmento de los balsámicos, según los últimos datos de AC Nielsen (período Agosto-Septiembre'06, incluyendo canal farmacias), también es protagonista de un estudio elabo-

rado por IPSOS Research Company (Tracking Noviembre'06. Target 18-55 años).

Menta, el sabor predilecto

Uno de los datos del informe hace referencia a la frecuencia de consumo de caramelos balsámicos, mentolados o vitaminados: alrededor del 44% de los encuestados declara consumir como mínimo una vez a la semana este tipo de caramelos.

En cuanto al ranking de los sabores preferidos en este segmento de mercado. En primer lugar, y con bastante diferencia respecto al resto de sabores, la menta/clofílida es el sabor con mayor número de adeptos, con un 59%, seguido por los sabores miel con limón (27%) o Herbal (22%). En relación a los sabores que menos gustan, encontramos la cola como el menos consumido (1%); le sigue los sabores frutales (cereza, manzana, etc.) con un 2% y, en tercer lugar, el sabor café cierra este ranking de sabores menos preferidos con un 3% de consumidores.

Cabe destacar la tendencia actual al consumo de productos que ayudan a cuidar la lí-



nea, la salud bucal..., en definitiva, que aporten un valor añadido. En este caso, los caramelos sin azúcar aportan un valor extra para este tipo de consumidores y, por ello, un 58% de personas que consumen caramelos balsámicos los toman sin azúcar, frente al 18% que los toman con azúcar, o el 24% que toman ambos indistintamente.

De las motivaciones de los consumidores a la hora de comprar caramelos balsámicos, suavizar la garganta es la principal razón de consumo con un 50%. "Querer tener un aliento fresco" (12%) estaría en segundo lugar, y "por resfriados" el tercer argumento (11%).



De este apartado destaca un dato bastante peculiar, y es que un pequeño segmento afirma consumir caramelos balsámicos para distraerse, para "evadir el aburrimiento" o para "tener algo en la boca" •

Saeco presenta **Italian Time**

Una nueva gama con todo el auténtico estilo italiano

Italian Time es una gama completamente nueva de distribuidores automáticos, muy completa en términos de capacidad y dimensiones, con innovaciones en el diseño y en los productos, donde la tecnología está en completa armonía con el excelente diseño italiano.



Diamante Espresso/Instant

**Todo en uno: bebidas
calientes, snacks y refrescos**

Con un diseño moderno y elegante, el distribuidor automático DIAMANTE es un producto extremadamente innovador creado para responder las exigencias de todo tipo de emplazamientos.

Es un distribuidor automático realmente multiproducto, ya que integra, en menos de 1m² todos los servicios: café y bebidas calientes, bebidas frías y snacks.

Ideas con Pasión

 **Saeco**



celebra su 30 aniversario con una nueva imagen

La cineasta Isabel Coixet ha sido la encargada de reflejar la historia de esta emblemática marca con un nuevo spot

Tras tres décadas a sus espaldas, Huesitos sigue siendo el nexo de unión entre padres e hijos. Desde sus inicios, y a través de su recorrido publicitario, la enseña siempre ha querido destacar el lazo familiar y la complicidad entre padres e hijos



Cadbury ha decidido emprender un cambio estratégico para celebrar estos 30 años de Huesitos en el mercado. **"Hemos querido conmemorar este aniversario con un cambio importante de imagen y con un sinfín de novedades que van a sorprender en este 2007"**, explica Ignasi Ricou, consejero delegado de Cadbury para el Sur de Europa.



Asimismo, para poder reforzar esta nueva imagen, la firma ha ideado una nueva campaña publicitaria en la que se resalta la complicidad entre padres e hijos. Como parte de este cambio, Huesitos aparece con un nuevo diseño más moderno y atractivo en sus tres variedades –Huesitos Original,

Cereales y Leche–, en el que se da más dinamismo al envoltorio.

Nuevo spot

Bajo el lema *"Tantos guiños como quieras"*, y como muestra de la adaptación de Huesitos a los nuevos tiempos, pudo verse a finales del pasado mes de diciembre esta campaña publicitaria en las principales cadenas televisivas, producida y dirigida por la conocida directora de cine Isabel Coixet.

