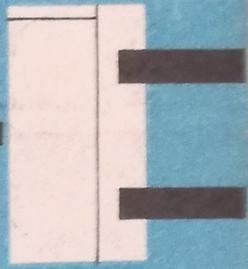


EL MUNDO DEL



AUTOMATICO



**EL
MERCADO
AMERICANO
DE
BEBIDAS
NO
ALCOHOLICAS**

Página 8

**AÑO III-N.17
ENERO 1963
BARCELONA**

**52 páginas
12' - ptas.**

INDUSTRIAS LAGUNA

Travesera de Las Cortés, 78 - Teléfono 239 22 85 - BARCELONA (14)



REPRESENTANTES

Zaragoza:

Mario Díaz Gallego
c/. Lahiguera, 25

Ricardo González
Comandante Santa Pau, 17

★

Madrid:

Fernando del Arco
Fundadores, 3

★

Palma de Mallorca:
Juan Pallarols Cuadros
San Magín, 151

★

Alicante:

Juan Coll Cladera
Pza. Navarro Rodrigo, 18

★

Sevilla:

Miguel Márquez Arujo
San Eloy, 49

★

Albacete:

Fernando Linares
Aurelio Cantero
S. Domingo de Guzmán, 13

★

Málaga:

Manuel Ruíz Durán
Paseo de la Salud, 12

★

Valencia:

Gabriel Cuevas Mejías
Pedro III el Grande, 19

★

La Coruña
Industrial Enrique Antolí
Paseo de la Ronda, 7-11

"EL MUNDO DEL AUTOMATICO"

C./ LIBERTAD, 28
TELEFONO 257 60 92
BARCELONA (12)
ESPAÑA

DIRECTOR
LUIS VILA CASAS

ADMINISTRADOR
JORGE BERA RODRIGUEZ

REDACTORES
JUAN BARRERA FERRER
LUIS G. TOMAS

SUSCRIPCION:

ESPAÑA

UN AÑO: 120'- PTAS.-
TRES AÑOS: 240'- PTAS.

EXTRANJERO

TRES AÑOS: U.S. 5'- \$

DEPOSITO LEGAL B.12.875-1961

IMPRESO EN

IMPRENTA TOMAS

C.C. BANCO IBERICO

P.º de Gracia, 82
BARCELONA (8)

SUMARIO

	Páginas
Editorial	4
Sección Legal	5
El mercado americano de bebidas no alcohólicas	8
El mundo del "millón"	17
Viaje a los Estados Unidos	18
Indice de anunciantes-Indice de Productos	19
Nuevos aparatos	20
Detrás de la escena y de cara al público.	21
El automático y la ley en los Estados Unidos.	24
!Difusión!	29
Cartas al Director	32
Novedades del Extranjero	35
Observando	39
Noticias de los Estados Unidos.	41
Cavan su propia tumba.	45
Agradecimiento	46
Bolsa del Automático	49
Anuncios por Palabras.	50

Editorial

En estos últimos meses hemos recibido varias cartas en las que los firmantes nos sugerían que no tratáramos el tema de los impuestos y de las obligaciones de los profesionales del automático para con la Administración.

En nuestra opinión no debemos seguir esta línea de conducta ni ignorar cuestión tan importante como ésta. Si bien son muchos los que conocen a la perfección las obligaciones que tienen por razón de su profesión, no es menos cierto que existe una cierta desorientación entre los profesionales del automático en lo que a este punto se refiere.

Creemos que es nuestra obligación el informar detalladamente y con claridad sobre todo lo referente a las relaciones entre el automático y la Administración. Debemos dar a conocer y recomendar el cumplimiento de todas las obligaciones. El que éstas se cumplan o no, es de la incumbencia de cada uno, pero no se nos puede exigir que silenciemos el tema.

Junto a estas cartas mencionadas, también muchos lectores se han dirigido a nuestra Redacción en busca de información sobre las obligaciones que tienen. Así pues, aparte nuestro deber de informar sobre cuanto al automático se refiere, nos mueve a continuar con nuestra sección legal un deber de cortesía hacia todos aquellos que deseando estar al corriente y conocer los derechos y obligaciones de su profesión se dirigen a nosotros para que los informemos.

No se crea, pues, que hacemos oídos sordos a las sugerencias de nuestros lectores, sino que no sería honrado por nuestra parte el prescindir de los principios que nos llevaron a editar la revista, por la opinión en contra de algunos, muy pocos, de los lectores.

En "Noticias del Extranjero" damos cuenta del reconocimiento oficial de la importancia de la profesión del automático en Bélgica. A este respecto y habida cuenta de que uno de los fines que creemos debe lograr la profesión es la de asociarse para defender los intereses comunes, instamos una vez más a que nos sean enviados los datos necesarios para la confección del Censo del Automático, obra de verdadera utilidad para todos los profesionales. Quisiéramos haberlo terminado en marzo del presente año para publicarlo en el mes de abril. Ello únicamente lo pueden hacer posible los lectores de nuestra revista y creemos que lo lograremos.

Desde esta página queremos hacer constar la buena acogida que parte de la prensa nacional ha obtenido la convocatoria del concurso periodístico. Son muchos los periodistas que se interesan por el mismo y nos escriben o visitan en busca de información sobre nuestra profesión. La impresión general de las cartas recibidas es la de que el mundo del automático es un tema que apasiona a muchos pero que por la poca, por no decir inexistente, información que existe no es posible escribir sobre el tema con un mínimo de garantía. Ello prueba y afirma la necesidad u obligación que tenemos de cuidar las relaciones con el público en general que constituye en último término el verdadero mantenedor de la profesión y a quien ésta se dirige. No creemos pecar de excesivamente optimistas al creer que el concurso constituirá un verdadero éxito y podremos dar a conocer a toda España la realidad y las posibilidades del automático.

La Redacción

apartado legal

Como debe tributar, por Licencia Fiscal del Impuesto Industrial, la explotación de aparatos automáticos accionados por monedas, llevada a cabo por unas empresas en los locales de otros (salones, bares, cafeterías, etc.).

Se trata aquí de una situación muy extendida realmente. Unas empresas, propietarias de determinado número de aparatos automáticos accionados por monedas, generalmente de diversión, de los llamados "millones" o "billares electrónicos", o tocadiscos automáticos, instalan en locales ajenos (normalmente en bares y cafeterías o establecimientos análogos) tales aparatos, para su funcionamiento en ellos mediante —como contrapartida— un porcentaje de las recaudaciones efectuadas.

Lo cierto es que, salvo un pequeño número de aparatos que son propiedad directa del dueño del establecimiento en que se hallan instalados, y salvo también algún caso especial que pueda apartarse de ella, la mayor parte de los aparatos automáticos de diversión instalados actualmente, lo están en la situación antes indicada.

Ello crea un problema evidente ante la sujeción tributaria al impuesto Industrial de dichos aparatos. Y el problema aparece planteado, en principio, por el hecho de ser confusa la propia intervención de los interesados en las diferentes actividades que deben ser sujetas al impuesto.

Otro problema resulta de la propia materia del impuesto, constituida por los aparatos automáticos. Así, la explotación directa, por el propietario, de di-

chos aparatos de diversión, puede caber en cualquiera de los siguientes epígrafes impositivos:

9.854 f) "Juegos de billar, ping-pong, trucos y otros análogos, sea cualquiera el local en que se hallen establecidos".

9.854 i) "Juegos de billar romano, de los llamados "futbolines" y demás que se les asemejen".

9.855 f) "Dinamómetros para medir la fuerza de presión, tracción, torsión, etc., aparatos automáticos de vistas y audiciones y otros que se les asemejen, aunque todos estos aparatos se hallen instalados en forma permanente".

El parecer del que esto escribe es que los "millones", o "billares electrónicos" que, como todos saben, también son llamados "futbolines" o "futbolines electrónicos", y de disposición y sistema de juego muy semejantes al "billar romano" pueden integrarse exactamente en el epígrafe 9.854 i), con el sistema análogo en el mismo precisado, y deberán satisfacer anualmente, por ello, una cuota al tesoro irreducible de 280 ptas. por cada mesa o juego.

En cuanto a los tocadiscos automáticos accionados por monedas, son ciertamente los "aparatos automáticos de audiciones" que somete a tributación el epígrafe 9.855 f) y satisfarán por ello anualmente una cuota de patente, por cada aparato, de 240 pesetas.

Lo anterior en el caso de que el propietario del establecimiento en que se halle instalado el aparato, sea también dueño del mismo. Pero la situación tri-

(Finaliza en la página 48)

No deje escapar unos beneficios...



y que sus clientes
vayan a otros establecimientos
a distraer los
ratos libres.

Reténgalos con nuestro
aparato electrónico "**BOMBERS**"

Fabricado por
y con la garantía de

amusa

APARATOS MUSICALES

amusa

Fabricación de
toda clase
de juegos recreativos
y aparatos automáticos,
electroautomáticos
y electrónicos.

**Nuestros aparatos
son una fuente de
saneados beneficios.**

FACILIDADES DE PAGO

VALDERRIBAS, 73
Teléf. 251 58 07 (Centralita)
MADRID - 7



AUTOMATICOS. S.A.

IVOS
áticos,
S



PAGO

tralita)

ATICOS. S.A.

El Mercado Americano de bebidas no alcohólicas

La venta automática de bebidas no alcohólicas en vasos de papel, botellas y —lo más reciente— en latas, representó 17 centavos por cada dólar de venta total obtenido por esta industria durante el año 1960.

El volumen anual en dólares conseguido por la venta de bebidas no alcohólicas sólo fue sobrepasado por los cigarrillos, los cuales se venden desde luego a un precio mucho más elevado por unidad.

Las líneas que siguen, hacen resaltar algunos hechos importantes de este mercado, ya perfectamente establecido, pero que continúa expansionándose.

Las bebidas no alcohólicas se transformaron en un factor importante a mediados de los años 30, cuando la compañía Coca-Cola empezó a cubrir a los EE. UU. con una red de sus “grandes refrigeradores encarnados”, y cuando las primeras máquinas autónomas de venta de bebidas en vasos se introdujeron en Chicago en 1934.

Los perfeccionamientos en las máquinas vendedoras de bebidas no alcohólicas tanto en vasos como embotelladas, iniciados a mediados de los años treinta, son demasiado numerosos para hacer aquí una crónica detallada de ellos. Las máquinas de botellas y vasos fueron diseñadas en sus orígenes para vender una sola clase de bebida, y permanecieron así estancadas durante mucho tiempo, hasta el año 1946, cuando por vez primera la mayoría de las máquinas vendedoras de refrescos empezaron a ofrecer un surtido de varios sabores diferentes. Más adelante, las máquinas de surtidos múltiples trazaron nuevos derroteros dentro de la variedad del sabor único, en cuanto a bebidas embotelladas.

Las máquinas vendedoras de productos premezclados han pasado a través de un ciclo interesante. Empezaron ya a salir tiempo atrás, allá por los años treinta, pero no lograron introducirse entonces. Veinte años más tarde, con el fuerte apoyo de los embotelladores de Coca-Cola, las máquinas de premezclado empezaron a llegar al mercado en cantidades importantes.

Especialmente en la última década, se han hecho grandes progresos en máquinas vendedoras de bebidas no alcohólicas en lo que se refiere a su seguridad de funcionamiento. También se han logrado grandes adelantos con respecto a su atractivo comercial: Las cajas sencillas de acero, sin inspiración llamativa, dieron paso a tableros de plástico iluminados, en colores, diseñados para atraer la vista y fomentar los impulsos de compra.

En la actualidad, todo el negocio de bebidas no alcohólicas servidas en vasos está experimentando una nueva euforia, debido a la introducción de aparatos que fabrican su hielo propio, una característica iniciada por la empresa Apco. Inc., y que ahora es ofrecida por todos los fabricantes importantes de equipos para la venta automática de bebidas post-y premezcladas.

La creación de la máquina vendedora de surtidos múltiples de bebidas frías servidas en vasos, tuvo un notable efecto sobre el volumen total de bebidas no alcohólicas vendidas a través de máquinas. Debido a que representa una inversión mucho más crecida, tanto en lo que se refiere al coste inicial como al servicio y la

conservación, la máquina vendedora de bebidas en vasos debe colocarse en sitios donde se vende un gran volumen de bebidas.

Por este motivo, las ventas efectuadas a través de máquinas de bebidas en vasos representaron en 1960 un tercio de todas las bebidas no alcohólicas vendidas, a pesar de que las máquinas vendedoras de botellas sobrepasan a las vendedoras de vasos en la relación de casi 9 a 1.

A finales de 1960, funcionaban 825.000 máquinas vendedoras de bebidas no alcohólicas embotelladas. Estas máquinas vendían un promedio de 135 bebidas semanales por máquina, o cinco mil millones y medio de botellas en todo el año.

En comparación, se encontraban funcionando 122.300 máquinas vendedoras de bebidas no alcohólicas en vasos a finales de dicho año (esto incluye tanto a las de post como de premezcla), que vendían un promedio de 340 bebidas semanales por máquina, o 2, 2 mil millones de vasos por año.

El incremento de los costes del negocio es la causa de que la bebida no alcohólica, que valía solo cinco centavos, vaya siendo desplazada, tanto de las máquinas vendedoras de botellas, como de las de vasos, principalmente de estas últimas. Aproximadamente nueve de cada 10 compañías explotadoras comunicaron en 1960 que algunos de sus aparatos vendedores de vasos habían sido modificados con el fin de poder efectuar ventas a diez centavos. Cinco años atrás, solo seis de cada 10 compañías explotadoras tenían algunas de sus máquinas preparadas para la venta al precio de 10 centavos.

Durante 1960, la venta automática de bebidas no alcohólicas en vasos se elevó a la cifra de 132.338.000 dólares, mientras que la venta automática de las mismas en botellas ascendió a 306.281.000 dólares.

La tendencia dirigida hacia la venta automática en fábricas, oficinas, escuelas y hospitales de toda la nación, abrió nuevos y extensos mercados para las máquinas vendedoras de bebidas no alcohólicas, que en sus orígenes habían estado instaladas en postes de gasolina, terminales de transportes y teatros.

Una máquina vendedora de bebidas no alcohólicas es desde luego una parte integrante de cualquier instalación en batería o en serie de máquinas vendedoras, incluyendo las instalaciones diseñadas para suministrar un servicio completo de comidas.

