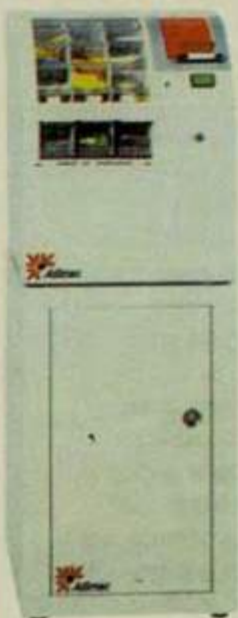


Mundo VENDING

TECNICAS Y SERVICIOS

REVISTA TÉCNICA INDEPENDIENTE AÑO VII Nº 43 1998



MICRO MART

Exendedor automático de snacks y sólidos. Shopper a tambor rotativo horizontal. Hasta 108 selecciones con precios diferentes. Snacks, cigarrillos, compacts, monodosis de café, vídeos, perfumes y cualquier pequeño objeto embalado. Mueble auxiliar de soporte opcional. Dim.: 57 x 45 x 58. Peso: 51 Kg.

FRESH MART

Es un pequeño shopper horizontal refrigerado (7° C). Unidad refrig. de 1/8 HP. Descongelación automática programable. Visión completa de 3 a 6 compartimentos. Hasta 144 selecciones. Precios distintos. Monederos de todo tipo. Dim.: 128 x 79 x 66. Peso: 80 Kg.
MINIMART
Sin refrigeración. Dim.: 57 x 70 x 66. Peso: 60 Kg.



BISTRO

Grupo café en plástico. Sistema de dispensación de azúcar y vasos (400 u.) automática. Caldera de 1 lts. en acero inoxidable. Teclado de 12 pulsadores con posibilidad de hasta 66 selecciones diferentes. Parámetros programables a través del teclado. Monederos MDB, BDV, EXECUTIVE. Dim.: 80 x 52 x 43/55. Peso: 55/70 Kg.

Exendedores automáticos para pequeñas colectividades



La mejor jugada para incrementar sus ventas



NEWS-VENDOR

Distribuidor automático de revistas y periódicos. Gran visibilidad del producto expuesto. Extraordinaria facilidad de carga. Dos/cuatro contenedores de hasta 100 unidades. Programación a través del teclado. Sistema de alarma programable. Precios distintos por contenedor. Posibilidad de precios distintos por horas/días. Acepta todo tipo de monederos. Dim.: 183 x 75 x 74. Peso: 120 Kg.

MINI DRINK

Pequeño distribuidor automático de bebidas refrigerado. Acepta latas de 25/33 cl. y botellas de 50 cl. 3/4 selecciones hasta 144 latas. Unidad refrigerante de 1/8 HP. Descongelación automática programable. Monederos standard. Dim.: 107 x 56 x 71. Peso: 96 Kg.



COVENDHOS, S.L.

Travesía Industrial, 149 5ª C
08907 Hospitalet de Ll. (Barcelona)

Tel. 93. 335 30 59
Fax 93. 335 67 40

*Como este simple vaso
se ha convertido*



*en una buena
solución
para el "vending"*



eurous sa

SERIE VENDING

Porque está fabricado en las nuevas y modernas instalaciones, herederas de la experiencia, tecnología y calidad, de muchos años; dando a NUESTROS VASOS la seguridad, fiabilidad y diseño exigido por el profesional del VENDING, a quien le personalizamos el vaso y le ofrecemos una gama completa y muy competitiva, respondiendo a todas sus necesidades.

EUROUS SA: Laurea Miró, 391 - 08980 - Sant Feliu de Llobregat (Barcelona). ESPAÑA Tel. 93 685 99 41- Fax 93 685 99 45

DELEGACIONES Y ALMACENES

FRANCIA (07) 33 563 35 36 15	MADRID 91 870 29 97- 91 662 02 30	ZARAGOZA 976 52 96 08	CORDOBA 957 65 44 51
PORTUGAL (07) 35 113 13 87 31	ASTURIAS - CANTABRIA 98 530 06 21	SEVILLA 952 58 28 90	EXTREMADURA 924 32 70 86
CANARIAS 928 27 80 66	VALENCIA 96 134 03 48	MALAGA 952 32 39 19	MURCIA 968 21 19 07
BALEARES 971 29 65 58	GALICIA 981 53 08 24	PAIS VASCO 945 24 90 90	



Azkoyen Comercial S.A.

SERVICIO DE VENDING

Avda. San Silvestre, s/n.

Tels.: 948 709 709

Télex: 37799 AZKO E

Telefax: 948 709 706

31350 PERALTA (Navarra)

SPAIN

Alava	943 20 31 12	Cádiz	95 469 40 41	Huelva	95 469 40 41	Navarra	948 70 98 16	Tenerife	928 61 50 17
Albacete	967 21 69 17	Cantabria	943 20 31 12	Huesca	974 22 75 12	Orense	988 24 69 70	Teruel	902 106 107
Alicante	96 663 40 71	Castellón	964 22 25 04	Ibiza	971 31 17 81	Palencia	983 29 30 39	Toledo	925 82 00 89
Almería	950 22 66 53	Ciudad Real	902 106 107	Jaén	95 469 40 41	Palmas (Las)	928 23 42 39	Valencia	96 375 88 69
Andorra	07-376 82 43 33	Córdoba	95 469 40 41	León	987 22 30 13	Pontevedra	902 103 637	Valladolid	983 29 30 39
Asturias	98 527 14 14	Coruña (La)	902 103 637	Lérida	902 106 107	Rioja (La)	948 70 98 16	Vizcaya	943 20 31 12
Avila	983 29 30 39	Cuenca	91 383 87 46	Lugo	902 103 637	Salamanca	983 29 30 39	Zamora	987 22 30 13
Badajoz	95 469 40 41	Gerona	972 17 11 19	Madrid	91 383 87 46	Segovia	983 29 30 39	Zaragoza	976 57 08 00
Barcelona	93 313 38 45	Granada	95 224 44 77	Málaga	95 224 44 77	Sevilla	95 469 40 41		
Burgos	947 20 74 44	Guadalajara	902 106 107	Mallorca	971 73 06 58	Soria	902 106 107		
Cáceres	95 469 40 41	Guipuzcoa	943 20 31 12	Murcia	968 28 22 26	Tarragona	977 77 30 50		

SUMARIO

NOTICIAS

HOSTELCO, MARCO DE "LA ALIMENTACIÓN DEL FUTURO"	6
REELEGIDO EL PRESIDENTE DE ANEDA	7

FERIAS

D.A. EXPO'98: ¡AÚN MÁS AMBICIOSA!	8
INDUFERIAS, MÁS INTERNACIONAL QUE NUNCA	9
IMA SIGUE CRECIENDO	10
HOSTELCO, EN PLENO AUGE	11
QUINTA EDICIÓN DE ALIMENTARIA LISBOA'99	12

REPORTAJE

LA NUEVA GENERACIÓN DE MENÚS PARA EL VENDING	17
SANDWICHES CALIENTES EN 60 SEGUNDOS	20

TEMAS

EJES DE DESARROLLO DEL MERCADO DE VENDING EN FRANCIA	22
---	----

JORNADAS

JORNADA SOBRE EL EURO, ORGANIZADA POR LA ACV	28
--	----

CONFERENCIAS

LAS TARJETAS DE PAGO EN LAS EE.SS: MÁRGENES Y COSTES (y III)	31
---	----

MAQUINARIA Y PRODUCTOS

ENVASES PARA ATMÓSFERA MODIFICADA	35
VENDING PARA PRODUCTOS CONFECCIONADOS	36
CONTADORA DE BILLETES PEQUEÑA Y VELOZ	37

COLECCIONABLE

HISTORIA DEL VENDING EN INGLATERRA (II)	38
---	----

La opinión de los artículos publicados no es compartida necesariamente por la revista y/o los editores, y la responsabilidad de los mismos recae exclusivamente sobre sus autores.
© Copyright. **Ediciones Tecnipress**
Barcelona 1993
TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS

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

MUNDO VENDING

Núm. 43 Septiembre-octubre 1998
Año VII Precio: 1.200 Ptas.