En el spot de Huesitos, rodado en la ciudad de Barcelona, la cineasta ha reflejado muy claramente, y a través de diferentes escenarios, esa "complicidad" simbolizada a través de un "guiño" entre padres e hijos que caracteriza la nueva etapa de Huesitos en las familias.

Coixet ha contado con el respaldo de la crítica en todas sus películas. Como muestra de ello, no hace falta más que echar la

mirada atrás. Su última película *"La vida secreta de las palabras"*, fue la gran vencedora de la XX Edición de los Premios Goya de 2006 por haberse llevado cuatro premios, entre ellos el de Mejor película y Mejor guión original. Su antecesora *"Mi Vida sin Mí"* también consiguió dos Goyas en la XVIII Edición de los premios que anualmente concede la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España. La directora cuenta además con una larga experiencia en spots publicitarios de grandes marcas con la colaboración, entre otros, de Leonor Watling y Manolo Escobar. En el año 2000 creó la productora Miss Wasabi Films desde donde ha realizado conocidos documentales y video clips de infinidad de músicos, entre los que destaca Alejandro Sanz.

Además, Isabel Coixet recibió el Premio Mujer Europea 2006 en reconocimiento a su labor. Este galardón lo concede la Unión de Mujeres, avalada por el Instituto de la mujer y el Parlamento Europeo ●

Historia de Huesitos

■ 1862. Francisco Hueso abre la empresa en una fábrica de harina

Los padres más jóvenes recordarán que *Huesitos* comenzó siendo "Ambrosias-Praline de chocolate" y que aquel gracioso personaje Huesitos era su ingeniosa y simpática mascota que lo anunciaba diciendo "ieso...eso...chocolates hueso!". La mascota consistía en un niño de piel negra que provenía de una tribu africana. Su cabello lo sujetaba un hueso y su indumentaria era un pantaloncito de piel de leopardo. En aquel entonces, la chocolatina pertenecía a la empresa Hueso, creada por Francisco Hueso, quien le había formado una importante reputación a la marca como chocolate de calidad.

■ 1900. La empresa es proveedora de la Casa Real

Seguidamente a su lanzamiento, el chocolate se convirtió para las madres en la merienda perfecta para los más pequeños, que en seguida lo apodaron como la alegre mascota africana. Los chocolates Hueso tuvieron tal aceptación que, incluso, formaron parte del Palacio Real, convirtiéndose en su suministrador oficial.

■ 1975. Nace Huesitos

El envoltorio de *Huesitos* comenzó reinando por su simplicidad, algo muy común de la época. El fondo era de color blanco, con una imagen del chocolate en el lado izquierdo y unas alegres letras saltantes que descifraban el nombre *Huesitos* en color rojo, dotándolo de carácter infantil. Más adelante, el fondo adquirió un modelo más retro, líneas gruesas en diagonal, alternando marrón y amarillo. En este modelo la imagen del chocolate se había eliminado por lo que se aprovechaba el espacio restante para aumentar el tamaño del nombre.

■ 1989. Cadbury Schweppes compra Chocolates Hueso

El lanzamiento de los *Huesitos* no fue sólo un éxito en España, su irresistible sabor también tuvo cabida en toda Europa, Oriente Medio y países como Chipre y Japón, todo un triunfo para aquella época. Tras el éxito obtenido con *Huesitos* y *Tokke*, la prestigiosa empresa de confitería Cadbury-Schweppes no pudo resistirse, y en 1994, 19 años después del nacimiento de *Huesitos*, la multinacional compra Hueso, S.A.



Visite nuestra WEB

www.mpress2000.com

Todo lo relacionado con el sector del vending. Novedades, Noticias, Ferias, etc.

MUNDO VENDING

Mundo Press 2000, S.L.