El crecimiento y la expansión de la venta automática de bebidas no alcohólicas desarrolló en la última década un ímpetu notable enfrente al incremento de la competencia, tanto en relación al volumen de dólares de las compañías explotadoras como por lo que se refiere a los consumidores.

En los lugares donde anteriormente las bebidas no alcohólicas eran las únicas que estaban automáticamente disponibles durante las veinticuatro horas del día, ahora se venden por medio de máquinas automáticas tanto café caliente, como té y chocolate caliente, leche y jugos de frutas. Así y todo, tanto las ventas de las máquinas expendedoras de bebidas no alcohólicas en botellas como en vasos —y la venta de los productos servidos por estas máquinas— han ido aumentando de una forma rápida y constante.

Las tablas que siguen a continuación, contienen algunas interesantes comparaciones, que abarcan un período de cinco años, sobre el uso de los nombres de marcas en los jarabes de las máquinas vendedoras de vasos (sobre la tendencia de los precios en la venta automática) y las ventas automáticas totales de bebidas no

CHOCOLATES ELGORRIAGA

==== S. A. =====

FUNDADA EN 1700

IRUN

*Los "CHIQUIS" de esta casa se
venden a través de los distribuidores
automáticos "VENTAMATIC"*

alcohólicas en el mercado, que se elevaron de un volumen anual de 4 mil millones de bebidas en 1949 a más de 7 mil millones el año pasado.

SE PREFIEREN NOMBRES DE MARCAS EN LA VENTA AUTOMÁTICA DE BEBIDAS EN VASOS

Los jarabes de marca anunciados en todo el ámbito de la nación son los preferidos por la mayoría de los explotadores de máquinas vendedoras de bebidas en vasos, en contraposición con los jarabes carentes de marca, fabricados por las compañías explotadoras en sus propias instalaciones. He aquí un detalle comparativo que abarca un período de cinco años y que muestra la proporción de las compañías que preparan algunos jarabes propios con las que no lo hacen:

	Explotadores que se preparan algún jarabe	Explotadores que no lo hacen
1960	14 %	86 %
1959	18 %	82 %
1958	21 %	79 %
1957	28 %	72 %
1956	25 %	75 %

Fuente: Datos facilitados por las compañías explotadoras a través del Censo Anual de Venta Automática de "VEND".

UN INCREMENTO EXTRAORDINARIO

En 1949, la venta automática de bebidas no alcohólicas alcanzó la cifra de 4.090.000.000 por año *

27, 5 bebidas no alcohólicas vendidas por habitante.

En 1958, la venta automática de bebidas no alcohólicas alcanzó la cifra de 6.226.000.000 por año

35, 1 bebidas no alcohólicas por habitante.

En 1960, la venta automática de bebidas no alcohólicas alcanzó la cifra de 7.768.750.000 por año

43, 0 bebidas no alcohólicas por habitante.

Un incremento del 89 % de 1949 a 1960

* incluye la venta automática de bebidas embotelladas y en vasos

Fuente: Censo Anual de Venta Automática realizado por "VEND"; datos sobre la población facilitados por el Instituto de Estadística.

EL MERCADO DE PRODUCTOS LÁCTEOS

Durante más de una década, la venta automática de productos Lácteos ha ido teniendo un constante índice de crecimiento. A pesar de que la venta automática de leche y helados tuvo su origen en los años que precedieron a la segunda Guerra Mundial, el auténtico ímpetu para productos lácteos se efectuó a finales de los años

cuarenta y cincuenta, cuando las máquinas vendedoras efectuaron una penetración a fondo en el mercado industrial e institucional.

La tendencia de instalar máquinas vendedoras en batería, a base de equipos que suministran un servicio completo de comidas, o como complemento del servicio manual, dieron al negocio de la venta automática de productos lácteos un fomento adicional de expansión.

¿Qué importancia tiene el sector de productos lácteos dentro de la industria de máquinas vendedoras? ¿Cómo han colaborado recíprocamente en la unión de sus intereses los lecheros y la venta automática a montar esta fase de la industria?

Las respuestas a estas preguntas y de muchas otras las encontrará el lector en las líneas que siguen, facilitadas por el servicio informativo de "VEND".

LOS ENVASES DE UN CUARTO DE LITRO SON LOS MAS POPULARES EN LA VENTA AUTOMATICA

El envase de un cuarto de litro, casi invariablemente fabricado a base de papel, es el envoltorio de leche más frecuentemente usado en la venta automática. A continuación se indica en porcentajes el número de compañías explotadoras que utilizan en la venta automática los envases que se relacionan. El total pasa del 100 % porque algunos explotadores venden envases de varios tamaños.

	1/4 de litro	1/3 de litro	1/2 litro
1960	71 %	14 %	14 %
1959	63 %	19 %	15 %
1958	63 %	17 %	16 %
1957	68 %	15 %	14 %
1956	64 %	20 %	20 %

En la presente relación no se han tenido en cuenta otros tamaños de envases.

LAS COMPAÑIAS EXPLOTADORAS VENDEN CADA VEZ MAS LECHE PROPIA

Un número cada vez más importante de compañías explotadoras suministra leche propia a sus máquinas vendedoras. Cada año se efectúa una encuesta entre las compañías explotadoras que poseen máquinas vendedoras de leche, para saber si los repartidores de sus granjas proveedoras son los que llevan la leche a la máquina.

¿SUMINISTRAN LOS REPARTIDORES DE SUS GRANJAS PROVEEDORAS DIRECTAMENTE LA LECHE A LAS MAQUINAS?

	Sí	No
1960	55 %	45 %
1959	56 %	44 %
1958	61 %	39 %
1957	61 %	39 %
1956	72 %	28 %

El mercado de lo que puede llevarse a casa

A pesar de que no se encuentran disponibles cifras y datos fidedignos sobre el mercado norteamericano de la venta automática de leche al aire libre, esta fase de la venta automática de productos lácteos, ha ido expansionándose a un ritmo regular durante los últimos años.

Los puestos de venta automática de leche al aire libre, en las calles de las ciudades y en las carreteras con mucho tráfico fuera de los límites de las poblaciones representan una realidad conocida y esperada en muchas zonas del país. Sólo se pueden hacer conjeturas sobre el número de máquinas existentes, pero el servicio que prestan al público (y a las granjas) es un hecho evidente.

La venta automática ofrece la ventaja de que se puede comprar leche de las máquinas en cualquier momento del día y de la noche, durante todos los siete días de la semana, y las máquinas nunca cierran por vacaciones.

Aunque en este momento no existen datos precisos sobre los puestos de venta automática de leche al aire libre, las experiencias de las compañías que han entrado en este mercado facilitan algunas sencillas reglas, indican algunos problemas que hay que solucionar y muestran el potencial existente.

El problema más fundamental de la venta automática de leche al aire libre es determinar los emplazamientos más idóneos. La principal llave del éxito es encontrar el lugar adecuado para establecer el puesto de venta automática de leche, el sitio en donde las ventas justifiquen su existencia.

Ya sin decir que, para tener éxito, una máquina vendedora de leche debe ser fácilmente accesible. Tiene que tener mucho espacio para aparcar en su derredor, cierta densidad de población en la zona donde está enclavada y un tráfico relativamente crecido por la calle o carretera que pasa al lado del lugar donde se encuentra emplazada la máquina.

Muchos investigadores de la industria granjera han llegado a la conclusión que los lugares más prácticos para instalar máquinas vendedoras de leche son los sectores de población con ingresos más bien bajos — en donde la mayoría de los vecinos no sean clientes de entrega a domicilio.

La entrega a domicilio generalmente implica un concepto de crédito aceptable — un factor que no es necesario tener en cuenta en las ventas al contado de la industria automática.

En los lugares donde la entrega a domicilio es un factor importante en la venta de leche, la mayor parte de este artículo se vende a las amas de casa de la vecindad sobre la base de un día para otro, dedicándose a su venta los establecimientos de comestibles y ultramarinos. En estas zonas, según indican las investigaciones efectuadas, los puestos de venta automática al aire libre pueden conseguir un buen negocio.

En un vecindario compuesto de una población con ingresos bajos, la máquina vendedora puede ser así la fuente principal para la adquisición de leche.

En otras vecindades, y en los suburbios de las grandes ciudades, parece ser que los puestos de venta automática de leche consiguen la mayor parte del negocio a causa de su conveniencia y disponibilidad, es decir, que están “abiertos al público” durante las veinticuatro horas del día.

AUTOBOL

JUEGO NACIONAL DE TALLA INTERNACIONAL



- ✧ Mínimas averías
- ✧ Duración del juego regulable
- ✧ Monedero con seleccionador
- ✧ Juego sencillo y emocionante que elimina tiempos muertos
- ✧ La velocidad a su alcance (No precisa carnet de conducir)

Fabricado por Inter-Automatic
San Ant.º M.º Claret, 17 - BARCELONA (9)

Ventas AUTOMATIC S. A.
Av. Rep. Argentina, 30 - BARCELONA (6)

La firma Land O'Lakes Creameries —una predecesora en la venta automática de leche al aire libre— cree que debe haber una población mínima de 4.000 almas dentro del radio de una milla alrededor de la máquina. La gran granja de Minnesota es de la opinión que la densidad de la población circundante es mucho más importante que la densidad del tráfico que pasa al lado del lugar del emplazamiento, ya que las ventas a los que están de paso son de poca importancia para el explotador de máquinas vendedoras de leche al aire libre.

Después de haber determinado el lugar debido para la máquina, la compañía Land O'Lakes encontró que sus mayores dificultades estribaban en que los clientes carecían del cambio necesario para efectuar compras en la máquina.

Por este motivo, muchísimas máquinas de este tipo están emplazadas al lado de las entradas y salidas de estaciones de servicio —las que tienen servicio permanente son especialmente buenas— en donde el personal está a mano para cambiar dinero de papel en monedas.

Las máquinas cambiadoras, que convierten dinero de papel en monedas metálicas, son todavía una innovación demasiado reciente para juzgar su practicabilidad en relación a las máquinas vendedoras de leche al aire libre. Es muy probable que el gasto que representan las máquinas cambiadoras es —por lo menos por el momento— demasiado elevado para ser utilizadas conjuntamente con una sola máquina vendedora de leche. Cuando llegue el día en que las estaciones de servicio y otras instalaciones que se encuentran al lado de las calles y carreteras sostengan tiendas automáticas de especialidades comestibles, abiertas también durante la noche, las máquinas cambiadoras de billetes —debidamente protegidas contra robo— podrán aplicarse extensamente.

La importancia del cambio puede verse por el hecho facilitado por portavoces de la empresa Land O'Lakes: Más del 50 % de los clientes de las máquinas vendedoras de la compañía se acercaban a ellas con cambio insuficiente o una clase de cambio equivocada. Pero cuando la máquina se encontraba cerca de una estación de servicio, muchos posibles clientes, que carecían del cambio exacto requerido, lo solicitaban allí y podían efectuar su compra. En los casos en que no era posible obtener el cambio conveniente, las máquinas emplazadas al aire libre perdían la mitad de las ventas posibles.

Se han podido determinar, por medio de casos aislados, algunas pautas que van siguiendo los clientes con respecto a las horas del día en que los puestos vendedores de leche efectúan la mayor parte de sus ventas. La compañía Land O'Lakes encontró, por ejemplo, que la mayoría de sus ventas en días laborables se efectuaban entre las 4 y las 6 de la tarde. Pero la mayor parte del volumen de ventas se realizaba los sábados y domingos.

Steward Johnson, en un informe ante la convención anual de la Milk Industry Foundation, dijo que un estudio realizado por él sobre la venta automática de leche al aire libre indicaba que 6 de cada 10 ventas se efectuaban durante el período que empezaba los sábados por la mañana y terminaba los domingos a medianoche.

Otro estudio realizado con respecto a la venta automática de leche al aire libre en New Jersey —llevado a cabo por la New Jersey Agricultural Experiment Station— demostró que las estaciones del año repercuten en las ventas de las máquinas vendedoras de leche. Este centro experimental encontró que el mejor mes para las ventas

era agosto, durante el cual las máquinas objeto del estudio lograron promedios de venta de 38 litros diarios. El mes más bajo desde el punto de vista de las ventas fue febrero, con solo 21 litros por día.

Unos estudios realizados a su vez en otros lugares confirman que la máquina vendedora de leche situada al aire libre obtiene sus mayores ventas en julio y agosto y las mínimas se llevan a cabo en febrero.

Todavía falta mucho que hacer para convencer tanto a las granjas como a los distribuidores de sus productos, que realizan la venta al por menor, que las ventas de leche situadas al aire libre —simplemente por el hecho de representar un servicio conveniente para los clientes— son un valioso y quizás vital elemento para incrementar el consumo de leche.

Sin embargo, se han colocado ya los fundamentos para un importante volumen de ventas automáticas de leche, y el futuro de esta fase de la industria vendedora parece por lo tanto asegurado.

COMO COOPERAN LAS GRANJAS Y LAS COMPAÑIAS EXPLOTADORAS

Las máquinas vendedoras de leche y helados pertenecen y son explotadas en su mayor parte por compañías explotadoras cuyo objetivo principal es la venta automática. Pero las granjas y los fabricantes de helados estimularon el crecimiento de la venta automática de productos de granja mediante su ayuda financiera en la compra de material de equipo. Cinco años atrás, el 35 % de las compañías explotadoras poseedoras de máquinas vendedoras de leche, y el 32 % de las que tenían máquinas vendedoras de helados, dijeron que sus proveedores les habían ayudado a comprar el equipo. A medida que el mercado fue creciendo, la financiación por parte de las granjas disminuyó, tal como era de esperar.

COMPAÑIAS OPERADORAS CUYOS PROVEEDORES LES AYUDABAN A FINANCIAR NUEVOS EQUIPOS

	Leche		Helados	
	Sí	No	Sí	No
1960	15 %	85 %	sin datos	sin datos
1959	21 %	79 %	20 %	80 %
1958	25 %	75 %	22 %	78 %
1957	33 %	67 %	26 %	75 %
1956	35 %	65 %	32 %	68 %

Fuente: Datos facilitados por las compañías explotadoras en el Censo Anual de Venta Automática de "VEND".