Edita:

Ediciones Tecnipress, S.L.

Director comercial y de publicaciones:

Gonzalo Amorós

Jefe de redacción:

Àngels Soley

Colaboradores:

Laurent Cohen; Nuria Ortola; Juan Iborra;

Ernesto García

Producción y coordinación:

Eliana Solsona

Maquetación:

Departamento propio

Diseño:

Solsona

Suscripciones y atención al cliente:

Patri Concha

Administración, redacción y publicidad:

C/. Aragón, 63 - Entlo. 2.ª

08015 BARCELONA (ESPAÑA)

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

Agente en Italia

Luciano Massarelli / ECOM S.R.L.

Piazza S. Michele, 29

31029 VITTORIO VENETO (TV)

Tel. (+39) 0438/940746 r.a.

Fax (+39) 0438/940227

Difusión:

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

Cubierta:

Estucado 2/C 170 grs.

Interior:

Estucado 2/C 90 grs.

Suscripción anual (6 números):

6.000 Ptas.

Distribución:

Badal Post - Servicio D.G.C.T

Control notarial de difusión

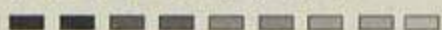
Depósito Legal:

B-31.208/90

MIEMBROS DE LAS SIGUIENTES
ASOCIACIONES

FIP
FEDERACIÓN INTERNACIONAL
DE LA PRENSA PERIÓDICA

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



Gran escaparate para el vending

La distribución automática se prepara para uno de los escaparates importantes del sector en Europa. Se trata de la celebración de D.A.EXPO en París, que este año llegará a su quinta edición.

El evento se celebrará con buenas expectativas para el sector francés. El vending ha experimentado un alto crecimiento en Francia, con un incremento del 10% durante 1997 y una previsión de un enorme auge con la desmonetización y con la evolución de la gestión del tiempo de trabajo.

Francia se está convirtiendo en un mercado de vanguardia en la implantación del Euro, el Monedero Electrónico, los nuevos medios de pago y la gestión a distancia con la incorporación de la informática.

La feria pues, se puede convertir en un aparador inmejorable de los cambios monetarios y tecnológicos que se suceden a los albores del año 2000 en el marco europeo.

En España, como en Francia, los fabricantes van introduciendo modificaciones a los elementos electrónicos de los distribuidores automáticos «sobre la marcha», ya que aún no están completamente definidos los cambios definitivos.

El Editor.

MUNDO VENDING

Hostelco, marco del simposium «la alimentación del futuro»

Coincidiendo con Hostelco'98, se celebrará en el recinto ferial de Barcelona Montjuïc 1, en el palacio nº 2, el Simposium «La alimentación del futuro». El acto está patrocinado por la Diputación de Barcelona, que ha confiado la organización del mismo a ACEPH, Asociación Catalana de Centros Privados de Hostelería.

La vida actual conlleva, inevitablemente, un cambio de hábitos en la alimentación que afecta a gran parte de la sociedad y como consecuencia, también a la restauración que se ofrece especialmente en las grandes ciudades. Estas jornadas pretenden ser el marco idóneo para que ponentes y asistentes dialoguen sobre las nuevas tendencias y sobre como adaptarse a los cambios que se producirán en los próximos años.

En el área científica de las jornadas intervendrán destacados nutrólogos, dietistas y antropólogos que pondrán en común sus diferentes posiciones de como será la alimenta-



ción del futuro. La segunda área de trabajo se centrará en las nuevas tendencias de la restauración, donde profesionales del sector disertarán sobre las actuales y futuras tendencias de la restauración rápida.

Por último, en la tercera de las áreas se debatirá sobre alimentación y consumidores del siglo XXI, dedicando especial atención a las grandes coci-

nas, en este foro serán los grandes chefs del momento quienes aportarán sus conocimientos.

Cada una de estas sesiones estará moderada por reconocidos periodistas gastronómicos que aportarán su visión personal sobre el futuro de la alimentación y la gastronomía. Han confirmado su asistencia: José Carlos Capel, Luís Bettonica y Llorenç Torrado ●

Manuel Lao controla Cirsa al comprar el 50% de su hermano

Manuel Lao, presidente del holding empresarial Cirsa, que controla más del 50% de la cuota de mercado español de máquinas tragaperras, ha comprado las acciones de su hermano Juan en la empresa. Tras adquirir el 100% del capital social de Cirsa, Manuel ha fusionado su compañía con el grupo Leisure and Gaming Corporation

(L&G), también impulsado por él mismo aunque esta vez, asociado con Manuel Lao Gorina, su hijo.

La nueva sociedad seguirá presidida por el padre y Lao Gorina será el número dos, ocupando la vicepresidencia.

La compra de las acciones, por unos 20.000 millones de pesetas, se formalizó a mitad de julio. La operación confirma la

estrategia de crecimiento internacional iniciada por Manuel Lao y que comenzó con la creación de L&G hace dos años. El presidente dejó entrever hace cinco meses, en la presentación de los resultados económicos de la empresa, que L&G se expansionaría rápidamente y facturaría 300.000 millones de pesetas anuales antes de 10 años ●

Cayo Noé Quintanilla reelegido por sexta vez como presidente de ANEDA

De un total de 87 empresas, 29 votaron la candidatura de Carlos López y las 58 restantes, la de Cayo Noé Quintanilla

El Comité Directivo de la Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos, ANEDA reeligió a Cayo Noé Quintanilla como presidente el pasado 20 de junio en la Asamblea General Ordinaria de la entidad. De esta manera, el empresario ha llegado a su sexta legislatura como presidente de ANEDA. Tras dos años de mandato -el Comité Directivo de esta organización tiene una vigencia bienal-, Cayo Noé Quintanilla vuelve a la presidencia, cargo que se prolongará hasta el año 2000.

Las elecciones de ANEDA destacaron en esta ocasión porque por primera vez se presentaron dos candidaturas a la Presidencia.

Carlos López, de Sematic presentó una candidatura alternativa, acompañado de Fernando Barrutia de Mars Electronics, Pedro Tejedor de Tratécnica, Antonio Llarío de Vending Levante; Pascual Martínez de Demas y Abel Martínez de Oper Delicias.

La candidatura continuista de Cayo Noé Quintanilla se presentó en esta ocasión apoyado por Raúl Benito de VAT, Francisco Orús de Eurous,



Mercedes Zuazarregui de Automatic, Umberto Ríos de JSP e Hipólito Muñoz de Servimatic.

En total, votaron 87 empre-

sas, de las que 29 votos fueron para la candidatura de Carlos López y los 58 restantes escogieron la opción de Cayo Noé Quintanilla ●

D.A. EXPO 98: ¡aún más ambiciosa!