C/ Aragón, 63 - Entlo. 2ª • 08015 BARCELONA (ESPAÑA)

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

e-mail: m_vending@mpress2000.com

e-mail: mpress2000@mpress2000.com



AEDE firma un acuerdo con Kiosco 24

La Asociación de Editores de Diarios Españoles llega a un acuerdo de colaboración con Kiosco24 para potenciar la difusión de los diarios asociados

AEDE (Asociación de Editores de Diarios Españoles) firmó el pasado mes de diciembre un acuerdo con Kiosco24, dedicada en exclusiva a la comercialización de máquinas expendedoras de prensa y revistas a nivel mundial, para incrementar la difusión y venta de los diarios asociados. El compromiso llega tras la disminución en las ventas que sufren muchos de estos diarios y, según Kiosco24, este acuerdo va a suponer el acercamiento de las publicaciones al cliente,

algo necesario en el sector. AEDE gestionará las máquinas de Kiosco24 a través del canal tradicional de Editor, Distribuidor, y finalmente el quiosquero de la zona, que atenderá la máquina. Asimismo, la Asociación ubicará las máquinas en emplazamientos estratégicos en los que existe una gran afluencia de viandantes, tales como, centros comerciales, hospitales, estaciones de metro, supermercados, etc.

La Asociación de Editores de Diarios Españoles, constituida en 1978, nació con el objetivo de promocionar, representar y defender empresarial y profesionalmente a los editores de prensa diaria. La entidad desarrolla proyectos de apoyo a empresas, favorece la innovación

tecnológica y la aproximación científica al sector. El acuerdo con Kiosco24 supone la implicación y beneficio de toda la cadena, desde el Editor hasta el lector, siendo este último quien mayor beneficio tendrá puesto que dispondrá de su lectura allí donde se encuentre. Kiosco24 supone una forma eficaz, rentable y cómoda de venta de prensa, ya que las máquinas pueden instalarse fácilmente y tienen como consecuencia el aumento de ventas, ya que están disponibles las 24 horas. Según Rami Santamarina, directora comercial de Kiosco24: **"Estamos muy ilusionados con el proyecto porque supone contar con el apoyo de los Editores, algo de lo que hasta ahora no disponíamos"** ●

La prensa en Portugal

Kiosco24 obtuvo un gran éxito en su participación, el pasado mes de diciembre, en el Día Nacional de la Prensa Portuguesa. La empresa intervino en el evento con la conferencia a cargo de Jorge Fernández, presidente de Kiosco24, sobre los nuevos modelos de negocio en materia de distribución de prensa, y en la que se presentó Kiosco24 como un sistema único y revolucionario en este ámbito.

La participación de Kiosco24 en el Día de

la Prensa suscitó un gran interés por parte de editores de prensa portuguesa, así como de asociaciones de prensa de Portugal, que vieron en la empresa un modo útil y eficaz en la venta de prensa, y una opción de distribución para escapar de la caída en las ventas. Por otro lado, Jorge Fernández adelantó algunos de los proyectos en los que se halla inmersa la empresa gallega en Portugal.





Servicio integral de LOGÍSTICA especializada en VENDING

OFRECEMOS

- Almacenaje
- Transporte
- Distribución
- Conectividad a redes informáticas
- Formación
- Mantenimiento post-venta
- Reparaciones off-side

- Flexibilidad y mejora de costes



Servicio de CALIDAD

LOGISTICS QUALITY SERVICES, S.L.

C/ Llanos de Jerez, 9-11-13-15

28820 COSLADA (Madrid)

Tel.: 91 660 11 16 / Móvil: 608 26 49 28

Fax: 91 673 52 10

Pesona de contacto: **Gerardo Esteban**

www.lqs.es



El centro de convenciones de **IFEMA**, más internacional que nunca

El Centro de Convenciones de IFEMA superó en 2006 los 326 eventos –incluidos 8 congresos– que gestionó durante el pasado ejercicio. Asimismo, conviene destacar la creciente proyección exterior que va adquiriendo dicha gestión, ya que sólo el pasado verano se celebraron cinco congresos de carácter internacional.

Para 2007, ya se pueden anunciar algunos eventos importantes, entre los que cabe destacar el XXIV Congreso AMVAC; el Congreso de Seguridad contra Incendios SCI 2007; el Congreso Nacional de la Sociedad Española de Oncología Médica, y el Congreso Nacional de Otorrino-

laringología, y otros de carácter internacional: el Congreso Mundial de Electrónica y Comunicación; el Congreso sobre Energía, y el Congreso Mundial de Personas Sordas.