EL MUNDO DEL MILLON

por SEMPRONIO

Artículo aparecido en la sección "Las cosas como son" del
Diario de Barcelona, el día 16 de enero de 1963

¿Dónde va la juventud?, fue moda preguntar en cierta época. Recuerdo varias encuestas que no pusieron nada en claro. En cambio, hoy sé yo muy bien adónde va un sector de la adolescencia: al Salón Deportivo.

Quien dice al Salón Deportivo, dice a uno de esos bares con billar automático.

—Y no solamente los adolescentes, sino también los jóvenes —tiene interés en precisar el dueño de un bar de la parte alta de la calle de Balmes.

En su establecimiento hay un modernísimo y complicado "pin-ball" importado de América.

—Incluso ingenieros y matemáticos vienen a jugar — asegura el hombre.

Los explotadores de "pin-ball" tienen calculado que donde rinden más es en las proximidades de las escuelas. Quizá el más productivo de Barcelona se encuentra en la vecindad del Colegio Mayor Monterols.

—Ahora bien, con semejante clientela, es indispensable que los aparatos no sean sencillos —me cuentan—. La facilidad, en lugar de estimular, descorazona a los jugadores.

Así he entrado en contacto con este mundo nuevo de los juegos automáticos, que ha florecido en innumerables locales, en el centro y en los extremos, rotulados Salones Deportivos.

Suelen ser unas tiendas desmanteladas e ingratas. Pero las risas y las voces juveniles los transforman en paraísos de la ilusión. Además si las paredes

son desnudas y míseras, en cambio los aparatos tienen unos frontis deslumbrantes de luces y de dibujo. En los cristales aparecen pintados paisajes tropicales de vivos colores, con "cow-boys", vaqueros y mujeres someramente vestidas. Cada billar automático ostenta su título: "Arizona", "Gran Avenida", "Tropical", "Texas", "Super Circo", etcétera.

Por lo que afecta al nombre genérico conviene aclaraciones. A estos artefactos los chicos los llaman "millones", basándose en que se deben de totalizar un millón de puntos para ganar la partida. No obstante, dentro de los "millones" se encuentran billares cuya meta son el millón y medio o los dos millones.

"Pin-balls", repito, los designan sus fabricantes. Yo, profano, los he llamado "tragaperras", incurriendo en el ríspice de los industriales.

—¡Es una palabra nefanda! — afirman.

Se me explica que internacionalmente "tragaperras" son las máquinas que devuelven monedas como premio. Conocieron su época dorada en América durante la ley seca, explotadas por pandillas de "gangsters". Ahora están prohibidas en la mayoría de los Estados de la Unión y en casi todos los países del mundo.

Los "pin-balls" o "millones" constituyen un pasatiempo honesto, pues por todo premio regalan otra partida. No brindan posibilidades de lucro al jugador.

—Son un deporte — afirman quienes comercian con ellas.

Desde el punto de vista del desinterés, sí. Ahora, tocante a ejercicio físico, son un deporte relativo. Claro que están dentro de la línea del billar y del juego de ajedrez, considerados asimismo deportes...

Por lo general, los billares automáticos pertenecen a empresas distribuidoras, que los instalan al tanto por ciento (un treinta) en bares y salones. Tenerlos en propiedad sería un mal asunto para el explotador, pues la clientela se fatiga y exige cambio de aparatos. Mientras, el distribuidor los retira de un establecimiento y los traslada a otro.

—En América, cada cinco semanas surge un modelo nuevo —me explica un distribuidor que ha viajado por todo el mundo en busca de novedades.

En España no los gastamos con tanta rapidez. Y antes un modelo de “pinball” no se retira definitivamente de la circulación, se arrastra por todos los suburbios y por todos los pueblos.

Los billares automáticos no son sino una faceta del negocio de fabricantes y distribuidores, a cuyos dominios perte-

nece también otra extensa serie de artefactos: tocadiscos, distribuidores de bebidas y de alimentos, y de golosinas, distribuidores de sellos y de billetes de ferrocarril, vendedores automáticos, grabadores de discos e incluso fotomatones. Todo a base de depositar una moneda y servirse uno mismo. Supresión absoluta de dependencia.

—Contrariamente a lo que la gente supone, el papel moneda es mucho más favorable que la moneda metálica para la industria del automático —me enteró un fabricante—. En Estados Unidos la mayor parte de aparatos se ponen en movimiento echándoles billetes de banco, que son registrados por una célula fotoeléctrica. .

Por ahora en España, el negocio del “millón” se basa en las “rubias”. Una partida cuesta dos pesetas. Tres partidas, cinco pesetas.

Los chicos, en los salones, para jugar con mayor comodidad, depositan sobre el cristal del aparato libros de texto y cuadernos. Y al diestro en conquistar puntos, le dicen sus compañeros:

—Eres un león.

Viaje a los Estados Unidos

Con ocasión de celebrarse el próximo otoño la convención anual de la N. A. M. A., en los Estados Unidos, la Redacción piensa organizar un viaje colectivo a aquel país, a fin de conocer de cerca el automático en los Estados Unidos.

Todas las personas interesadas en dicho viaje pueden dirigirse a nuestras oficinas para ampliar información.

Este viaje únicamente será posible si se consigue formar un grupo de 25 personas para poder obtener los descuentos oportunos.

Agradeceremos que se nos indique la cantidad que cada uno de los interesados está dispuesto a desembolsar, a fin de ajustar el presupuesto convenientemente.

Mantendremos informados a nuestros lectores sobre la marcha de este asunto.

Indice de Anunciantes

	Páginas
1 - AMUSA	6-7
2 - Automatic, S. A.	28-36-47
3 - Automáticos C. M. C.	50
4 - Azkoyen	47
5 - Chocolates Elgorriaga.	10
6 - Duglas	40
7 - EXMASA	37-39
8 - F. A. E. R., S. L.	51
9 - G. E. D. A., S. A.	52
10 - Industrias Laguna	2
11 - Inter-Automatic	14
12 - PETACO, S. A.	26-27
13 - Robert Jubal	25
14 - Talleres STUAR.	38

Indice de productos

	Páginas
Pin-Ball	2-6-7-14-26-38-50-51
Distribuidores	25-47
Tocadiscos	27-52
Varios.	10-40

Recorte el presente cupón y remítalo a

“El Mundo del Automático” Libertad, 28 - Barcelona (12)

Enero 1963 - n.º 17

1 5 10
2 6 11
3 7 12
4 8 13
9 14

Sírvanse indicar a los anunciantes cuyo número señalamos con un círculo, nos envíen detalles técnicos y precios de los productos que anuncian en las páginas de “El Mundo del Automático”.

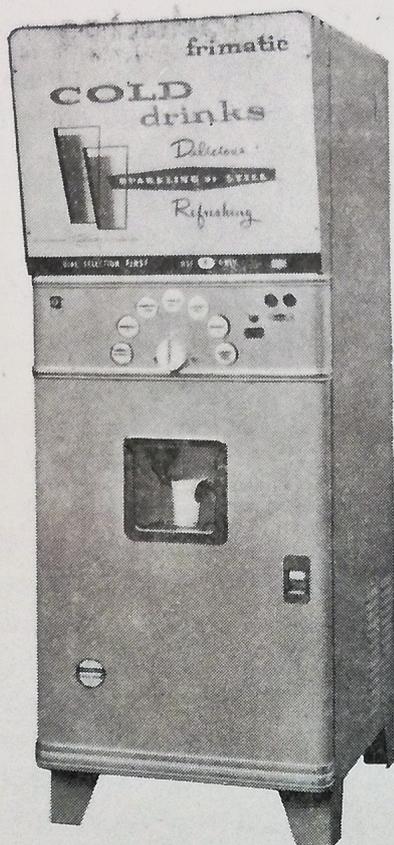
Nombre

Explotador, si - no (táchese lo que no interese)

Vecino de..... Provincia de.....

Calle..... n.º.....

(Caduca el 28 febrero 1963)



Nuevos aparatos

FRIMATIC fabricado por Ditchburn Vending Machines Ltd. de Inglaterra, y distribuido en España por Automatic, S. A. Es un vendedor de bebidas frías servidas en vasos de Cartón. Puede vender siete clases distintas de bebidas, tanto carbónicas como no. Tiene una capacidad de hasta mil vasos. Sus medidas son: 173 cm. de alto. 63'5 cm. de ancho. 71 cm. de fondo.

"EL MUNDO DEL AUTOMATICO"

LIBERTAD, 28

BARCELONA (12)

Detras de la escena y de cara al público

Artículo aparecido en "VEND" de octubre 1962

"Su su" y "Roti Dng Kedju" fueron especialidades de la venta automática compradas por bailarines de Bali que actuaron este último verano en McCormick Place, en Chicago, durante la Feria Internacional. Estas exóticas creaciones son simplemente, una vez traducidas (o razonablemente interpretadas) "leche" y un "bocadillo de queso", pero son típicas de los esfuerzos que efectúa la empresa Hilton Catering para ofrecer el mejor servicio posible.

Las máquinas vendedoras en cuestión están instaladas detrás de la escena del Arie Crown Theatre para suministrar refrescos a los artistas. Cuando llegan compañías de naciones extranjeras a McCormick para ofrecer sus actuaciones. Los surtidos de las máquinas vendedoras que se encuentran detrás de la escena llevan letreros en el idioma nativo de los artistas.

Las instalaciones de venta automática que se encuentran en este amplio centro de representaciones artísticas son relativamente recientes: la primera instalación permanente fue terminada a finales de junio del pasado año justo a tiempo para la Convención Anual de Médicos Americanos

Mientras que McCormick Place es un emplazamiento conocido de muchos que están en la industria de la venta automática (había sido la sede de la Convención de la N.A.M.A. en 1961), es notable el hecho de que Hilton Catering decidiera montar bares de bocadillos automáticos como una instalación permanente. Hilton tiene la concesión de McCormick en abril del corriente año, suministrado por Automatic Retailers of America. La decisión de adoptar la venta automática fue basada, según manifestó Robert Jones, director de operaciones de abastecimiento de comidas, en

la dificultad de un suministro de comidas y bebidas en sectores que no podían llevar la carga de un servicio manual de bar de bocadillos. Las máquinas vendedoras de bebidas, calientes y frías, están al cuidado y mantenimiento de la A.R.A. No obstante, las máquinas vendedoras de comida, son abastecidas por los empleados de Hilton con manjares preparados en el gran almacén de McCormick. El servicio mecánico de todas las máquinas corre por cuenta de la A.R.A.

Desde el mes de abril, McCormick ha terminado los cuatro bares permanentes automáticos para la venta de bocadillos. Además de la instalación que se encuentra detrás de la escena del Arie Crown Theatre (cuatro máquinas), hay tres grandes bares automáticos en las "cajas" situadas en el sur, centro y norte del edificio. (Los bares automáticos de bocadillos se llaman "cajas" y están situados al pie de las escaleras que dan al Lago y que conducen a la Michigan terraza exterior.)

Uno de los primeros que quedó terminado fue puesto a punto para la Convención de la Asociación Americana de Médicos en junio. En julio, las máquinas vendedoras fueron visitadas por la National Housewares Manufacturers Association y la masiva Feria Internacional. En septiembre, la Master Brewers of America, y la National Retail Lumber Dealers Association siguieron a la American Hospital Association y a la Marine Trades Exhibit. Y así continúa.

La aceptación por parte del público y la iniciación del servicio automático de comidas en los bares de bocadillos de McCormick ha dado un buen paso y está teniendo mucho éxito en introducir la venta automática a grandes y frecuentemente influyentes grupos de hombres de negocios.

Empezando por la "caja" de la escalera Sur, unos toldos permanentes y atractivos, de color rojo y blanco, se extienden por encima de una larga hilera o batería de máquinas vendedoras, entre las que se encuentran intercalados tres mostradores para el servicio manual. La caja de escalera Sur tiene tres máquinas para bebidas no alcohólicas, dos para comidas frías, tres para café y dos para comidas calientes. Las máquinas se abastecen desde atrás de una zona que se encuentra al dorso de ellas, en donde están situadas unas cabinas aisladas para recargar las máquinas durante los períodos de mayor venta.

Los mostradores, instalados espaciadamente entre la hilera de máquinas vendedoras, son atendidos por personal que vende manualmente los mismos surtidos de comidas y exactamente a los mismos precios. Además, el personal proporciona cambio, instruye a los novatos como hay que hacer funcionar las máquinas y también venden salchichas

y bocadillos con pastelillos de carne desde el mostrador.