La quinta edición de D.A. EXPO, Salón Europeo de la Distribución Automática ha sido organizada para el próximo mes de noviembre en París, por el grupo Miller Freeman. Este evento está patrocinado por la NAVSA (Cámara Sindical Nacional de Venta y Servicios Automáticos), socio activo de la feria.

Atenta a las necesidades del consumidor final, la distribución automática diversifica y perfecciona cada vez más su oferta, para innovar tanto a nivel de las máquinas como en materia de sitios de implantación y de productos y servicios.

Nuevos conceptos, nuevas máquinas adaptadas a las necesidades de las PYMES, más productos frescos, nuevos servicios, nuevos sistemas de pago... la distribución automática va anticipándose a las evoluciones de nuestros modos de vida.

Existe una demanda de calidad, que también se aplica a los profesionales. Al contrario de lo que se cree comúnmente, el sector requiere más mano de obra para comercializar, instalar, asegurar el mantenimiento y el aprovisionamiento de los sistemas. En este contexto, la profesión, en Francia, se organiza y pone en marcha unas formaciones específicas y un proceso de certificación de servicios.

Todos los componentes de esta evolución se presentarán en la próxima feria D.A. EXPO y se apreciarán tanto a través de los stands de los expositores franceses e internacionales como de los talleres propuestos por la NAVSA y de los Premios D.A. EXPO 98 - Innovación Europea en Distribución Automática.



Una feria más larga

D.A. EXPO tendrá una duración de 5 días, es decir, con un día adicional a petición de los expositores, del martes 4 de noviembre al domingo 8 de noviembre de 1998.

La superficie de exposición ha ido en progresión del 30% con más de 10.000 m². En total, 150 expositores y 10.000 visitantes profesionales previstos.

D.A. EXPO'98 propone un panorama completo de la distribución automática. Según los organizadores estarán presentes todas las formas de distribución (caliente, frío, en caja, en botella, en vaso...), todos los productos (bebidas, confitería, productos alimentarios frescos, platos cocinados, productos de higiene, vídeo...) y todas las innovaciones

tecnológicas en primicia. Asimismo, estarán presentes todos los sistemas de pago, accesorios, materiales derivados y servicios anexos.

Esta edición también presenta los principales temas de la distribución automática: el equipamiento en distribución automática de las PYMES y el desarrollo del OCS, el desarrollo de la pequeña restauración en distribución automática,

la certificación de servicios en vending, el paso al Euro, la desmonetización y el monedero electrónico.

Innovaciones francesas

La feria D.A. EXPO es una oportunidad única para descubrir las últimas novedades, a menudo sorprendentes, del mundo de la distribución automática.

Algunos ejemplos innovadores franceses a observar serán: el primer Roboshop de Casino en Lyon, un distribuidor de platos cocinados en el Hôpital Américain de Neuilly, distribuidores automáticos en los TGV, puntos «Lavazza Espresso» en el Stade de France, la Poste: la tarjeta multi-aplicaciones probada en Bobigny y un distribuidor de billetes de mando vocal ●

Induferias, más internacional que nunca

Induferias, Feria Internacional de Atracciones de ferias, Parques Infantiles y Elementos Auxiliares, celebrará su 15ª edición en Valencia del 24 al 27 de noviembre con un importante aumento de la participación extranjera.

Induferias, única feria de sus características que se convoca en España, tiene confirmada la participación de 14 grandes empresas extranjeras de atracciones procedentes de Italia, Francia y Alemania.

Los expositores están realizando un gran esfuerzo de cara a la próxima cita en Valencia, donde exhibirán las atracciones más novedosas tal y como podrán verse en funcionamiento. Esto supone un aliciente



adicional para visitar el certamen, ya que los fabricantes hasta el momento se limitaban a presentar sus novedades mediante catálogo o vídeo.

Además, como en anteriores ocasiones, Induferias dedicará una zona exterior para la venta de atracciones de segunda mano. Este tipo de venta se ha incrementado en los últimos años dado que las atracciones son cada vez más espectaculares y los clientes exigen lo último, por lo que los industriales feriantes se ven obligados a renovar con mayor frecuencia.

Buenas perspectivas

Las perspectivas para Induferias'98 son excelentes. Han sido precisamente los fabricantes extranjeros los que se han inscrito de forma más temprana para poder disponer de los mejores espacios ●

HOSTELCO 98

SALÓN INTERNACIONAL DEL EQUIPAMIENTO PARA RESTAURACIÓN, HOTELERÍA Y COLECTIVIDADES
Barcelona del 11 al 15 de Noviembre 1998

ENTRA EN TU SALÓN VEN A HACER NEGOCIO

Solicitud gratuita de información

Envíanos este cupón por fax o correo, y recibirás toda la información que solicitas de la gran feria de tu sector

Nombre y apellidos

Empresa

Dirección

Cargo

Población

Teléfono

- Interesado como EXPOSITOR
 Interesado como VISITANTE



F.E.L.A.C.



Fira de Barcelona

Av. Reina Ma. Cristina, s/n 08004 Barcelona.
España. Tel. (93) 233 23 45 Fax (93) 233 23 56



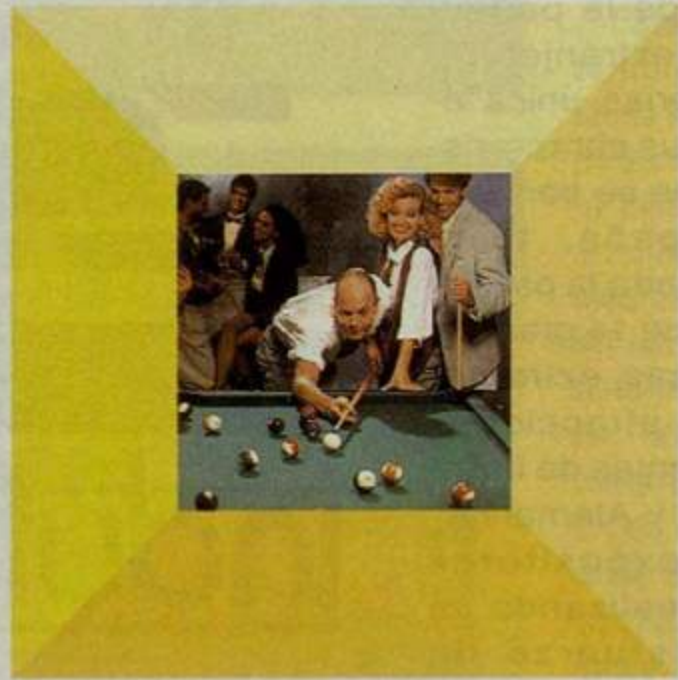
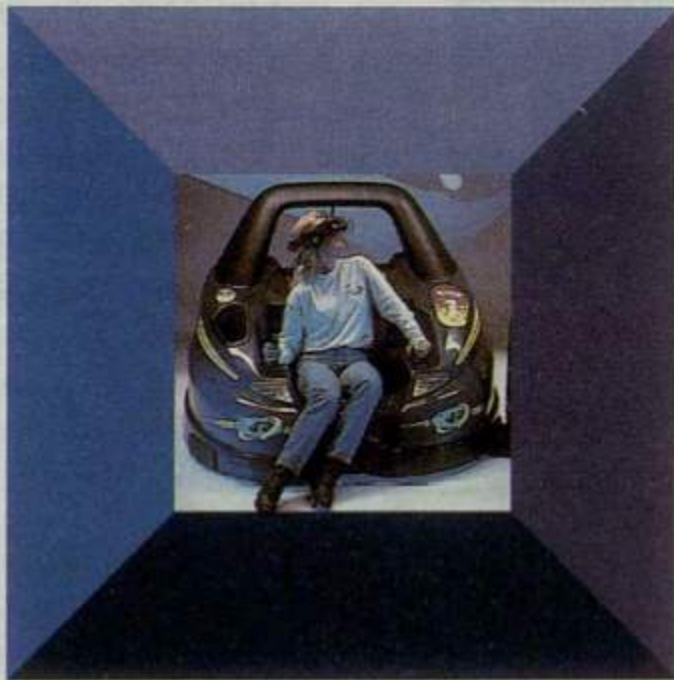
IMA sigue creciendo

Con un número de expositores que excede a los 230, todos ellos procedentes de 22 países, la feria IMA, Feria Internacional de Máquinas Recreativas y Vending abrirá sus puertas del 18 al 21 de noviembre de este año en la feria Frankfurt.

tora de proyecto de IMA, Petra Lassahn.