Para el desarrollo de toda esta actividad, paralela a los certámenes que organiza IFEMA, su Dirección de Convenciones cuenta con una amplia y moderna dotación de salas y diversos espacios polivalentes, distribuidos por todo el recinto ferial y sus diez pabellones, a los que pronto se sumarán dos nuevos, el 12 y el 14; así como con espacios áreas de aparcamiento y rápidos accesos y comunicaciones ●

Nuevo Centro de Convenciones **Gran Vía**

El pasado 29 de noviembre tuvo lugar la presentación del nuevo Centro de Convenciones Gran Vía –obra del arquitecto Toyo Ito–, en el pabellón nº 5 del recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona (esquina de la calle Foc con la calle Alumini).

Estas modernas instalaciones permiten la acogida de un mayor número de eventos simultáneos, o bien de una única convención con un gran volumen de participantes. El Centro, con cerca de 14.000 m² de superficie, destaca por su gran versatilidad



y puede utilizarse tanto como área expositiva como para celebrar congresos internacionales u organizar presentaciones de producto, jornadas y conferencias.

Gracias a paredes móviles, el espacio puede ajustarse a eventos de diferentes dimensiones se-

gún las necesidades del cliente, pudiendo acoger desde reuniones de 200 personas hasta convenciones con 5.600 participantes. El nuevo Centro de Convenciones cuenta además con la calidad de los servicios logísticos, tecnológicos y de restauración de Fira de Barcelona.

La entidad ferial barcelonesa acoge cada año más de 100 eventos entre congresos y convenciones, y en el conjunto de su actividad celebra cerca de 80 salones que aglutinan un total de 30.000 expositores y reciben 3,5 millones de visitantes ●



SALON HOSTELERIA & ALIMENTACION DEL ATLANTICO

HOTEL & CATERING BUSINESS AND FOOD ATLANTIC TRADE FAIR

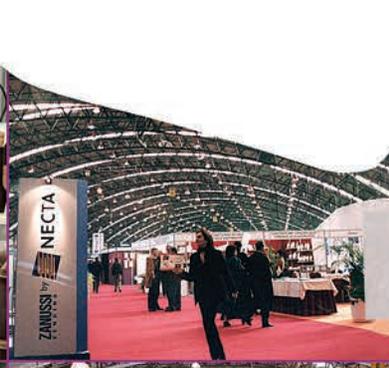
DEL 20 AL 22 DE MAYO FROM 20 TO 22 OF MAY VIGO 2007



IFEVI

INSTITUTO FIERAL DE VIGO

WWW.SALONSHA.COM



Organiza // Organizer:

GÁLATA
eventos profesionales

C/ Romil nº 46 - 2ªA - Esq. C/ Camelias - 36202 VIGO - España
Tel.: +34 986 223 308 - Fax: +34 986 221 408
galatlantic@galatlantic.com - www.galatlantic.com



Pareja en la Plaza de San Marcos

Una vez en la vida: el Carnaval de Venecia

Por primera vez en 200 años, La Fenice acoge el Gran Baile della Cavalchina

Carnavales hay muchos, y muy divertidos, pero ninguno tiene la exclusividad, la originalidad y el encanto del Carnevale veneciano. El Carnaval de Venecia, cuyos orígenes se remontan al siglo XI aunque se consolidaría en el XIII, tiene personalidad y magia propia y va más allá de la imagen de la nariguda máscara del doctor de la peste que abarrota los talleres de la ciudad y se desparrama por las calles

Una de las grandes novedades de la edición de 2007 es la celebración, por primera vez desde 1807 del *Gran Baile della Cavalchina* en el histórico Teatro de La Fenice, reabierto en 2004 tras el incendio. El 17 de febrero tendrá lugar el inusual acontecimiento, en una noche mágica, con música, bailes, actuaciones estelares y sorpresas con la diversión asegurada, en un marco incomparable. Los privilegiados asistentes disfrutará desde sus palcos del desfile y los bailes que se celebrarán en el patio de butacas, convertido en excepcional pista de baile, acompañados por la mismísima Orquesta del Teatro, con un repertorio de música clásica y moderna, que añade un toque aún más original a la ocasión. Naturalmente todos los asistentes irán vestidos con los tradicionales tra-

jes de época del siglo XVIII veneciano, como recién salidos de un cuadro del Canaletto o del Guardi. Para que nada falte, en la *Sala Apollinee*, en la que se exhiben los más bellos frescos de La Fenice, habrá un gran buffet durante toda la noche con manjares venecianos, atendido por uno de los mejores "obradores" de la ciudad.