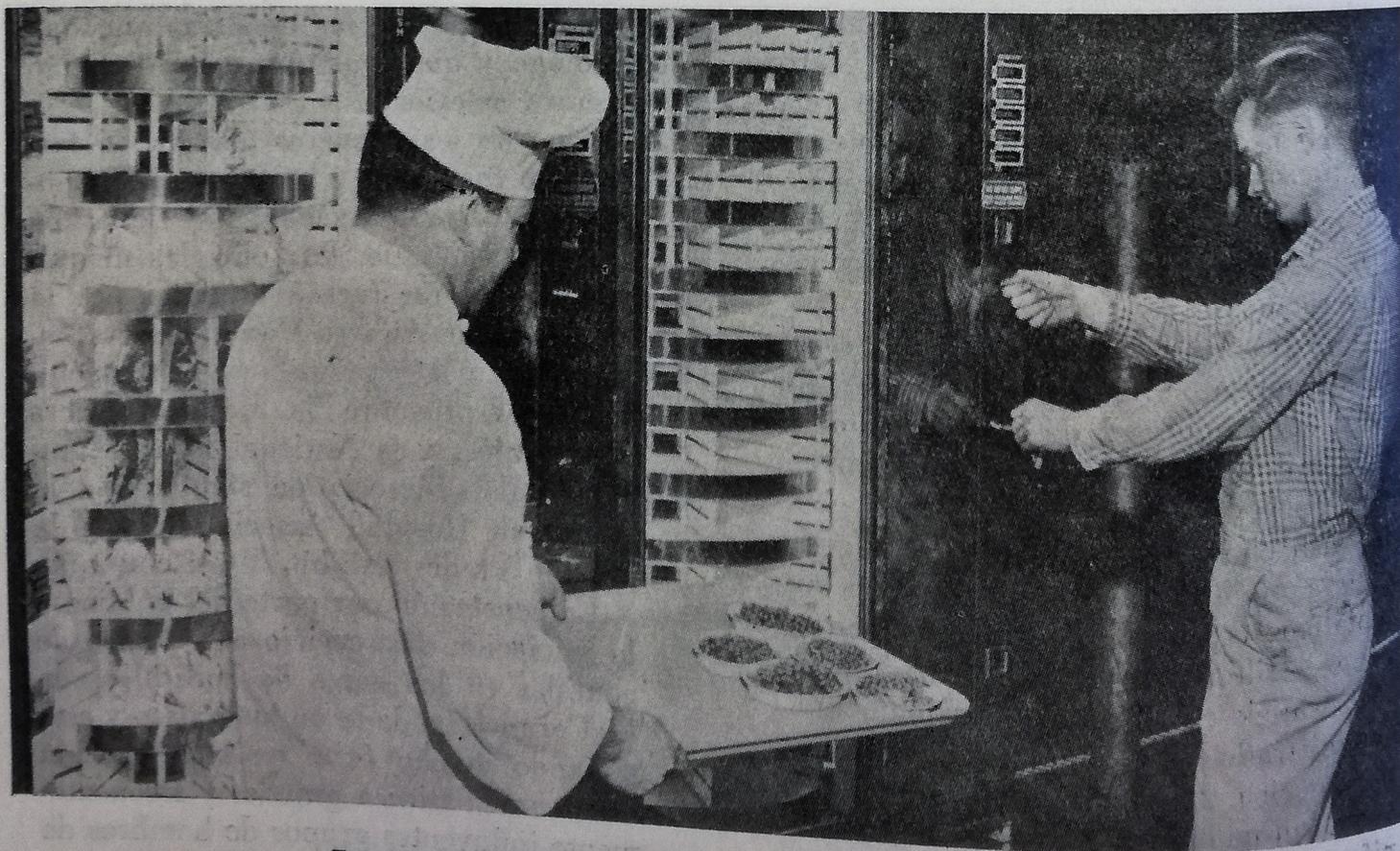
Toda la comida se prepara en el gran almacén de Hilton, que está situado en otra parte de la sala de convenciones, y se traslada por medio de carritos a las zonas donde debe ser servida.

Los puestos con condimentos para sazonar se encuentran a cada extremo de la hilera de máquinas vendedoras y contribuyen a que la gente se aparte de ellas, de forma que otros puedan usarlas.

Las instalaciones de las cajas centro y norte son idénticas, pero con siete máquinas, éstas también decoradas con las atractivas franjas encarnadas y blancas.

Cada "caja" tiene dos máquinas para hacer café, tres de comidas calientes y frías, dos de bebidas no alcohólicas, y también mostradores y puestos con condimentos incorporados a la hilera.

Los bares de bocadillos están abiertos durante el horario de la convención si el número de gente que asiste lo hace



Empleados de McCormick abasteciendo las máquinas.

necesario, pero las máquinas vendedoras están siempre llenas en su mayor parte para servir a los empleados de McCormick Place y a los frecuentes equipos que trabajan durante las 24 horas en la preparación y terminación de las convenciones.

Finalmente, hay cuatro máquinas portátiles de refrescos que pueden rodarse a sectores en los que ocasionalmente se requiere un mayor volumen de servicio.

Los surtidos y los precios son los siguientes: café, chocolate caliente, refrescos, leche pura y con chocolate, todo por 15 centavos; bocadillos de jamón y de pastelillos de carne, 40 centavos; salchichas calientes y bocadillos de queso, 35 centavos; estofado de vaca y costillas de ternera, 75 centavos; caramelos y nueces empaquetadas, 15 centavos.

Por lo que se refiere a la cantidad de comida vendida, las salchichas y los bocadillos de pastelillos de carne se encuentran en primer lugar. Durante la

Feria, las máquinas vendedoras suministraron diariamente alrededor de 2.000 salchichas. Los estofados y las costillas también han tenido éxito y aparecen llenos de color y apetitosos con guisantes verdes congelados que tienen el aspecto de frescos.

En cuanto a problemas surgidos con el advenimiento de los bocadillos automatizados no ha habido ninguno, exceptuando alguna avería mecánica, según manifestó Bob Jones. Hilton ha enviado a varios de sus empleados a escuelas de servicio para que puedan hacerse cargo de la mecánica de las máquinas en caso necesario.

Durante la Feria Internacional de Comercio, ponderó Jones, hubo cierta cantidad de problemas en cuanto a la moneda extranjera. "De hecho", continuó, "el penique holandés se parece muchísimo a una moneda de diez centavos, lo que causó cierta merma de ingresos en las salas de descanso".



Aspecto parcial del Restaurante de McCormick.

El Automático y la ley en los Estados Unidos

LA LEGISLACION NORTEAMERICANA RESTABLECE LA CLAUSULA RELATIVA AL "EMPLEO" DE MONEDA FALSA

La ley aprobada por el Senado y la Cámara contra el empleo de monedas y fichas falsas, restableció parcialmente la cláusula relativa al "uso", con una modificación, y fue sometida al Presidente Kennedy para que con su firma la ratificara.

Esta ley, que lleva el número HR 8038, declara que es delito federal si cualquier persona de 18 años o mayor emplee o fabrique monedas falsas de cualquier denominación o falsifique moneda de papel con intento de defraudación. Es la primera vez que esta ley cubre el empleo de estos materiales en máquinas vendedoras.

En el mes de agosto, el Comité del Senado sobre Asuntos Judiciales había eliminado la sección relativa al "uso" de la ley y la pasó al Senado para su aprobación. Las viejas cláusulas contra moneda falsa cubrían únicamente la manufactura de monedas o fichas falsas, pero no su utilización. La cláusula sobre el "uso" fue restablecida con la modificación correspondiente (aplicable a personas de 18 años o mayores, lo que no estaba contenido en el artículo original) y fue presentada por el senador Everett Dirksen (Rep. Ill.)

La ley, patrocinada por la N.A.M.A. durante los dos últimos años, y orientada por la industria de máquinas accionadas por monedas por Clint Darling (en

la actualidad director ejecutivo del grupo de máquinas lavadoras y de limpieza en seco accionadas por monedas), ha sido calificada por Tom Hungerford, director ejecutivo de la N.A.M.A., como un "importante éxito legislativo de la industria de la venta automática".

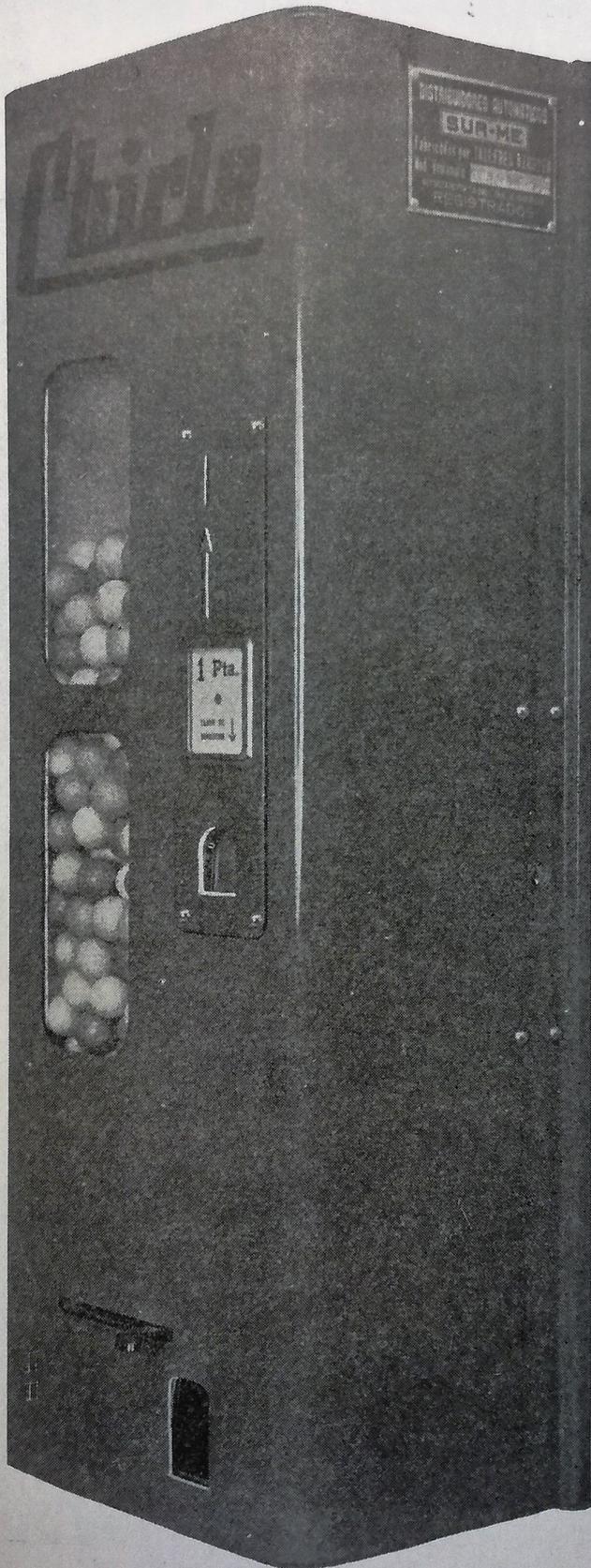
UTILIZACION DE MONEDAS DE 1 CENTAVO "CHAFADAS" EN VEZ DE MONEDAS DE 10 CENTAVOS EN MAQUINAS DE DETROIT

Unas 10.000 monedas de 1 centavo fueron utilizadas como si fueran de 10, en una fábrica situada en la zona de Detroit en máquinas vendedoras durante los últimos seis meses, según manifestó William A. Carlson, jefe del Distrito de Detroit del Servicio Secreto.

Carlson dijo que las monedas de 1 centavo habían sido aplastadas hasta conseguir el mismo grueso que las de 10 centavos, y luego los bordes habían sido cortados hasta conseguir la circunferencia necesaria.

Esta fraudulenta desfiguración de monedas fue descubierta cuando un obrero de la fábrica Ecorse de la Great Lakes Steel Corporation se confesó culpable de haber desfigurado dos monedas de 1 centavo para utilizarlos en las máquinas. Fue puesto en libertad bajo una fianza de 1.000 dólares a reserva de un informe de buena conducta y la sentencia. El obrero dijo que había estado empleando estas monedas de 1 centavo modificadas en vez de las de 10 centavos durante dos años en las máquinas.

BABYMATIC



- ❖ Distribuidor de chicle en bolas
- ❖ Funciona con monedas de 1 Pta.
- ❖ Seleccionador de monedas
- ❖ Gran capacidad (750 bolas)
- ❖ Facilidad de manejo

MEDIDAS

CERRADO

ABIERTO

Fondo 20 cm.

Fondo 25'5 cm.

Ancho 25'5 cm

Ancho 40'5 cm.

Alto 64'5 cm.

Alto 64'5 cm.

4 COLORES

Amarillo

Rojo

Verde

Azul

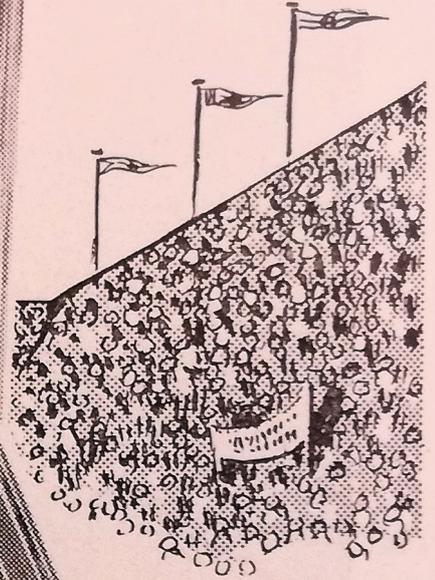
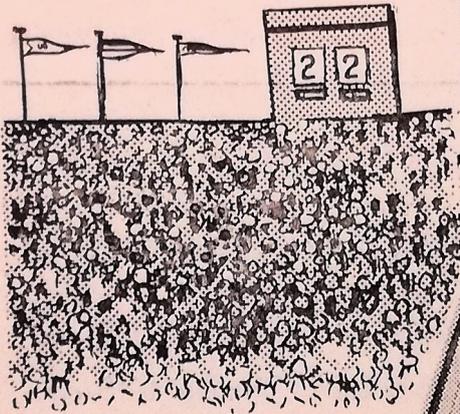
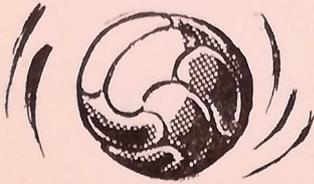
Distribuido por

ROBERT JUBAL

Travesera de Gracia, 86 - Barcelona 6

PIN-BALL

MODELO "COMPETICIÓN"



**TIENE VD.
RAZON
¡EL MEJOR!!**

FABRICADO POR:

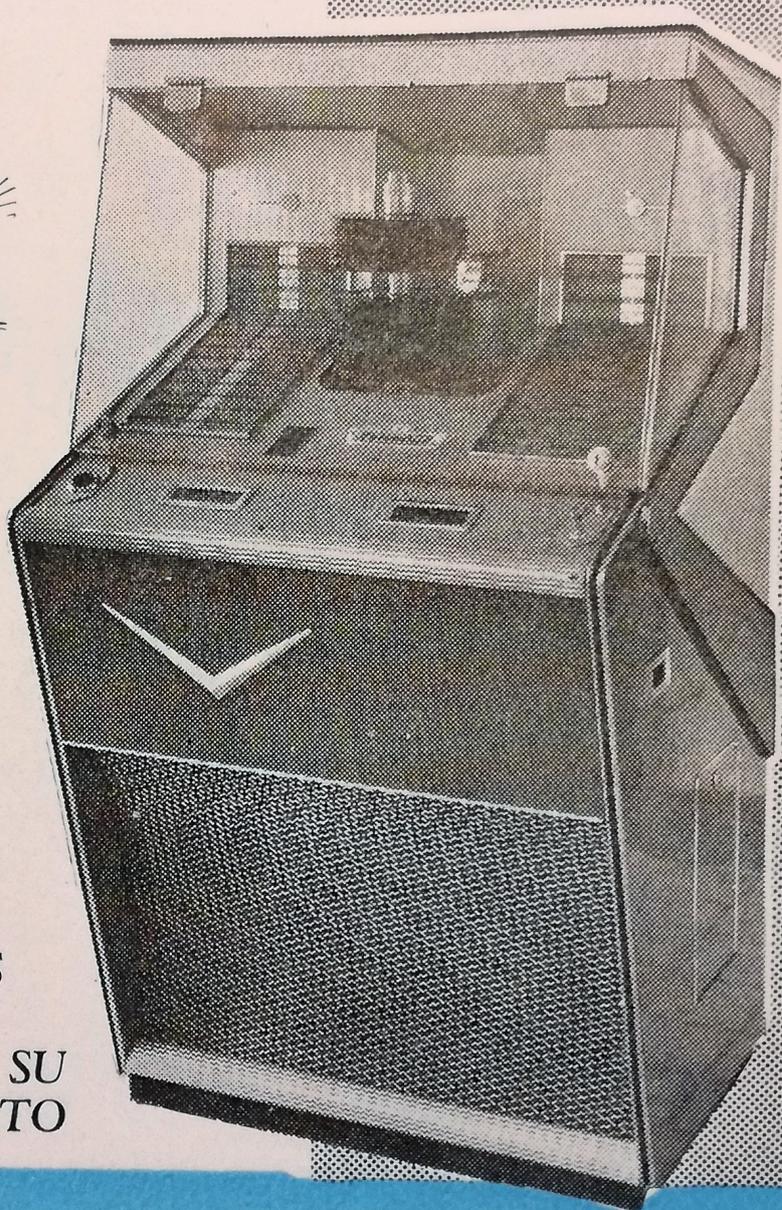
PETACO, S.A.