Empresas procedentes de 21 países han contratado stands. Entre ellas, algunas firmas que exponen en IMA por primera vez: Dinamarca, Hungría, Luxemburgo, Polonia, Rusia y Turquía. Para Petra Las-

esta edición un servicio de reserva para los viajes a IMA, que pueden ser reservados individualmente o en grupo. Los visitantes procedentes de España, Francia, Italia y Gran Bretaña tienen la posibilidad de reservar paquetes de viaje que incluyen estan-



El nuevo hall 8 destinado para la feria, con 30.000 m² de espacio para la exhibición, ofrece la posibilidad de ubicación de stands creativos. «**Muchas empresas han contratado stands inusualmente grandes**», afirma la direc-

sahn esta es la prueba más evidente de que la feria ha crecido.

Según los contactos mantenidos por la directora, el interés por la feria nunca ha sido tan grande como en este año. La organización ferial ofrece

ciencias de hotel con almuerzo y, por supuesto, la visita a la feria. Con estas reservas Miller Freeman ofrece la posibilidad también de adquirir el pase de visitante ahora y así poder evitarse las colas de entrada ●

Hostelco, en pleno auge

El Salón Internacional del Equipamiento para Restauración, Hotelería y Colectividades, Hostelco'98, afronta una nueva edición con la decidida pretensión de acercarse a la situación en la que el café se encuentra en nuestro país. Pero la edición de este año no estará dedicada exclusivamente a esta bebida estimulante.

Algunas de las más prestigiosas empresas de productos y servicios para la restauración y la hotelería también tomarán parte en este certamen con el objetivo de ofrecer a sus clientes potenciales una amplia oferta que incluya tanto los úti-

HOSTELCO'98

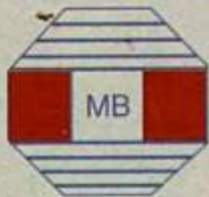
les más tradicionales como las últimas novedades en este ámbito.

Hostelco'98 se celebrará del 11 al 15 de noviembre en el recinto ferial de Montjuïc-1, y aumentará su superficie de exposición en un 25% con respecto a la anterior edición. El salón ocupará 38.500 m², y reunirá a 585 expositores nacionales y 57 extranjeros.

Esta edición de Hostelco incorporará el área de ex-

posición Café, copa y puro, donde esta bebida estimulante será la protagonista. Esta zona reunirá a empresas elaboradoras, fabricantes y comercializadoras de café, tes, infusiones, azúcar, cacao, licores, puros, máquinas de café y accesorios y productos afines que mostrarán las novedades del sector, además de ayudar al visitante a imbuirse en las tradiciones del café ●

CLASIFICADORAS DE MONEDAS - CONTADORAS DE BILLETES



MECABAN - S.A.

Teléfonos: 547 84 83/547 84 88

Fax: 548 44 88

Móvil: 929-18 79 04

Leganitos, 35 - 28013 MADRID

Quinta edición de Alimentaria Lisboa'99

En estos momentos se está preparando la que será la quinta edición de Alimentaria Lisboa'99, Salón Internacional de la Alimentación que tendrá lugar del 1 al 5 de mayo en la Feria Internacional de Lisboa.

Alimentaria'99, en Lisboa, está constituida por 8 áreas diferentes, con una segmentación que tiene por objetivo facilitar la visita de los compradores profesionales y permitir una localización optimizada de los productos en exposición.

Tecnoalimentaria expone las tecnologías, los equipamientos, los ingredientes y aditivos para la producción de alimentos.

Equipa Restauração expone los equipamientos y servicios para restauración y hostelería, catering, fast food y vending.

Multiproducto engloba las empresas de productos alimentarios como los perecederos, conservas, alimentación animal, bebidas sin alcohol y cervezas.

Mundidoce engloba los productos de pastelería y confitería, galletas y dulces.

Congelexpo engloba los productos congelados y refrigerados.

Intercarne engloba los productos cárnicos y sus transformados.

Expolácteos engloba los productos lácteos y derivados.

Expovin engloba los vinos con Denominación de Origen, vinos espumosos, naturales y espumosos, vinos de mesa y bebidas espirituosas.

El sector alimentario portugués

El tejido comercial portugués sigue compuesto por un elevado número de tiendas a pesar de la constante reducción verificada en los últimos años, sobre todo desde el inicio de esta década.

En 1991 el universo de estable-

(Pasa a la pág. 14)



L I S B O A
 S A L Ã O
 INTERNACIONAL
 DA ALIMENTAÇÃO



El Sistema Universal



Sistemas de Venta y Control, S.L.

Enrique Granados, 63, 1.º, 1.ª - 08830 Sant Boi de Llobregat

Tel.: (93) 630 16 34 - Fax (93) 630 36 72

(Viene de la pág. 12)

cimientos de ACNielsen -hipermercados, supermercados, libres servicios, tiendas alimentarias presentaba 38.910 tiendas. Este número bajó en los años siguientes, para llegar a 31.374 al final del año 1996. El número de tiendas alimentarias está bajando gradualmente, pero Portugal continúa siendo el país de Europa con mayor número de establecimientos per cápita.

Al final del año, la relación era de 3,6 tiendas por cada mil habitantes, muy por encima de Holanda (0,5 tiendas/mil habitantes) e incluso de España que registra 2,1 tiendas/mil habitantes.

Tipo de tiendas

Por formato de tienda, los hipermercados no representan más que el 0,1% del total del universo Nielsen considerado. Les siguen los supermercados, que son 2,7% del total y las tiendas puras de alimentación con el 6,7%, los autoservicios con el 7,9% y las tiendas tradicionales con el 82,6%.

Respecto a 1995, los hipermercados mantuvieron su porcentaje total de establecimientos. Los supermercados subieron (2,3% del total en 1995), tal como las tiendas de alimentación (6,6%) y los autoservicios (7,6%). Las tiendas tradicionales vieron reducida su importancia (83,4%)

En conjunto, estos establecimientos realizaron en 1996 ventas por valor de 1.293 millones de contos, con un crecimiento del 5% frente a los 1.231 millones de contos registrados en 1995.

La cuota de los hipermercados en el volumen de tiendas de alimentación bajó del 42,4% en 1995 (522 millones de contos) hasta el 41,25% en 1996 (533 millones de contos). Esta fue la primera vez que la cuota de este tipo de tiendas bajó desde 1985, año en el que abrió el primer hipermercado de nueva generación en Portugal.