Baile de Máscaras

La agencia especializada en viajes culturales Música Juntos (www.musicajuntos.com), socio colaborador del Teatro, dispone de limitadas invitaciones para este evento que nadie querría perderse, así como al Baile de Máscaras del Palazzo Pisani



Puente de Rialto

Moretta, y ha organizado un viaje de cinco días a Venecia con alojamiento en el Grand Hotel Bauer, en el Gran Canal, o el Gritti Palace de 5* Gl, en las acogedoras suites del Nuovo Palace Bonvecchati de 4* Sup., junto a la Plaza de San Marcos, y también en el mítico Danieli, frecuentado por Casanova.

El programa es del 14 al 18 de febrero (o 20 de febrero si se hace ampliación a las Villas de Palladio en el Veneto) e incluye vuelos directos desde Madrid o Barcelona a Venecia, traslados a los hoteles, reposada visita de la ciudad, sus monumentos, museos y exposiciones; cena de bienvenida en uno de los mejores restaurantes de Venecia; asistencia en el Teatro La Fenice a la ópera *La Vedova Scaltra*, de Ermanno Wolf-Ferrari, obra costumbrista de claro ambiente veneciano y asistencia (opcional) al Baile de Máscaras en el Palazzo Pisani Moretta (lo más cómodo es alquilar el disfraz en la antigua Bottega artesana del Hotel Bauer, donde también les maquillan, les encuentran la peluca que mejor

les sienta y les dejan ya listos para las noches de vino y rosas que esperan en Venecia).

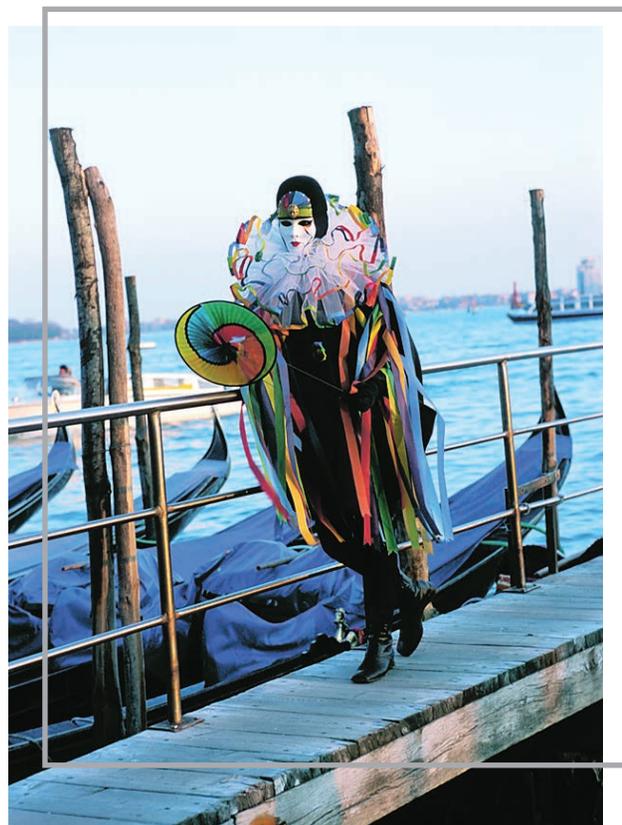
En esos días, Venecia es todo un hervidero de conciertos, desfiles de máscaras en las "calles", que así se llaman también en dialecto veneciano, por lo que es un espectáculo único el poder "deslizarse" entre puentes, callejuelas, iglesias y paseos en "vaporetto".