MADRID

Rennotte

100 SELECCIONES

ALTA
FIDELIDAD



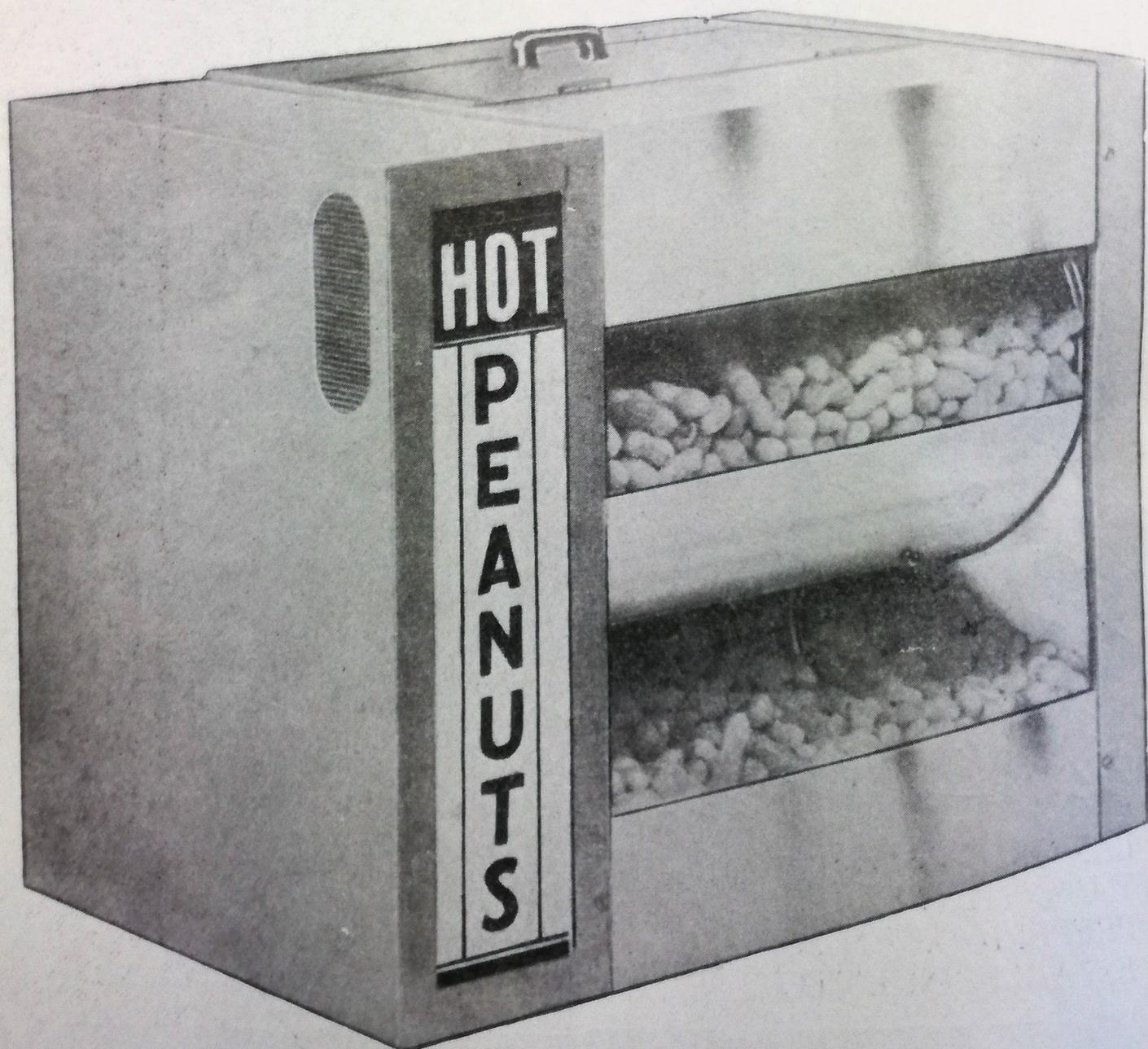
LAS ORQUESTAS
Y CANTANTES
PREFERIDOS EN SU
ESTABLECIMIENTO

FABRICADO EN ESPAÑA
POR

PETACO, S.A.
MADRID

TOSTADOR DE CACAHUETES

- ✧ Tuesta y mantiene calientes los cacahuetes
- ✧ Construido en acero inoxidable
- ✧ Su reducido volumen permite colocarlo sobre el mostrador, sin causar estorbo
- ✧ El aparato ideal para bares y cafeterías



Solicite información a
AUTOMATIC, S. A.

Exposición y venta: **República Argentina, 30 Barcelona (b)**
Oficinas y almacén: **Dr. Rizal, 17-19 Barcelona (b)**

MEDIDAS

Alto	92'5 cm.
Ancho	62'5 cm.
Fondo	47'5 cm.

¡DIFUSIÓN!

Para conseguir la completa efectividad de la labor de la revista, ésta debe alcanzar la difusión máxima entre la profesión. Sabemos que "El Mundo del Automático" es muy leído por la gran mayoría de profesionales pero no conocemos de ellos más que a un número reducido. Mientras exista esta desconexión entre la redacción y los lectores no podremos servir perfectamente al automático.

Esta necesidad apremiante de alcanzar la máxima difusión se ve afirmada por las cartas y conversaciones sostenidas con motivo de una de las iniciativas de la revista.

De todos es sabido el propósito de la Redacción de realizar unas encuestas entre los profesionales explotadores de aparatos automáticos españoles, sobre los fabricados nacionales. Estas encuestas van dirigidas directamente a los fabricantes por cuanto éstos pueden saber de modo claro y concreto el comportamiento de su aparato en la explotación y su aceptación por parte de los explotadores. Indirectamente los resultados de las encuestas benefician a los explotadores, toda vez que lógicamente los fabricantes se esforzarán en corregir aquellos defectos únicamente apreciables durante la explotación, por lo que se conseguirá mejorar paulatinamente la calidad de los fabricados. Por otra parte las encuestas representan un modo de comunicación entre fabricantes y explotadores realmente interesante.

Sin embargo se corre el peligro de dar una falsa impresión al fabricante si no se cuida minuciosamente el desarrollo de las consultas. Viene esto a cuento porque la gran mayoría de las

respuestas recibidas hasta el presente —y no son muchas— expresan opiniones que en ningún momento podemos considerar objetivas sino influenciadas por factores completamente ajenos al aparato en sí. Son respuestas sin valor crítico alguno, de resentidos. Por otra parte son tan pocas las respuestas cuya garantía de credibilidad sea clara que no podemos honradamente darles publicidad porque representan un porcentaje mínimo y que no expresa una situación general.

El único sistema efectivo para que las encuestas sean verdaderamente útiles, es el de seleccionar las respuestas, es decir, saber de quién realmente vienen y la calidad de explotador del firmante. Para ello precisamos saber exactamente y con amplitud la relación de explotadores españoles y la importancia de los mismos. No puede tener el mismo valor la opinión de un explotador de tres aparatos, que la de aquél que posee treinta, pongo por ejemplo. La experiencia y el saber de cada uno es sensiblemente distinta a las del otro.

Seleccionados los opinantes, la utilidad de la encuesta depende del porcentaje de respuestas recibidas. Si existen mil explotadores, por ejemplo, y únicamente se reciben 100 respuestas las conclusiones que se puedan sacar de ellas no expresarán con exactitud la verdadera situación del aparato en cuestión, o en todo caso podrán servir de leve orientación para el fabricante como un pequeño detalle a tener en cuenta.

Dos son, pues, las condiciones fundamentales para la efectividad de las encuestas: Selección de las respuestas y número de las mismas.

De ellas, el conseguir la selección está en nuestras manos, no así el número de respuestas que lógicamente depende del interés de los explotadores.

Para poder seleccionar debidamente debemos conocer a todos los profesionales del automático y su condición de tales, pues "El Mundo del Automático" cuenta con lectores a los que interesa el tema pero que en modo alguno son explotadores o fabricantes.

No existe ninguna relación de personas dedicadas a la fabricación o explotación de aparatos automáticos, y es imprescindible para el auge del automático el conseguirla. Nosotros hemos empezado esta tarea pero no podemos concluirla sin la cooperación de los profesionales realmente interesados en el automático y preocupados por su progreso. Si no se quiere conseguir el auge de la profesión ni se quiere ayudar a la confección del censo, la posición para hacerlo saber es sencilla: se llama *silencio*. Pero si de veras se considera al automático como algo más que un negocio de gitanos, si de veras se quiere conseguir una profesión considerada y que esté en manos de personas honradas, se debe colaborar en la confección del censo. Si todos los interesados cooperamos en ello la labor resultará fácil y de rápida ejecución. El esfuerzo conjunto de todos logrará en poco tiempo lo que no conseguirá nunca la labor de uno solo.

Los explotadores deben facilitarnos los nombres y señas de todos aquellos compañeros suyos por ellos conocidos, nosotros nos cuidaremos de completar los datos. Sabiendo a quienes debemos dirigirnos podemos cumplir nuestra obligación.

Los fabricantes deberían facilitarnos, también, los nombres y señas de los explotadores que conozcan. Entre sus muchos clientes la mayoría son explotadores. En nuestra opinión el hecho de no

facilitarnos estos datos obedece únicamente a un miedo a perder los clientes, a que éstos conociendo a toda la profesión prefieran los fabricados de un competidor que antes no conocían. Tienen poca confianza en sus fabricados pues quizá su calidad no esté de acuerdo con lo que han querido hacer creer. Si realmente han mentido en este punto no han procedido de forma honrada, pues la mentira nunca ha sido prueba de honradez, sino todo lo contrario.

Por muchos es conocido el hecho de que algunos profesionales han evitado el que la revista llegara a manos de explotadores con el fin de evitar que estos conocieran la verdad sobre el mundo del automático. Se ha querido engañar a alguien y nuestra revista podía impedirlo y por ello se nos ha hecho el boicot. Y en realidad los únicos perjudicados por esta labor de zapa han sido los fabricantes y explotadores todos, porque descubierto el manejo, que si no es anti-legal no encaja en el cuadro de moralidad que nos han enseñado, se ha fomentado la creencia de que nuestra profesión estaba en manos de gitanos y jugadores de ventaja.

No hay nadie en España que conozca la lista completa de profesionales del automático. Existen listas parciales, y mediante el intercambio de las mismas se aumenta el posible mercado y se estimula la calidad de fabricación.

Si nuestra revista alcanza la difusión que realmente merece, si llega a todos a quienes debiera llegar, es decir a todos los profesionales del automático, entonces podrá tener lugar la auténtica cooperación entre fabricantes y explotadores a fin de conseguir el verdadero auge y prestigio de la profesión.

Como quiera que han sido bastantes las dudas surgidas a raíz de la promesa de guardar el anonimato de quienes respondan a la encuesta creemos que es

interesante aclarar aquí las cosas en evitación de suspicacias y confusiones lamentables.

No queremos coartar la espontaneidad y sinceridad del explotador que podría opinar influenciado por sus relaciones con el fabricante. Como las encuestas son para ayudar al fabricante es imprescindible que las opiniones sean sinceras, expresadas con entera libertad, lo que sería imposible si no garantizáramos el anonimato. Por otra parte conociendo a los explotadores no correremos el peligro de publicar respuestas de personas cuya única finalidad sea la de perjudicar en algún sentido al fabricante en cuestión. Es una labor crítica, pero constructiva. Se señalan los defectos y las virtudes. Se deben corregir aquellos y mantener éstas. En último término son los explotadores quienes deben decidir si un aparato es interesante y en qué puntos debe ser mejorado, pues la mejor prueba para cualquier fabricado se realiza durante el período de explotación cara al público y no en las naves de la fábrica por personas que por conocer de que se trata no manejan el aparato con el descuido y la negligencia del hombre de la calle.

En nuestra opinión la calidad media de los fabricados nacionales es buena. Ciertamente existen cosas que deben mejorarse y por ello realizamos las encuestas. No se debe olvidar que la política económica de la Administración tiende

a fomentar la competencia para mejorar la producción y que el auge que va adquiriendo el automático en España, exige un gran esfuerzo de los fabricantes para poder estar al día, y para ayudarles en esta labor queremos que se establezca el contacto directo entre explotador y fabricante, que no se ignoren los unos a los otros y que todos, absolutamente todos, se conozcan entre sí. Sólo de este modo podremos tener en potencia a todo el mercado y no a una parte del mismo.