En el mismo período, los su-



Diferentes representantes feriales y del sector de la alimentación, durante la presentación de la feria en Barcelona

permercados subieron su cuota del 28,7% (353 millones de contos) hasta el 34,4% (445 millones de contos); la cuota de los autoservicios bajó del 7,9% (97 millones de contos) hasta el 7% (91 millones de contos); las tiendas tradicionales vieron también reducidas su cuotas, de 18,4% (227 millones de contos) al 14,9% (193 millones de contos); y la cuota de las tiendas de sólo alimentación bajó del 2,6 has-

ta el 2,5%, manteniéndose estable el volumen de ventas en 32 millones de contos.

Considerando el total del comercio alimentario y no alimentario de productos de gran consumo, el mercado total en Portugal registró en 1996 un volumen de ventas de 4.440 millones de contos.

De este volumen global, cerca del 57% corresponde a productos alimentarios, con un valor

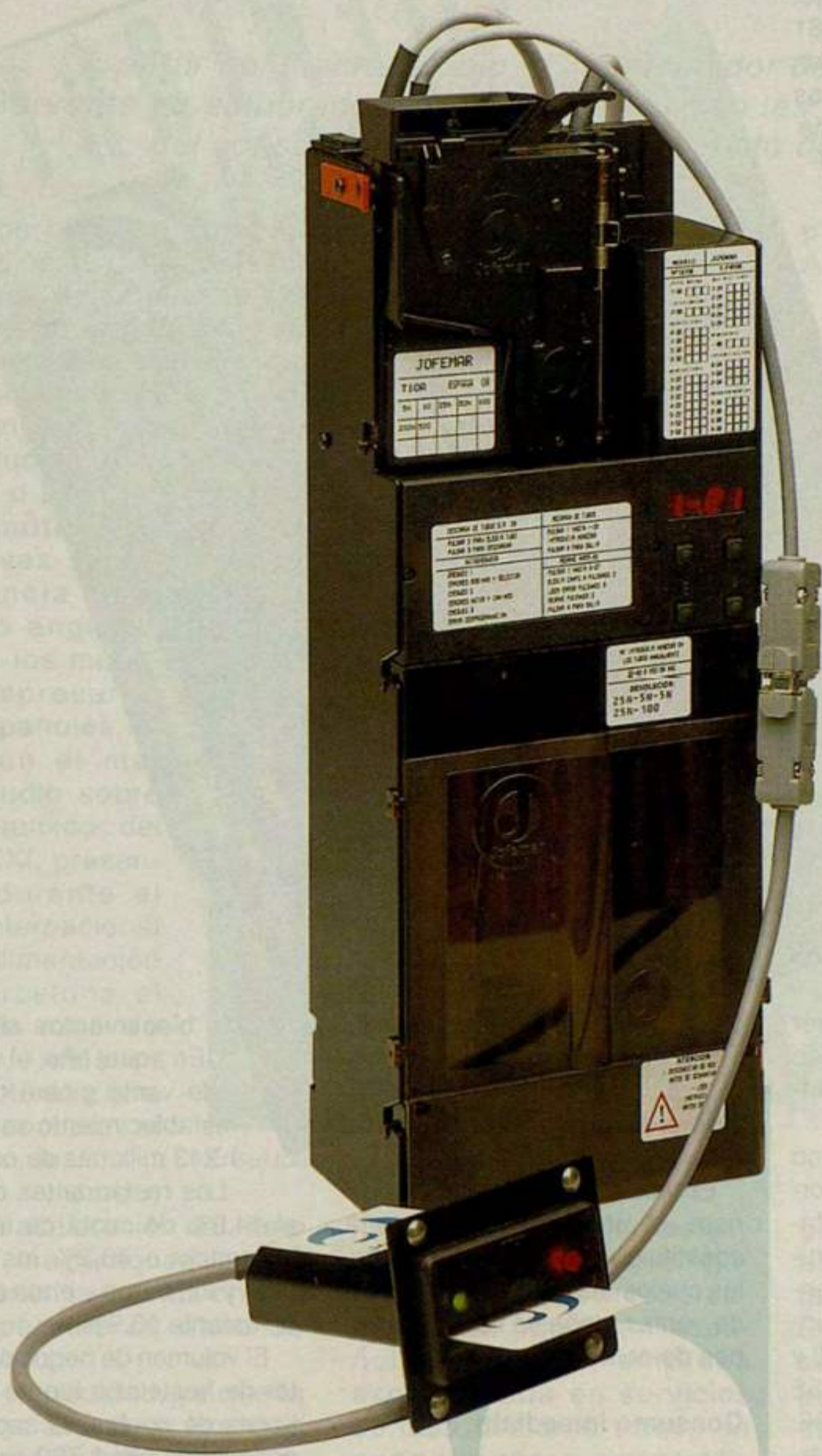
(Pasa a la pág. 16)



Jofemmar

Compacto J-2000

El monedero electrónico de 5 tubos.



Jofemmar

La Garantía de un producto avalado por la Certificación **ISO 9001** del fabricante.

(Viene de la pág. 14)

aproximado de 2.500 millones de contos, casi el doble de la muestra constituida por el universo Nielsen analizado anteriormente.

En 1996 existían en Portugal 81 establecimientos detallistas con áreas de venta superior a los 1.000 m². Para este conjunto, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística, las ventas globales fueron de 540 millones de contos.

Los productos alimentarios y bebidas totalizaron un 56% de aquel volumen de ventas, situándose en 302 millones de contos. El peso de estos productos en el volumen de ventas es mayor



en los establecimientos de menor dimensión y alcanza el 78% en las tiendas con área de venta inferior a los 2.000 m².

Remitiéndonos al universo constituido por la Asociación Portuguesa de Empresas de Distribución (APED), que reúne los grupos detallistas de mayor dimensión, y sumando los grupos e insignias como Intermarché, Lidl y Dia, se registró un total de 586 tiendas con 588.000 m² en 1996.

El mismo año, la cuota de mercado del conjunto APED fue de 18,2% del mercado total, lo que corresponde a un volumen de ventas de 812 millones de contos. En 1997, el volumen de ventas global de este conjunto fue de 870 millones de contos, un 8% más que en 1996.

Comercio mayorista

En cuanto al comercio mayorista, el universo Nielsen está constituido por 193 cash & carry, los cuales realizaron un volumen de ventas globales de 432 millones de contos.

Consumo inmediato

En lo que respecta al índice de consumo inmediato el universo Nielsen tiene censados 55.478 establecimientos (al 31 de Diciembre de 1995), de los cuales el 8% son restaurantes, el 30,3% son snacks, el 43,9% son cafés y el 17,8% son bares y otros esta-

blecimientos similares. En aquel año, el volumen de venta global de estos establecimiento se situó en 1.243 millones de contos.

Los restaurantes detentan el 14,9% de cuota de mercado, los snacks el 40,2%, los cafés el 34% y los bares y otros detentan el restante 10,9%.

El volumen de negocio del sector de hostelería fue de 173 millones de contos. El sector está constituido por 2.700 empresas. Un estudio reciente de la Howarth Portugal sobre la industria hotelera en 1997 segmentó los ingresos del sector. La alimentación es responsable del 15% del total al tiempo que las bebidas representan cerca del 6% del total de los ingresos ●



La nueva generación de menús para el vending

A partir del macroestudio «el consumidor del siglo XXI», Serventa ha elaborado diferentes menús con las nuevas demandas del consumidor español en su puesto de trabajo

Los hábitos alimenticios de los trabajadores españoles se están viendo condicionados, cada vez más, por el ritmo laboral. Por ello, la pausa del almuerzo se está viendo reducida de dos horas y media o tres horas, a 45 ó 60 minutos, debido a la cada vez mayor influencia del mundo anglosajón en los modelos empresariales españoles.