Opcionalmente se puede participar en la "sfilata", o desfile de góndolas engalanadas por la ciudad, o asistir a alguno de los conciertos previstos en iglesias o palacios o almorzar cual damas y caballeros del siglo XVIII en la bellísima Plaza San Marcos y tomar café en los históricos Café Florian o Quadri; algo para no perderselo.

El precio por persona de este exclusivo viaje, que debería hacerse una vez en la vida, y que se puede ir "construyendo" a la medida de los eventos a los que se quiera asistir es, para la "oferta-base", de 1.780 euros en habitación doble en hotel de 5 estrellas GL y de 1.650 euros en las suites super acogedoras del exclusivo Nuovo Palace Bonvecchati.

En el precio no se incluye la asistencia al *Baile della Cavalchina* en La Fenice al que hay que inscribirse ya, pues los organizadores han obtenido un número limitado de plazas para esa noche única ●

Texto facilitado por Open Comunicación



Motorreductores de arrastre

Para cumplir con las demandas de los clientes en motorreductores de arrastre, Buehler Motor, empresa representada en España por Anatron, S.A., anuncia su línea de motorreductores de arrastre 1.61.031. Con este nuevo tipo de transmisión, se consigue responder a una amplia variedad de requerimientos.

Los motores DC tienen un diámetro externo de 40 mm y han sido planificados para la instalación con supresión de interferencia. El encapsulado de transmisión consiste en un die de zinc y tiene una cubierta de acero con

protegido ante la corrosión. La caja de cambios se fija al motor mediante pantallas.

La combinación de metal para el arrastre y plástico para el motor de arrastre garantiza un trabajo particularmente silencioso. En las dos versiones, 12 y 24 V, la torsión promediada alcanza los 175 Ncm, dependiendo de las condiciones operativas. Además, con un ratio de engranaje de 52:1, se puede lograr una velocidad promediada de hasta 52 rpm y transmisiones estacionarias. También es posible encontrar modelos realizados en función de los requerimientos específicos del cliente.

Gracias a un rango de temperatura operativa de 0 a +70 °C, los motorreductores de arrastre está particularmente indicados para aplicaciones industriales estándares, así como en **máquinas vending**.

La transmisión se realiza a través de conexiones de carga, en las que varios conectores pueden ser dispuestos en bucle ●



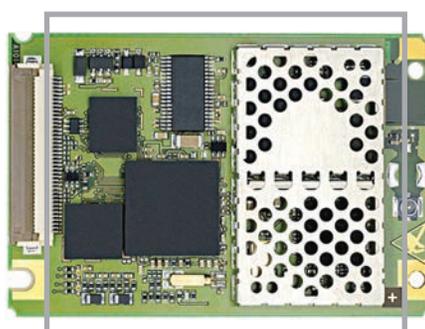
Módulo inalámbrico para integración en aplicaciones M2M

El MC39i, compatible con RoHS, ofrece conectividad GSM / GPRS

Siemens, empresa representada en España por Anatron, S.A., anuncia su módulo inalámbrico MC39i que, siendo más pequeño que una tarjeta de crédito, ofrece ratios de transmisión de datos GPRS Clase 10.

Este módulo es la solución ideal para integración en aplicaciones M2M, como sistemas de seguridad, gestión de flotas, medición y monitorización remota, **máquinas vending**, sistemas de tráfico, sanidad y otras muchas.

Gracias a las capacidades



GPRS de elevado rendimiento, el MC39i también está especialmente indicado para dispositivos móviles como teléfonos inteligentes y módems GSM.

Con tecnología *State of the Art* y compatibilidad con la normati-

va RoHS, el MC39i también soporta el *Packet Broadcast Control Channel* (PBCCH), que es un canal de doble señalización que mejora el rendimiento de transmisión en modo GPRS. El enlace entre el propio módulo y la aplicación se establece vía un conector ZIF.

El MC39i, que sólo mide 54.5 x 36 x 3.6 mm, también se caracteriza por banda dual GSM (900 / 1800 MHz) y bajo consumo de energía para crear numerosas oportunidades en muy diversos segmentos de negocio ●

EMPRESAS, ASOCIACIONES, ETC.