Esperamos que se comprendan las razones que nos mueven a realizar las encuestas. Todos los profesionales por nosotros conocidos insisten en afirmar la utilidad de la revista y en señalar los grandes defectos y lagunas que en ella existen. Todos afirman que para la completa realización de los fines propuestos se precisa la colaboración de todos los sectores. Pero son muy pocos los que realmente colaboran de una forma efectiva y ahora se presenta una ocasión para demostrar la sinceridad de unas opiniones, facilitándonos los datos que pedimos o señalando las razones por las que no nos los quieren dar, pero siempre con la comunicación, nunca con el silencio, ya que éste únicamente indica un total desinterés que no está de acuerdo con lo que repetidas veces se nos ha dicho.

LUIS GONZAGA

Aviso importante

G.E.D.A., S. A. nos comunica que cualquier consulta de tipo técnico sobre sus fabricados la responderá directamente al interesado que se dirija a la fábrica, según es norma de la Empresa.

cartas al director

Muy Sr. mío:

Estoy completamente de acuerdo con el señor Pascual Turell en lo referente al precio a que deberían funcionar los "pin-ball" nuevos, o sea a dos pesetas cada partida. Esto es un ruego dirigido a los fabricantes de los mencionados aparatos, los cuales tienen la palabra. En nuestra opinión en las ciudades y pueblos grandes en los que se colocan "pin-balls" de nueva hornada, dicha modificación no sería mal aceptada; y en cuanto a los pueblos pequeños, lo normal debería ser que se colocaran aparatos viejos o de 2.^a categoría y funcionando a 1 pta.

Esto sería mucho mejor que dar mayor porcentaje por aparatos viejos y anticuados y también con esto sería más sencillo la colocación de los mismos. A este respecto debemos recordar que en la ciudad de Barcelona ya hay aparatos funcionando a 2 ptas. una partida y a 5 ptas. tres partidas y que según nos consta hay muchas más personas que tiran el duro que no las dos pesetas.

Otra cosa a tener en cuenta por los fabricantes de "pin-balls": la adaptación de dos seleccionadores de monedas, para una pta. y para cinco ptas. Esto debería tenerse también en cuenta para los tocadiscos, ya que también hay precedente en nuestra ciudad, con un tocadiscos el cual tres selecciones por 5 ptas.

Desearía también hacer resaltar mi completa adhesión al deseo de unirnos todos los que tratamos con el mundo del automático, que representamos un número bastante elevado —y lo que nos

haría sentirnos más optimistas cara al futuro, que se prevé con una intensa lucha para poder conquistar nuevos mercados y que sería fatídico para muchos— especialmente los pequeños, entre los que nos contamos de no unirnos.

Una Asociación o un Gremio nos permitiría conocernos —cosa hasta ahora un poco difícil—, hacer prevalecer nuestros derechos, darnos una categoría legal y comercial, defendernos de los abusos y gitanerías, unirnos en fin para el bien común.

Sin más y deseando que esta revista prospere cada día, se despide s.s.s.

M. A. C.
Director Comercial

RESPUESTA.

Referente a su opinión en el sentido de la conveniencia de aumentar el precio de funcionamiento de los aparatos, nada debemos responder nosotros, sino los profesionales. Sin embargo, hay un punto en el que discrepamos: se refiere a los aparatos que deben ser colocados en los pueblos pequeños. En nuestra opinión éstos deben ser nuevos y de la misma calidad que los instalados en las capitales. Lo ideal sería que el precio de los aparatos permitiera la amortización de los mismos en poco tiempo a la vez que su explotación en un centro determinado durante su duración normal proporcionara unos beneficios al explotador. El éxito de un aparato, tanto en Madrid como en Viana del Bollo, depende de la calidad de su funcionamiento y de lo atractivo de su juego.

(Finaliza en la página 44)

novedades del extranjero

ALEMANIA

Quejas contra los abusos de la Asociación de los Derechos de Autor

El organismo central de la asociación alemana de la Profesión de explotadores de automáticos, la Z.O.A., ha presentado en la Oficina Federal de Asociaciones una queja contra la GEMA, Organización de los Derechos de Autor, sección musical, por causa de los altos porcentajes que exige esta organización, y de los abusos producidos por su situación de monopolio. Esta queja ha sido causada por las exigencias de la GEMA que han sido formuladas durante unas negociaciones para el establecimiento de una nueva tarifa. En el transcurso de una audiencia en la Oficina de Asociaciones, los explotadores han presentado los argumentos siguientes: Los explotadores han pagado a la GEMA una cantidad que representa el doble de la tarifa mínima en un momento en que los tocadiscos no estaban emplazados más que en lugares de poco rendimiento. La industria, cambiando la fabricación —discos de 17 cm. en vez de 25 cm.— ha hecho inutilizables numerosos tocadiscos. Por otra parte, la competencia cada vez mayor, hace más difícil la colocación de tocadiscos en los lugares idóneos. La GEMA ahora no quiere ceder en sus exigencias y reclama por cada altavoz acoplado a un tocadiscos automático nuevos impuestos a título de “nueva fuente de música”. Las rescisio-

nes de contratos por parte de los explotadores, provocaron por parte de la GEMA nuevas exigencias de porcentajes más elevados. Los explotadores, en consecuencia, piden a la Oficina Federal de Asociaciones, que impida a la GEMA abusar de su situación de monopolio, y que se fije una tarifa apropiada, que permita al explotador soportar la competencia y satisfacer la demanda siempre creciente de los clientes (AM).

Tiro automático con balas verdaderas.

Una pistola de aire comprimido constituye el elemento esencial del nuevo tiro “Arizona” presentado por la firma Th. Bergman & Compañía. Después de ser insertada la moneda, un dispositivo suelta o bien tres balas o cinco balas, de un calibre especial que no se encuentra en los comercios. El tirador carga él mismo la pistola, que está fija, antes de ver el blanco movable en la extremidad de un canal de protección recubierto de cristal y que asegura la horizontalidad del tiro. Los tres blancos se componen de tres discos de acero en lo que los números del 1 al 10 están grabados en círculo. Los tres blancos están fijados juntos sobre una placa que gira continuamente. Cuando el tirador da en el blanco éste cae y se puede leer el número en el círculo abatido. A fin de dar la sensación de un blanco considerablemente más alejado que en la realidad, sobre la pistola se ha montado un catalejo en el punto de mira. (AM).

Un distribuidor automático de salchichas.

La firma Ernst Heinkel ha empezado la producción en serie de un distribuidor automático de salchichas. Este aparato no contiene salchichas calientes sino ahumadas, "Bierknacs", que se comen frías. Los primeros resultados de venta son positivos, pues el aparato situado en un buen lugar en la calle, atrae a los clientes. Se compone de un tambor dividido en compartimentos colocado sobre un zócalo. Este tambor puede contener hasta treinta salchichas del mismo tamaño, y posee en su parte interior un recipiente que puede albergar hasta cincuenta salchichas suplementarias. Se garantiza que los "bierknacs" se conservan durante 6 ó 8 semanas. Después de introducida la moneda el comprador puede él mismo tomar la salchicha del aparato. (AM).

CATALOGOS

PIEZAS REPUESTO

WILLIAMS GOTTLIEB

Los madamos contra reembolso de 45'— ptas. cada uno.

AUTOMATIC, S. A.

Av. Rep. Argentina, 30

BARCELONA (6)



Distribuidor de leche helada en pleno aire libre, en los Estados Unidos.

GRAN BRETAÑA

Los guardianes de las prisiones quieren jugar.

La Asociación de guardianes de prisión han protestado contra la prohibición impuesta que impide poner en funcionamiento en los salones de su club, aparatos automáticos de juego de dinero. El motivo de esta medida es que las salas del club en cuestión se encuentran en terreno del Estado, por lo que una ley se opone a ello prohibiendo la organización de juegos y apuestas. Los funcionarios hacen constar que estos aparatos de juego, aceptados por la nueva ley, no constituyen aparatos prohibidos por la antigua ley, sino únicamente aparatos de pura diversión. (AM).

SUIZA

Contra los impuestos exagerados.

La Asociación de la Profesión suiza del Automático, que después de largas negociaciones ha conseguido de la Asociación Suiza de Derechos de Autor, una reducción del 10 % en las cuotas de los tocadiscos automáticos, intenta ahora conseguir una reducción de los impuestos nacionales y cantonales que pesan sobre estos aparatos y una disminución en la tasa de autorización. Lo elevado de los impuestos, su percepción no sólo por el Estado, sino también a continuación por los cantones y municipios, no está unificado. La organización de la Profesión suiza del Automático intenta llegar a una unificación y por tanto a una simplificación en el sistema de impuestos. (AM).

ITALIA

Ayuda para los colegas españoles.

Los explotadores italianos de tocadiscos ha iniciado una operación de ayuda para los explotadores perjudicados por la catastrófica inundación de Barcelona. La colecta supone ya una cantidad considerable de dinero, así como en especies. El comité de organización quiere hacer llegar directamente el importe de la recaudación a los colegas españoles afectados. (AM).

BELGICA

La importancia de la Profesión del Automático ha sido reconocida.

En Amberes la Cámara de la Industria, organización oficial jurídica, ha decidido crear una sección "Profesión del Automático". La Cámara reconoce así la importancia que posee la industria del automático para Amberes, que pue-

de ser considerada como un centro europeo de negocios para la profesión. Los círculos especializados han acogido con agrado esta decisión de la Cámara de la Industria. (AM).

AFRICA

El Africa del Norte compra tocadiscos.

La estadística de todos los países que fabrican tocadiscos automáticos, muestra que el Africa del Norte ha llegado a ser un mercado realmente interesante. Las regiones que apenas importaban tocadiscos hasta ahora, en este año pasado han llegado a ser clientes muy importantes, como Marruecos, Egipto y Sudán. Únicamente a estos tres países Alemania Federal ha exportado en los 8 primeros meses de 1962 más de 150 aparatos.

VENDEMOS APARATOS

"VAHER" casi nuevos

(VOLANDO ALTO - GRAN AVENIDA) a

20.000'— ptas. Estos aparatos están equipados con seleccionador de monedas.

Escribir a

EXMASA

Dr. Rizal 17 - 19

BARCELONA (6)

CARRERA DE CABALLOS

DERBY - 2.400 mts.

4 pistas para 4 jugadores

2 flippers

2 disparadores automáticos

5 bumpers

5 bolas

1 bola oscilante

Mueble de fórmica

Seleccionador de monedas



INTERESANTE PARA

Bares

Cafeterías

Salones deportivos

Casinos

Clubs etc.

Fabricado por Talleres STUAR

Avenida B, n.º 6 (TRASERA) San Sebastián

Distribuido por: AUTOMATIC, S. A.

Observando

Según nuestras noticias es muy posible que el tocadiscos americano Wurlitzer sea fabricado en España. Una empresa de Barcelona ha conseguido ya el permiso de fabricación y está estudiando las posibilidades de la misma en nuestro país.

✧ ✧ ✧

Creemos que en el transcurso de este año se lanzarán al mercado bastantes aparatos nuevos sobre todo "pin-ball". Por el momento ya ha aparecido el distribuidor de pastillas de jabón, y cuando aparezcan estas líneas ya habrá sido lanzado al mercado el nuevo "pin-ball" de Industrias Laguna, el BL 116.

✧ ✧ ✧

En el transcurso del mes de diciembre último nuestra redacción ha protestado por dos veces ante órganos informativos por el inadecuado empleo de la palabra "tragaperras" referido a los "pin-ball". Creemos que el empleo de tal vocablo únicamente ocasiona confusión y creemos que es nuestro deber protestar toda vez que en España estos aparatos están prohibidos desde hace muchos años.

✧ ✧ ✧

Ha llegado hasta nosotros la noticia de que en algunos salones deportivos se admiten apuestas en el juego del "pin-ball", y éstas apuestas son entre los clientes y la casa. No creemos que este proceder sea el adecuado sino todo lo contrario.

Hemos notado un notable aumento en la calidad en las últimas series de algunos "pin-ball" de fabricación nacional. Lo creemos verdaderamente interesante siempre y cuando se mantenga el precio del aparato en una cantidad cuya amortización no suponga una duración excesiva y el explotador pueda pronto sacar beneficios del aparato.

✧ ✧ ✧

En el "Telediario" del pasado 26 de diciembre por la noche, se televisó una noticia que podía prestarse a confusión. En realidad los "pin-ball" están prohibidos en sólo algunos de los estados que forman los Estados Unidos de América. Esto que no es ninguna novedad dio pie a malas interpretaciones por algunos de nuestros lectores a los que desde aquí tranquilizamos.

VENDEMOS APARATOS

"AUTOBOL"

Casi nuevos a 20.000'— Ptas.

Escribir a

EXMASA

Dr. Rizal 17 - 19

BARCELONA (6)

En algunas revistas extranjeras del automático todavía publican la noticia de que en Alicante se han iniciado unas conversaciones para conseguir la unión de los profesionales del automático. Si bien es cierto que hace meses hubo conversaciones en este sentido, no es menos cierto que, según nuestras noticias, no se consiguió ningún resultado positivo. Nosotros, que creemos en la necesidad de una unión, estamos dispuestos a colaborar en cualquier esfuerzo en este sentido.

Corren rumores de que una empresa fabricante de helados tiene el propósito de construir distribuidores automáticos para la venta de sus productos. Como puede verse son muchos los que apre-

cian las ventajas del sistema de distribución automática y las enormes posibilidades que este método proporciona.

No sería nada extraño que este verano aparecieran los primeros distribuidores de bebidas frías de fabricación nacional. Son varias las personas que trabajan en este proyecto poniendo en el mismo todo su entusiasmo digno de éxito. Sin duda alguna la aparición de tales aparatos confirmará la opinión de que en España el automático está en auge y en poco tiempo conseguirá ponerse al nivel de los países en los que el automático está ya arraigado.

En febrero aparecerá el pin-ball de Electrónica Control. El retraso ha sido debido a que se han estudiado cuidadosamente todos los detalles para conseguir un aparato de calidad cuyo precio permita una rápida amortización. La misma empresa tiene muy adelantados los trabajos de fabricación del fútbol eléctrico que muy posiblemente saldrá al mercado antes de verano.

Parece ser que una empresa española del automático tiene el propósito de financiar el rodaje de una serie de cortometrajes cinematográficos destinados a dar a conocer al gran público el automático en general. Si las conversaciones en este sentido llegan a feliz término es muy posible que el primero de estos films sea rodado este próximo verano para ser estrenado en otoño. Esperamos y deseamos que este proyecto sea una realidad.