Según el macroestudio sobre el consumidor del siglo XXI, presentado durante el Foro Internacional de la Alimentación de Barcelona el pasado mes de marzo, existen tres factores clave que preocupan al consumidor:

- El tiempo, dada la aceleración del ritmo laboral, las personas tienden a comer en la medida en que se lo permite su ritmo de vida.

- La comodidad, ya que la tendencia a que los dos miembros de la pareja trabajen aumenta, lo que mejora los ingresos domésticos, pero disminuye el tiempo libre, que es dedicado, en mayor medida, a actividades de ocio, reduciendo el tiempo dedicado a la compra y a la cocina. Por ello, los platos

deben ofrecer una gran facilidad y rapidez en su preparación.

- La salud, a pesar de ser fáciles de preparar, los platos deben permitir una dieta completa, sana, equilibrada y moderada. La calidad y la variedad se anteponen a la cantidad.

presas escogidas fueron Auzo Lagun y El Vergel.

Auzo Lagun es una empresa vasca que cuenta con una amplia experiencia en servicios de catering. El cometido de esta empresa fue el de desarrollar, en colaboración con Serventa, una serie de menús pre-cocinados, basados en recetas típicas de la cocina española, considerada como una de las más equilibradas del mundo.

Las ensaladas, protagonistas

Las ensaladas, protagonistas

Por otra parte, Serventa no se quería olvidar de una de las fuentes de vitaminas más importantes: las ensaladas. Para ofrecer una

gama lo más amplia posible de este tipo de platos, la compañía ha llegado a un acuerdo con la empresa madrileña El Vergel, especialista en la elaboración de todo tipo de ensaladas, verduras y hortalizas frescas.

Serventa, que ha iniciado recientemente la comercialización de esta nueva generación de menús en su red de máquinas expende-



Ensaladas

Tras el análisis de este y otros estudios que reflejaban las futuras necesidades de la población española, Serventa, empresa especializada en servicios de distribución a través de expendedoras automáticas, decidió establecer una serie de acuerdos con distintas empresas, para diseñar una nueva generación de menús que cumplieren todas las exigencias del consumidor español en su puesto de trabajo. Las em-

(Pasa a la pág. 18)

(Viene de la pág. 17)

doras, ha previsto una rotación de platos semanal, lo que permitirá a los consumidores tener acceso a una alimentación lo más variada y amplia posible.

Platos expendidos en las máquinas de Serventa

Ensaladas

Chicago (100 grs): lechuga, tomate cherry, maíz, zanahoria rallada.

Escarola (100 grs): lechuga, escarola, zanahoria rallada, tomate cherry.

Del Chef (100 grs): lechuga, zanahoria rallada, rabinito rallado, aceitunas negras y verdes.

Tudelana (100 grs): lechuga, zanahoria rallada, pimiento rojo, aceitunas negras.

Todas las ensaladas vienen presentadas en tarrinas, junto con un kit de cubiertos de plástico, servilleta, acei-



Conejo al chilindrón

te, vinagre y sal. El precio del kit es de 225 pesetas.

Platos cocinados

Pimientos rellenos de bacalao

Tortilla de calabacín y champiñón

Ensalada italiana

Bacalao a la vizcaina



Paella mixta

Pollo en su jugo
Tortilla de jamón y pimiento
Paella mixta
Albóndigas en salsa española
Tallarines en salsa
Chipirones en su tinta
Judías verdes salteadas
Ventrescas de merluza en salsa

Los pesos de las raciones varían entre 200 y 300 gramos. Todos los platos vienen presentados en tarrinas, junto con un kit de cubiertos de plástico, servilleta y un trozo de pan. Los platos rotan semanalmente para ofrecer una mayor variedad al consumidor.

Todos los platos son cocinados de forma totalmente artesanal. Posteriormente, el producto es pasteurizado para la garantizar la calidad higiénica. Los precios de los platos oscilan entre 265 y 795 pesetas, con un promedio de 475 pesetas ●

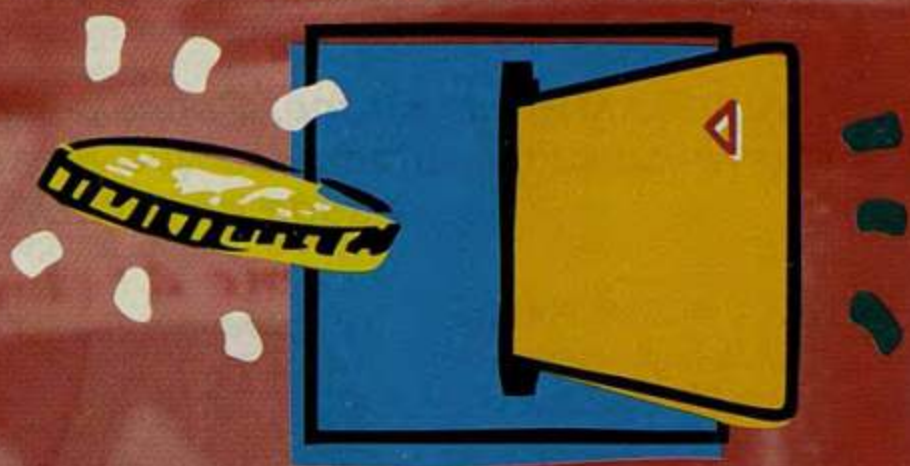
Dos empresas de la alimentación

Auzo Lagun es una cooperativa de trabajo asociado, creada en 1969, que forma parte de la Agrupación Agroalimentaria ERKOP, del Grupo Mondragón Corporación Cooperativa (MCC). Auzo Lagun se divide en cuatro unidades de negocio: unidad de platos cocinados, restauración colectiva, servicio integral sanitario y unidad de limpieza de edificios y locales. La empresa cuenta con la certificación ISO 9002.

El Vergel comenzó su actividad de elaboración de productos de huerta en 1994 y en la actualidad dispone de una

amplia gama de productos de comercialización estándar, así como de productos y formatos personalizados según las necesidades de los clientes. Entre sus clientes destacan empresas de catering nacionales e internacionales y un amplio abanico de empresas de servicios a colectividades. El Vergel ha implantado, desde el inicio de sus actividades, un severo control de calidad para asegurar la higiene y buen estado de todos sus productos, y actualmente se encuentra en fase de implantación de las normas ISO 9002.

D.A.



EXPO

Salon Européen de la
Distribution Automatique
Salón Europeo de la
Distribución Automática

DEL 4 AL 8 DE NOVIEMBRE 1998

PARIS EXPO

PORTE DE VERSAILLES

LA REFERENCIA EUROPEA EN DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA

1998, D.A. EXPO, 10 000 m² de innovaciones, cita única en Europa del mercado de la distribución automática.

1998, D.A. EXPO, el punto de encuentro de todos los profesionales del sector: **fabricantes** de distribuidores automáticos, productos, consumibles, materiales derivados y servicios, **directivos, consultores y usuarios** de la distribución automática.

1998, D.A. EXPO, hace el balance de los **grandes temas de actualidad**: Europa y la calidad de servicio en distribución automática.

1998, no puede faltar a la cita D.A. EXPO.