A CV (ASOCIACIÓN CATALANA DE VENDING)	pág. 38
ANATRONIC	pág. 70
AVEX.....	pág. 13

C ADBURY ESPAÑA	págs. 60/62
CIALDOS	pág. 34
COCA-COLA.....	pág. 8
CUNO (3M WATER FILTRATION)	pág. 6

E UROVENDING	pág. 10
EVA (ASOCIACIÓN EUROPEA DE VENDING)	pág. 54

F ERIA ANDALUZA DEL RECREATIVO	pág. 14
FER-INTERAZAR	pág. 15
FIRA DE BARCELONA.....	pág. 66
FORUM CULTURAL DEL CAFÉ	págs. 8/56

H OSTELEQUIP	pág. 16
---------------------------	---------

I FEMA	pág. 66
IMA	pág. 14
IMPULSA SOLUCIONES TECNOLÓGICAS	pág. 50

K IOSKO 24	pág. 64
KÖELNMESSE	pág. 26

M El	pág. 44
-------------------	---------

N AMA SPRING EXPO	pág. 15
NECTA	pág. 24
NESTLÉ	pág. 36

O PEN COMUNICACIÓN	pág. 68
---------------------------------	---------

R HEAVENDORS ESPAÑA	pág. 6
----------------------------------	--------

S AECO.....	pág. 46
SVG IBÉRICA	pág. 18

V ENDIN.....	pág. 32
---------------------	---------

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

rheavendors españa

Madrid: C/ Nóbél, 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



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



Necta Vending Solutions, S.L.

Avda. de Suiza, 11-13 / Pol. P.A.L.
28820 Coslada (Madrid)
Tfno.: 91 277 44 00

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

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

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

PARA MAYOR
INFORMACIÓN
TEL.: 93 226 50 33

Guía del proveedor

 **BRITA**[®]
Professional

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



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



**LOS CAFÉS
MALONGO,
S.L.**

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



BARCELONA:

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

MADRID:

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

SEVILLA:

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



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 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

Delegación para España

Kader Raiss

3M CUNO Filtration, 3M España, S.A.

Calle Provenza, 388 - 4ª Planta

08025 Barcelona, Spain

t: +34 208 12 30

f: +34 93 458 45 72

m: +34 609 98 49 20

e: kraiss@mmm.com

Central Europea

Martin Hawkes

3M CUNO Filtration

3M Centre, Cain Road

Bracknell RG12 8HT

e: mhawkes@mmm.com

www.cuno.com





a 3M company



SERVICIO Y MANTENIMIENTO



OFIBENDING

OFICINA CENTRAL BARCELONA:

C/ Técnica, 18-20 nave 5
08740 Sant Andreu de la Barca
Barcelona (Spain)

Tel.: (+34) 936 535 510 / Fax: (+34) 936 824 215

e-mail: ofibending@ofibending.com

**ESPACIO
RESERVADO
PARA USTED**

ANUNCIANTES

A&A BLUMED pág. 45

LQS pág. 65

BLENDER pág. 11

NECTA pág. 9
NESTLÉ Portada

CAFÈS CORNELLÀ pág. 55
CANALETAS pág. 29
CUNO (3M WATER FILTRATION) pág. 15

OFIBENDING pág. 33

EUROVENDING Contraportada

RHEAVENDORS pág. 7

FERIA ANDALUZA DEL RECREATIVO pág. 35

SAECO págs. 31/61
SANDENVENDO IBERIA pág. 43
SHA (SALÓN DE LA HOSTELERÍA Y
ALIMENTACIÓN) pág. 67
SISTEMAS DE VENTA Y CONTROL pág. 41
SOMAK pág. 37
SVG IBÉRICA pág. 23

HOSTELEQUIP pág. 22

TRATÉCNICA pág. 39

IMPULSA SOLUCIONES
TECNOLÓGICAS pág. 59

VENDIN pág. 49
VENDISER Interior portada/pág. 3

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@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:

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

LA MAYOR FERIA DEL VENDING EN ESPAÑA

24, 25 Y 26 DE MAYO DE 2007



ORGANIZA:



RECINTO FERIA L JUAN CARLOS I, PABELLÓN 7. IFEMA (MADRID)