Si bien hay competencia en el automático español, también es verdad que todavía existe un amplio mercado que ofrece innumerables posibilidades a la profesión.

CHICLE HINCHABLE

Sabores



Menta

Tutti-Frutti

Spearmint

Con

calcomanías

DUGLAS



Noticias de los Estados Unidos

(Obtenidas de "VEND")

UNA CADENA DE RESTAURANTES DE VENTA AUTOMÁTICA PROYECTADA POR LA EMPRESA "FEATURE FOODS"

En noviembre pasado, la empresa Feature Foods Inc., de Hackensack, N. J., anunció su proyecto de construir una cadena de restaurantes públicos de venta automática, "automatizados, sin cocina", que se extenderá por todo el territorio de los Estados Unidos. Estos restaurantes llevarán el nombre comercial de "Pat Boone's Dine-O-Mat", en honor de esta importante personalidad en el negocio de los espectáculos, quien es al mismo tiempo uno de los principales accionistas de Feature Foods, una corporación familiar que se formó en el año 1961.

Jack Oxman, presidente de la corporación, manifestó que Feature Foods explotará aproximadamente el 25 % de estos establecimientos abiertos durante las 24 horas del día, mientras que el resto se cederá a explotadores concesionarios sobre la base de un arrendamiento. Se espera que el primer establecimiento se inauguraré en Little Ferry, N. J. dentro de unos dos meses. Oxman también mencionó que dentro de 18 meses se encontrarán en funcionamiento unos 96 restaurantes automáticos. Su suministro se realizará mediante alimentos congelados y preparados especialmente para la venta automática en cinco depósitos distribuidos en varias zonas de los EE. UU. El primero de estos depósitos se construirá en Hackensack.

Los restaurantes automáticos se construirán en emplazamientos como moteles, estaciones de servicio, centros de compras, boleras, clubs de sociedades deportivas en el campo, parques de

atracciones, fábricas, y terminales de líneas aéreas y de autobuses. Su estructura será uniforme así como su exterior y se utilizará en ellos un diseño "geodésico" patentado.

Oxman manifestó que los restaurantes costarán aproximadamente 50.000 dólares cada uno. Por término medio estos establecimientos tendrán unas 13 máquinas vendedoras automáticas, incluyendo máquinas vendedoras de empleo múltiple para comidas calientes y frías, y para platos pre-congelados. También habrá máquinas para café, bebidas no alcohólicas, pastas y bocadillos y dos hornos a base de microondas. Un desayuno vendrá a costar 70 centavos, un almuerzo 1 dólar y una cena 25 dólares. Cada establecimiento tendrá una capacidad de 40 asientos.

Los concesionarios no tendrán que invertir dinero en edificios o equipo, pero tendrán que pagar 9 meses anticipados de alquiler, con un total de 9.000 dólares. En estos momentos, la empresa Feature Foods está negociando la obtención de créditos a través de varias instituciones crediticias.

Bajo este proyecto de las concesiones, Feature Foods recibirá un 4 % del importe de las ventas brutas de cada explotador. La comisión para el emplazamiento será un alquiler uniforme o sobre la base de un porcentaje, pero no excederá del 6 % de las ventas estimadas en un emplazamiento determinado, según manifestó Oxman a la revista Vend.

"Hemos estado investigando y desarrollando el programa de las licencias de restaurantes automáticos desde nuestra fundación el año pasado", fueron las palabras textuales de Oxman. Entre otros miembros de la empresa, se cita

a Benjamin Loewy, como presidente del consejo de administración, y Myron Sheskin, tesorero.

El aspecto competitivo

En el Edificio Wrigley se encuentra, además de la instalación efectuada por la Brass Rail, un famoso restaurante emplazado en el primer piso. Este local en la Michigan Avenue, por lo que se refiere a la competencia, se encuentra enfrente del Sheraton Hotel (mostrador de servicio rápido) y dos bares de bocadillos en el mismo lado de la calle.

El número total de personas que ocupan el Edificio Wrigley y que tienen acceso diario al restaurante automático, se cifra en unas 2.800. Sin embargo, el personal de Brass Rail dijo que durante la primera semana de estar en funcionamiento se vieron inundados de gente de fuera.

Constantemente hay un servicio de muchachas uniformadas en el nuevo restaurante para sacar los cubiertos y recipientes usados y para enseñar a la clientela el manejo de las máquinas.

A los clientes se les ofrece un variado menú de venta automática, que incluye platos como spaghetti y albóndigas de carne (85 centavos), tocino asado (95 centavos) y salchichas de Frankfurt con judías (75 centavos). Se preparan bocadillos por encargo de carne de vaca asada, o salada, jamón y pavo, al precio de 75 centavos, mientras que los bocadillos fríos de la venta automática oscilan entre 35 centavos para una ensalada con huevos hasta 65 centavos para un bocadillo tipo Hero. La pastelería vale entre 15 y 25 centavos; las ensaladillas se venden a 20 centavos.

LOS PATIOS DE REFRESCOS DE TODO TIEMPO DE LA EMPRESA "A.R.A."

La Compañía Automatic Retailers of America, Inc. y el Ejército de los Esta-

dos Unidos inauguraron una explotación de venta automática al aire libre durante todas las estaciones del año en Fort Dix, N. J. en el mes de noviembre último. Nueve patios de refrescos abrigados contra las inclemencias del tiempo, conteniendo cada uno por lo menos seis máquinas, van equipados con serpentines de calefacción que mantienen calientes las baldosas debajo de cada máquina vendedora e impiden que se hielen los componentes que llevan líquidos.

Estas instalaciones cerradas contienen equipo para la venta de bebidas calientes, leche, helados, bocadillos, pastelería, bombones y cigarrillos.

El mayor general C. E. Beauchamp, jefe de la base, encabezó una delegación de oficiales durante la ceremonia de inauguración. William Fishman, vicepresidente decano de la compañía A.R.A., estuvo al frente de un grupo de altos cargos de la empresa.

El comandante Ralph Caple, oficial de intendencia, dijo que los "patios de venta automática ahora hacen posible que el personal militar y civil tenga comida suplementaria a su disposición durante 16 horas cada día, siete días a la semana". Las máquinas vendedoras están en funcionamiento de las 7 de la mañana hasta las 11 de la noche, diariamente).

FUSIONES DE EMPRESAS DE VENTA AUTOMÁTICA EN EL ESTADO DE MARYLAND

La Benroy Vending Company Inc., y la Quality Vending Company, de Baltimore, Md., se fusionaron en noviembre último, quedando Benroy como compañía superviviente. Las condiciones en las que se efectúa la transacción no fueron reveladas.

Herbert L. Bent continúa como director de la Benroy, mientras que Larry McNeil que estaba al frente de Quality

Vending fue elegido vicepresidente de Benroy. El personal actual de la Quality Vending continúa en sus cargos respectivos.

LOS BENEFICIOS NETOS DE LA COMPAÑIA STOUFFER VAN SUBIENDO

La empresa Stouffer Foods Corporation aumentó sus beneficios netos y sus ventas durante el primer trimestre del ejercicio económico de 1963 que terminó el 31 de octubre de 1962. Los beneficios netos ascendieron a 415.000 dólares, representando un dividendo de 32 centavos por acción, en comparación con 371.000 dólares y 29 centavos correspondientes al mismo período de 1962. Las ventas se elevaron a 14.002.300 dólares en comparación con 12.073.000 dólares en el año anterior.

LA COMPAÑIA CONTINENTAL PROCEDE A LA APERTURA DE UNA CAFETERIA EN MERRILL LYNCH

La Continental Vending Machine Corporation ha inaugurado una cafetería automática con 20 máquinas vendedoras de comidas y bebidas en Merrill Lynch, Pieroe, Fenner & Smith, Inc., una de las mayores agencias de cambio y bolsa de Wall Street. Las máquinas están instaladas en grupos en un comedor especialmente proyectado para tal fin, de 76 pies de largo por 48 pies de ancho en el sexto piso de la oficina principal de Merrill Lynch, en el número 70 de Pine Street, New York.

La sala está abierta durante las 24 horas del día, siete días a la semana, ofreciendo un servicio completo de comidas a los 3.000 empleados de la empresa Merrill Lynch, distribuidos en los 10 pisos del edificio. Esta instalación es la cuarta abierta en la zona de Wall

Street por la empresa Continental dentro de su programa de cafeterías automáticas. Por otra parte es la 52ª instalación explotada por la Continental en los EE. UU. dentro del mismo programa.

En la actualidad hay 25 máquinas en el emplazamiento de Merrill Lynch, que incluyen dos máquinas cambiadoras de dinero de papel en monedas, dos vendedoras de cigarrillos y una de puros. La batería de 20 máquinas vendedoras de comida son las siguientes: dos de platos calientes; siete para todo empleo, compuestas de tres refrigeradas, una caliente, una standard, una helada para comidas como bocadillos fríos, postres, ensaladas, bocadillos calientes, dulces y postres helados; dos máquinas para servir café recién hecho; dos de agua carbónica, dos de leche, una de comidas en latas, una de pastelería, una de bombones y una de barras de helados.

Todas las máquinas vendedoras de comidas y bebidas se encuentran enclavadas a lo largo de una pared, con una sala de servicio y almacenamiento situada directamente detrás, pero el diseño de la batería o grupo es más bien una ligera línea en zig-zag, en vez de una línea recta. Junto a los grupos de máquinas se encuentran dos mesas para la condimentación, que incluyen tazas calientes para té. Una máquina vendedora para todo uso incluye bolsitas de té. El cliente puede comprar una bolsita de té por diez centavos, colocarla en una taza y obtener gratuitamente una taza llena de agua hirviendo al apretar un botón especial que se encuentra en una máquina vendedora de café adaptada dentro de la batería.

En el comedor se encuentran 55 mesas del tipo de fórmica, de diferentes tamaños, y un total de 220 sillas adaptadas a la forma del cuerpo a base de fibra de vidrio. El mobiliario se encuentra agrupado en diversos sectores, lo que hace posible, mediante separaciones de

hierro forjado, que se puedan cerrar algunos de ellos durante períodos de menor movimiento.

La empresa Continental tiene un personal fijo de cuatro personas en el emplazamiento en estos momentos; dos son permanentes y las otras dos están siendo entrenadas para otras instalaciones de este tipo.

A pesar de que la sala estará abierta constantemente, el servicio de platos de comida completo sólo se ofrecerá durante las horas normales de trabajo durante cinco días a la semana, con una excepción: El servicio completo de cafetería estará disponible para 800 empleados de Merrill Lynch que trabajan un determinado sábado cada mes. De un 60 a un 70 % de los empleados son mujeres, según manifiesta la empresa Continental. Desde la fecha en que fue inaugurada, la cafetería ha tenido un promedio de 1800 a 2000 clientes diarios.

OTRO PASO ADELANTE

L Food Services Sales, Inc., Stamford, Conn., es una nueva organización de ventas para los servicios automáticos de la alimentación. Esta firma se dedica al corretaje dentro del ramo de la alimentación y representa a fabricantes de productos alimenticios de calidad que venden mercancías de esta clase en los mercados de Nueva York, Nueva Jersey y Connecticut.

El presidente de la compañía, John F. Lorch, dijo que su empresa efectuaría contactos personales con los clientes consumidores, al objeto de ayudar a sus distribuidores a vender sus productos.

Lorch había sido director nacional de ventas de la American Home Foods, división institucional, y tenía un cargo similar en General Foods antes de organizar esta nueva empresa. Bob Aherne, vicepresidente de la misma, había sido director de la zona oriental de la American Home Foods.

LA CIUDAD DE WORCESTER ESTABLECE ORDENANZAS SOBRE LA VENTA AUTOMÁTICA DE ALIMENTOS

El Consejo de sanidad de la ciudad de Worcester, Mass., adoptó una serie de ordenanzas regulando la venta de comidas y bebidas por máquinas automáticas. El reglamento establece que el delegado de salud pública deberá inspeccionar el servicio, el mantenimiento y la explotación de máquinas vendedoras por lo menos una vez cada seis meses. Por otra parte hay que solicitar permisos de dicho delegado para explotar máquinas vendedoras del ramo de la alimentación.

(Viene de la página 32)

Cartas al Director

Creemos imprescindible para asegurar el futuro de la profesión, la unión de los profesionales. Este desconocimiento del que se lamenta es el verdadero enemigo del automático. Es nuestro propósito el conseguir la unión de todos los profesionales y su conocimiento mutuo. Por de pronto con la difícil confección del Censo del Automático estamos dando el primer paso efectivo para ello.

Cavan su propia tumba. . .

. . . Los explotadores que dan porcentajes por encima de lo que es corriente en su provincia.

. . . Los explotadores que tienen abandonadas y descuidadas sus máquinas.

. . . Los explotadores que, en lucha desleal, consiguen sean retiradas máquinas de otros explotadores para colocar las suyas.

. . . Los explotadores que evitan, en lo posible, pagar los impuestos.

. . . Los fabricantes que hacen caso omiso de las observaciones facilitadas por los explotadores.

. . . Los fabricantes que no aprovechan las experiencias más o menos dolorosas para mejorar sus fabricados.

. . . Los fabricantes que venden al mejor postor, sin tener una norma ni un precio fijos.

. . . Los fabricantes que, por vender toda su producción, creen haber alcanzado ya el summum de la perfección.

. . . Los comerciantes que gitanean.

. . . Los comerciantes que no cumplen sus compromisos de entrega, de venta, o de forma de pago.

Y, en general, todos cuantos tratando con los aparatos automáticos accionados por monedas, siguen la política del avestruz o la del águila, que cuando se ha posado en el suelo, es incapaz de levantar el vuelo porque le pesan demasiado las alas.