PARA MÁS INFORMACIÓN

Groupe Miller Freeman - D.A. EXPO

70, rue Rivay - 92532 Levallois-Perret cedex - Francia

tél : + 33 (0)1 47 56 21 50 - fax : + 33 (0)1 47 56 12 67

Patrocinado por NAVSA (Cámara Nacional de Venta y Servicios Automáticos).

un Miller Freeman
A United News & Media company

NAVSA
CHAMBRE SYNDICALE
NATIONALE
DE VENTE ET SERVICES
AUTOMATIQUES



Sandwiches calientes en 60 segundos

A principios de verano, Punsola hizo la presentación de la nueva máquina automática que tuesta y expende sandwiches en la sede de ANEDA en Madrid

El día 2 de julio, Punsola efectuó la presentación de *MealMatic-TE* la última máquina que la empresa especializada en distribución automática ha lanzado al mercado. El acto tuvo lugar en las dependencias que la Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos, ANEDA dispone en Madrid.

Hace aproximadamente dos años, la firma ya presentó la primera máquina de vending que elaboraba sandwiches de jamón y queso en pan de molde. Con el nuevo modelo ahora presentado, se dobla la capacidad de sandwiches, se posibilita la expedición de dos variedades de sandwich y se reduce el tiempo de espera -de un minuto y medio se pasa a un minuto.

La nueva máquina, que empezó su comercialización a principios de este año, tuesta y expende sandwiches calientes en 60 segundos. Debido a su gran rentabilidad y facilidad de manejo es muy adecuada para incorporarla combinando las existentes, proporcionando la posibilidad de ampliación de negocio en los lugares donde ya se está ofreciendo el servicios en refrescos y bebidas calientes. Según la gerente de Punsola, S.L., Rosa María Miró, la nueva expendedora resulta «una verdadera innovación en el sector de la distribución automática». Rosa María Miró, asegura que el ritmo de comercialización de la máquina está siendo «muy bueno».

Durante el acto de presentación, al que acudieron diferentes operadores de la comunidad de Madrid, se hizo una demostración de la expendedora en



funcionamiento. Los asistentes pudieron degustar los sandwiches y ampliar la información en la charla que llevó a cabo Rosa María Miró. Posteriormente, tuvo lugar un ameno coloquio.

Punsola presenta a la *MealMatic-TE* como el complemento ideal a las máquinas de vending instaladas. Su atractivo diseño tiene un gran poder de reclamo que provoca la compra por impulso. Su imagen cálida y agradable, muy bien iluminada, seduce al posible consumidor y le invita a probar el sabroso sandwich.

La fidelización del cliente está garantizada. El tostado perfectamente uniforme y el suave fundido del queso hacen que el producto final, empleando productos de calidad, sea muy bueno y además ofrezca un aspecto inmejorable que sorprende gratamente al consumidor.

La ubicación de la *MealMatic-TE* puede ser en cualquier lugar donde haya afluencia de público: hospitales, universidades, institutos, escuelas, polideportivos, aeropuertos, estaciones de tren, trenes de largo recorrido, buques, cuarteles, empresas, parques recreativos, multicines, estaciones de esquí, administraciones, playas, parkings, gasolineras, juzgados, estaciones de autobuses, etc.

La rentabilidad de la nueva expendedora es muy alta. El margen unitario, diferencial entre el costo del sandwich y el precio de venta del mismo, es tradicionalmente muy elevado. Es destacable que este tipo de sandwiches son deseables en cualquier época del año, a cualquier hora y por personas de todas las edades y de todas las nacionalidades.

Gran capacidad y rapidez

Rosa María Miró señaló la gran capacidad de la nueva máquina: puede elaborar hasta 140 sandwiches (70 de cada clase) y el cliente puede elegir entre dos variedades. La programación de la expendedora permite aplicar un precio especial para la compra de dos unidades a la vez, una de cada.

La gerente de Punsola también destacó el corto tiempo de espera por parte del consumidor. Tan sólo 60 segundos, y el mismo tiempo para dos sandwiches a la vez.

El mantenimiento de uso es muy simple. Simplemente es necesaria la carga de los sandwiches y la limpieza básica. La periodicidad puede avenirse a la

conveniencia del operador teniendo en cuenta la fecha de caducidad del sandwich.

Los componentes básicos de la expendedora son un frigorífico donde se almacenan los sandwiches envasados a una temperatura entre 0 y 3 grados y una tostadora.

El funcionamiento es muy simple:

1- Introducir el importe. (Devuelve cambio).

2- Pulsar el botón del producto escogido. (Si el producto está agotado, el botón permanece encendido).

3- Esperar aproximadamente 60 segundos mientras el sandwich se tuesta. (El botón permanece iluminado intermitentemente).

4- Recoger el sandwich. (Precaución. Producto muy caliente).

Infinidad de sandwiches

Los sandwiches que admite la expendedora pueden ser de cualquier variedad.

Se preparan con pan de molde cuadrado fabricado industrialmente o elaborado artesanalmente en cualquier panadería y de medidas hasta 11 x 11 cms.

Se aconseja que el queso contenga un 45% de materia

grasa. Con ello se consigue un sandwich jugoso y se evita la utilización de grasas extra (mantequilla, margarina, etc.).

Los ingredientes deben ser de la mejor calidad. Es la clave del éxito. Un buen producto siempre conseguirá tener una clientela fiel.

Para la elaboración de los sandwiches además de las dos rebanadas de pan pueden emplearse los siguientes ingredientes:

- Para el más popular (también llamado biquini, mixto, croque monsieur, sandwich, etc,

mero 114 del pabellón 3 de la Plaza del Universo.

En Hostelco, Punsola va a efectuar la presentación-demostración de *Meal-Matic-TE*.

dependiendo del lugar) una loncha de jamón york y una loncha de queso. Se recomienda que uno de los canales sea de esta variedad debido a la gran aceptación entre los consumidores de todas las edades.

- Mallorca: una capa fina de sobrasada y una loncha de queso.

- Salami: una loncha de frankfurt (lo hay en barra cuadrada) y una loncha de queso.

- Frankfurt: una loncha de frankfurt (lo hay en barra cuadrada) y una loncha de queso.

- Chorizo: una o dos lonchas grandes de chorizo y una loncha de queso.

- Tortilla: una tortilla finita en-

Características Técnicas

- Tensión de alimentación: 220 V. 50 Hz.
- Potencia: 1,5 Kw.
- Dimensiones:
 - Alto: 1.910 mm.
 - Ancho: 995 mm.
 - Fondo: 960 mm.
- Peso: 375 Kg.
- Frontal arqueado e iluminado mediante dos tubos fluorescentes.
- Capacidad 140 sandwiches en dos compartimentos de 70 unidades.
- Monedero. Opcionalmente se sirve con monedero electrónico que admite todo tipo de monedas y devuelve cambio.

tera o en porción española, francesa, etc).

- Pollo o pavo: una loncha en fiambre y una loncha de queso.

- Bacón: unas tiras de bacon precocido sin corteza y una loncha de queso.

Pueden prepararse otros sandwiches según sean los típicos de cada región y según los hábitos de consumo.

Los sandwiches deben envasarse en papel de aluminio o en papel sulfurizado. Ambos autorizados por la Dirección General de Sanidad para el uso alimentario permitiendo tanto la conservación como la cocción. En el caso de usar papel sulfurizado existen bolsas de las medidas del sandwich.

En el envase del sandwich deberá incorporarse una etiqueta donde conste entre otros datos la fecha de caducidad y el nombre del elaborador.