J. BARRERA

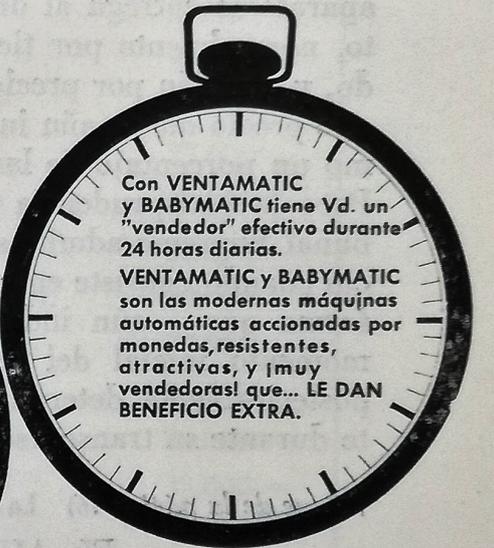
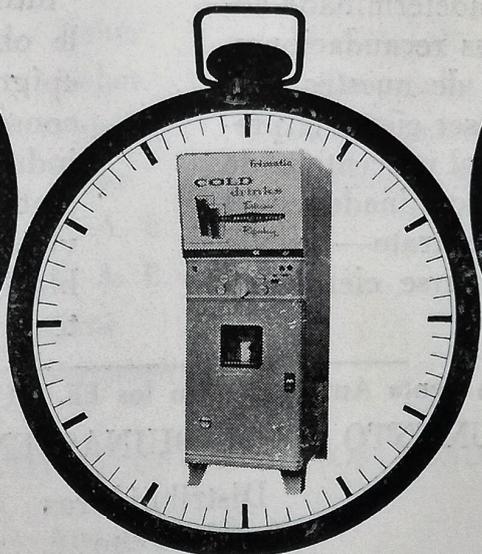
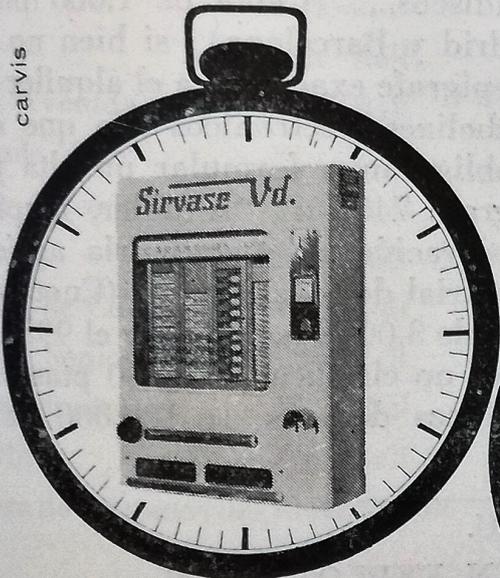
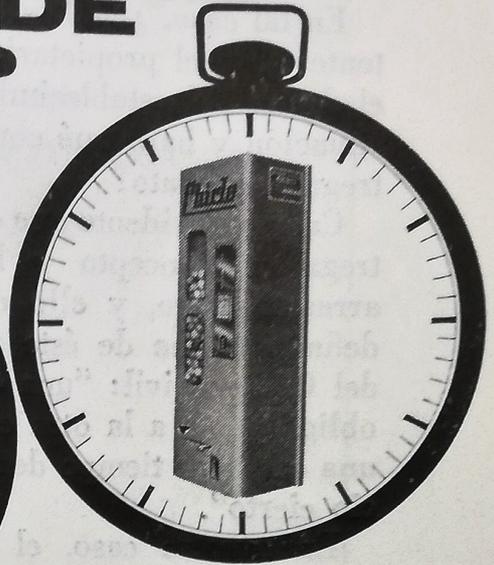
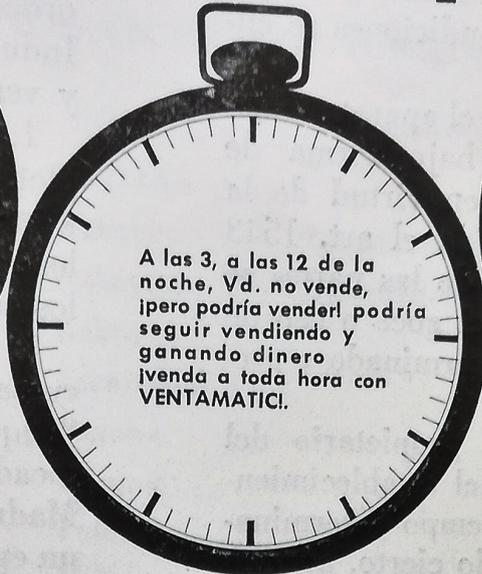
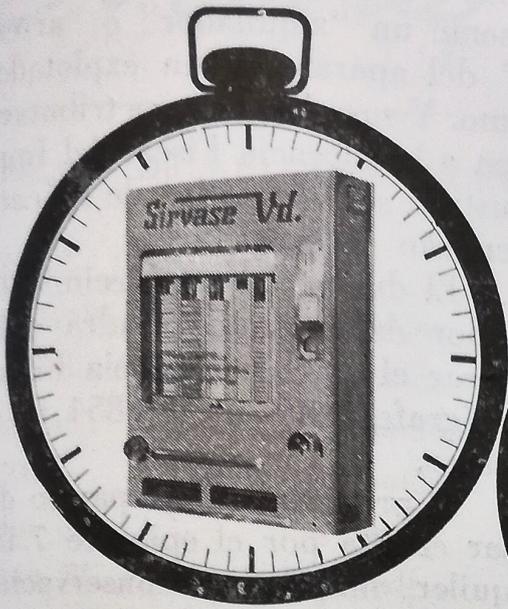
Agradecimiento

Aportaciones para el CONCURSO PERIODISTICO

Nombre	Fecha fundación	Capital social	Aportación
ELECTRONICOS VALENCIA	1957	500' - Ptas.
REFLEX	1956	500' - Ptas.
STUAR	-	500' - Ptas.
AUTOMATIC, S. A.	1954	5.700.000	5.000' - Ptas.
M.A.C. (Máquinas Automáticas Cantó)	1962	200' - Ptas.
Luis Troyas - Talleres Azkoyen	1951	500' - Ptas.
COAPIN	1962	500' - Ptas.
T. Sánchez Moya	-	100' - Ptas.
PETACO S. A.	1962	2.500' - Ptas.
F. A. E. R., S. L.	-	2.500' - Ptas.
B. C.	-	2.000' - Ptas.
J. A.	-	1.000' - Ptas.
EXMASA	1962	1.000' - Ptas.
SALOR, S. A.	-	2.500' - Ptas.
Agustín Dulcet	-	300' - Ptas.
		TOTAL	19.600' - Ptas.

Agradecemos esta colaboración y esperamos poder continuar esta relación en números sucesivos.

A QUÉ HORA VENDE VD.?



Con VENTAMATIC y BABYMATIC venderá mucho "sin que Vd. lo note" Vd. no habrá de molestarle, ellas venderán por Vd., de día o de noche, allí en donde las instale. ¡UN VENDEDOR QUE NO ... y también el vendedor de bebidas frías Frimatic COBRA DE VD., VD. COBRA DE ÉL!

FABRICADO POR **AZKOYEN**

DISTRIBUIDO POR **automatic s.a.**

Remita el presente cupón a AUTOMATIC, S. A. Dr. Rizal, 17, 19 Barcelona (6)

Vendedores de golosinas
 Chocolate - Caramelos - Chiclé
 Vendedores de bebidas calientes y frías
 Embotelladas y sin embotellar
 Vendedores de cigarrillos
 Palomitas de maíz (con monedas o sin monedas)
 Rollos fotográficos

Artículos perfumería
 Aparatos de recreo (pin-ball)
 Aparatos de proyección
 Musicales (tocabiscos)
 Photoquick
 Grabador de discos y otros vendedores (detallarse).

D. _____
 calle _____
 Población _____ Provincia _____
 Tipo de establecimiento _____

solicito información sobre las máquinas señaladas con una X. Gracias

(Viene de la página 5) Apartado legal
butaria se complica en el caso de tratarse de personas distintas.

En tal caso, ¿cuál es la relación existente entre el propietario del aparato y el dueño del establecimiento? ¿En qué situación y bajo qué condiciones se entrega el aparato?

Creemos evidente que el aparato se entrega en concepto y bajo forma de arrendamiento, y ello en virtud de la definición que de éste da el art. 1543 del Código civil: "una de las partes se obliga a dar a la otra el goce o uso de una cosa por tiempo determinado y precio cierto".

En nuestro caso, el propietario del aparato lo entrega al del establecimiento, normalmente por tiempo determinado, y también por precio cierto, aunque este precio quede aún indeterminado como un porcentaje de las recaudaciones. Pero la jurisprudencia de nuestro Tribunal Supremo admite ser cierto el precio cuando consiste en tal porcentaje, de forma que —aún indeterminado en el momento inicial del contrato— pueda posteriormente determinarse ciertamente durante su transcurso.

Así quedan ya definidas las posiciones del propietario del aparato y del dueño del establecimiento; son respectivamente un "alquilador" o "arrendatario" del aparato, y un explotador del mismo. Y sus obligaciones tributarias en orden a la Licencia Fiscal del Impuesto Industrial se desprenden de tal carácter, y vendrán obligados:

1. El dueño del establecimiento, explotador del aparato, vendrá obligado a cursar el alta de Licencia Fiscal por los epígrafes 9.855 f) ó 9.854 i), según los casos.

2. El propietario del aparato deberá cursar el alta por el epígrafe 7.451 c) "Alquiler, limpieza y conservación de tocadiscos..." (Cuota de 1.600 ptas. en Madrid y Barcelona); si bien no existe un epígrafe exacto para el alquiler de los "futholines electrónicos", lo que quizás le obligarán a formular un alta por el epígrafe 7451 a) "Alquiler, limpieza y conservación de maquinaria agrícola e industrial de todas clases" (Cuota de patente de 3.000 ptas.), o por el 9951 "Servicios no clasificados" (700 ptas. en poblaciones de más de 100.000 habitantes).

(Viene de la página 16) La venta Automática en los EE. UU.

EL AUMENTO DE MAQUINAS EN EXPLOTACION

	Distribuidoras de leche	Distribuidoras de helados
1960	52.500	36.500
1959	47.300	34.700
1958	41.750	31.700
1957	36.400	31.400
1956	27.500	29.000

VENTAS BRUTAS DE PRODUCTOS LACTEOS EN MAQUINAS AUTOMATICAS

	Leche	Helados
1960	\$ 61.630.000	\$ 25.550.000
1959	\$ 55.473.000	\$ 25.575.000
1958	\$ 45.952.000	\$ 23.299.000
1957	\$ 43.680.000	\$ 22.765.000
1956	\$ 35.640.000	\$ 20.300.000

Balsa del Automático

PRECIOS DE APARATOS NUEVOS, FACILITADOS POR LOS FABRICANTES

<u>Aparato</u>	<u>Tipo</u>	<u>Fabricante</u>	<u>Distribuidor</u>	<u>Precio</u>
Sinfonola 96	Tocadiscos	GEDASA		60.000'—
Ventamatic 63	Distribuidor	Azkoyen	Automatic, S. A.	8.800'—
Babymatic	Distribuidor	Azkoyen	Automatic, S. A.	2.975'—
Sur - Me	Distribuidor	Azkoyen		500'—
Habilín (G)	Pin - Ball	Escardíbul		39.540'—
Bumper BL 114	Pin - Ball	Laguna		23.000'—
Futbolín Gol	Futbolín	Laguna		10.000'—
Tour	Pin - Ball	Petaco		31.200'—
Gran Avenida	Pin - Ball	Vaher	Billares Soler	25.000'—
Volando Alto	Pin - Ball	Vaher	Billares Soler	25.000'—
Super Circo	Pin - Ball	Vaher	Billares Soler	25.000'—
Stop	Pin - Ball	Vaher	Billares Soler	25.000'—
Carrera de Caballos	Pin - Ball	Stuar	Automatic, S. A.	30.000'—
Sideral Senior	Pin - Ball	F. A. E. R.		27.000'—
Sideral Junior	Pin - Ball	F. A. E. R.		18.000'—
Colorín	Pin - Ball	Orús		30.000'—
Carrera de Automóviles	Juego Salón	Superson		35.000'—

PRECIOS ORIENTATIVOS DE APARATOS USADOS

Ventamatic 60	Distribuidor	Automatic, S. A.	6.500'—
Sinfonola 24	Tocadiscos	GEDASA	25.000'—
Bumper BL 108	Pin - Ball	Laguna	8.000'—
Colorín Penalty	Pin - Ball	Petaco	12.000'—
Colorín	Pin - Ball	Petaco	12.000'—
Diana	Pin - Ball	Petaco	12.000'—
Sinfonía	Pin - Ball	C. M. C.	15.000'—
Trinidad	Pin - Ball	C. M. C.	15.000'—
Autobol	Pin - Ball	Inter-Automatic	22.500'—
Tour	Pin - Ball	Petaco	25.000'—
Competición	Pin - Ball	Petaco	28.000'—

ANUNCIOS POR PALABRAS

En esta sección se publican las ofertas de compra, venta etc. de aparatos automáticos accionados por monedas, y de sus accesorios etc.

Cada línea 10' - ptas. (Mínimo a contratar 5 líneas, unas 150 letras)

FORMA DE PAGO. - Totalmente por anticipado, mediante Giro Postal o Cheque a nombre de "El Mundo del Automático" que debe acompañar al original. Sin este requisito no se publicará ningún anuncio.

La correspondencia dirigida a los anuncios por palabras, debe llegar en sobre aparte, indicando en el mismo el número del anuncio al que va dirigido.

AUTOMATICOS

CMC

Consulte precios y modelos a nuestros Representantes en provincias o directamente a Fábrica.

Primer fabricante en España de aparatos electrónicos del "millón"

"EL AUTOMATICO ESPAÑOL"

AVDA. NAVARRA, 18 - TELEFONO 14239 - ZARAGOZA (ESPAÑA)

Nuevo y atractivo



MODELO SIDERAL NAUTICO

Sin averías
Inversión ideal
Decorativa
Económica
Recreativa
Atractiva
Lo única

No dude:

Aumenta sus ingresos
Un porcentaje mayor
Tecnicamente mejor
Incomparable
Comercial
Original



FABRICA DE APARATOS ELECTRONICOS RECREATIVOS, S.L.

EMBAJADORES, 55 - MADRID 5 - TELEF. 2307522

música y
mayores
beneficios



Sinfonola 96 selecciones



He aquí la máquina que
le proporcionará más
clientes y... con

**MÁS CLIENTES,
¡MAYORES GANANCIAS!**

Tocadiscos
automático de
alta fidelidad

Se amortiza sola



RASGO

FABRICADO POR

GENERAL ESPAÑOLA DE AUTOMÁTICOS, S. A.



SAN QUINTIN, 10 - MADRID