Los suministradores de sandwiches pueden ser las empresas especializadas en catering ●

Asistencia a Hostelco

Punsola va a participar en la feria de Hostelco, certamen que tendrá lugar en Barcelona del 11 al 15 de noviembre. La empresa tendrá ubicado su stand en el nú-

Nueva dirección

Desde el 1 de setiembre Punsola, S.L se ha trasladado a un local de mayores dimensiones en Granollers (Barce-

lona). La nueva dirección es Polígono El Ramassar, C/ Pla del Ramassar - Nau 21, E-08400 - Granollers.

Los nuevos productos se centran en la alimentación

Ejes de desarrollo del mercado de vending en Francia

La distribución automática ha llegado a ser, en Francia, un auténtico circuito de distribución que completa (y no reemplaza) otros modos de distribución más tradicionales, favoreciendo una mayor libertad y disminuyendo los obstáculos.

Según fuentes de NAVSA, la asociación francesa de vending, el mercado francés de la distribución automática experimentó un crecimiento del 9% en 1996. En ese mismo año se contabilizó aproximadamente a 40.000 máquinas automáticas que suponen unos 10.000 millones de francos de compras anuales.

A grandes rasgos, la distribución alimentaria domina el vending francés, que representa cerca del 95% del parque de maquinaria. Al mismo tiempo, la distribución alimentaria está mayoritariamente compuesta por las bebidas, con un 85% del total.

Ejes de desarrollo

El mercado francés está desarrollando nuevos productos, sobre todo, dentro del sector alimentario y de productos frescos. Las innovaciones se centran en platos cocinados, comida lista y bocadillos.

Por otra parte, se están ampliando las gamas. En Francia, se observa una diversificación de tentempiés hacia un mayor número de productos salados, también hacia los derivados de la leche, porciones de queso y otros productos lácteos.

En conjunto, existe una oferta completa de productos: ahora es posible consumir una comida completa en distribución automática.

Existen otros sectores en los que se están ofertando nuevos productos. Un claro ejemplo es el del mercado del vídeo y el desarrollo de fotografías. Así, el alquiler de vídeos es uno de los sectores en auge de la distribución automática francesa. Por otra parte, el desarrollo de las fotografías es un servicio accesible ahora en el vending de Francia.

Nuevas implantaciones

Dentro del capítulo de desarrollo del mercado se encuentran las nuevas implantaciones: equipamiento de las PYMES y duplicación de los equipamientos en las grandes empresas.

Se está produciendo una duplicación de los equipamientos en las grandes empresas. En este caso, el mercado del OCS (Office Coffee Service), máquinas expreso de oficina semiautomáticas, está en pleno crecimiento en Francia. Este equipamiento es un producto complementario para los sitios que ya cuentan con grandes distribuidores.

Por otra parte, se están implantando los distribuidores automáticos de rendimiento medio y máquinas de café de oficina. Resulta una solución para las pequeñas empresas que así reemplazan la cafetera doméstica y descubren la ventaja de un café de calidad, servido instantáneamente, y

una inversión rápidamente rentabilizada.

A más largo plazo, se vislumbra, gracias a nuevos medios de pago protegidos (dinero y monedero electrónico), un alto desarrollo de la distribución automática en todos los sitios públicos de Francia. En efecto, en distribución automática, no se paga sólo con monedas, sino también con tarjetas, claves magnéticas...: es una transición hacia el Monedero Electrónico (ME).

El interés de las grandes marcas

La distribución automática está haciendo su revolución en Francia. Todo el mundo siente que existe una importante posibilidad de desarrollo y un auténtico nuevo circuito.

Las grandes marcas de café (Nescafé) y de BRSA (bebidas refrescantes sin alcohol, como Coca-Cola, Schweppes...) se han lanzado en este mercado, acelerando las ventas y aportando su notoriedad y su imagen de calidad. Las grandes marcas de productos alimentarios sólidos y de torrefacción también se interesan en este sector y crean productos adaptados.

Productos alimentarios sólidos

En un mercado dominado por la venta de bebidas calientes en Francia, se observa un auténtico interés del sector agroalimentario. La venta de productos sólidos representa aproximadamente el 11% del

mercado, pero tiene un alto potencial de desarrollo. Las jornadas laborales continuas y el escaso tiempo libre del mediodía favorecen la multiplicación del consumo en distribución automática.

Las empresas del sector agroalimentario ven en el vending un nuevo circuito de distribución para sus productos.

Torrefactores

El principal producto vendido a través de la distribución automática es el café. Cada día hay más torrefactores que desean lanzarse en este circuito de distribución, creando mezclas especialmente adaptadas al vending.

KJS, COVIM, Lavazza, CMC Malongo, Caffè Ghigo son actores dinámicos del café en distribución automática.

Bebidas refrescantes sin alcohol

Los distribuidores automáticos diversifican su oferta de bebidas frías en lata. Las botellas de agua mineral o de manantial (algunas de ellas son contenedores grandes) han hecho su aparición en los distribuidores de Francia.

Actualmente, un soft drink se encuentra desde su lanzamiento en la distribución automática. Las grandes marcas tratan este circuito de la misma manera que el circuito Grandes y Medianas

Superficies (GMS) o Café Hoteles Restaurantes (CHR). El vending está considerado como un circuito de imagen, accesible al público, que viene a fortalecer los lanzamientos en los otros circuitos.

Ejemplos de ello son Perrier Fu, Orangina Rouge, Dr. Pepper (disponible en DA y en CHR conectados exclusivamente), Cherry Coke.

Por otra parte, cabe destacar que los dispensadores de agua han conquistado en pocos años un lugar en Francia, como en los países anglosajones: el parque francés ya alcanza 30.000 dispensadores y cada día hay más empresas que los ponen a disposición de sus empleados ●

SISTEMAS DE AYUDA A LA RECAUDACIÓN

TOTALIZADORA 1301
Ideal para pequeñas compañías

REIS CC 1101
Simple y universal

CUMMINS JETSORT
Máxima rentabilidad

MÁQUINA CAMBIO
Es ejemplo de rentabilidad

CLASIFICADORA 3310
Imprescindible

Selex España, S.A. Telf. (93) 457 55 22
Fax (93) 457 44 04 Diagonal, 283
email@cashcontrol.com
www.cashcontrol.com

SELEX

El mercado de la distribución automática en algunas cifras claves

A - En Francia

(Fuente: NAVSA - Cámara Sindical Nacional de Venta y Servicios Automáticos)

El parque

- 560.000 distribuidores automáticos y semiautomáticos, de los cuales:
 - 360.000 de tipo «freestanding».
 - > 80% en bebidas calientes
 - > 15% en productos alimentarios (sólidos y bebidas frías)
 - > 5% varios
 - 200.000 máquinas de café semiautomáticas u OCS (Office Coffee Service)
 - 30.000 dispensadores de agua

El mercado del vending en Francia es dinámico gracias a los nuevos materiales y a los nuevos sitios de implantación. En Francia, el número anual de nuevas máquinas puestas en servicio se estima en 30.000 distribuidores freestanding y en 30.000 máquinas OCS.

Las implantaciones

- el 90% de las máquinas se encuentran en las empresas
- el 10% de las máquinas están instaladas en sitios públicos

Consumo y cifra de negocios

- 3.000 millones de consumo/año de vasos de bebidas frías y calientes en Francia
- 10.000 millones de francos: cifra de negocios en 1997 estimada en el sector, en Francia (business to bussiness), en progresión del 10%.

Los actores

- 1.573 directivos, de los cuales 800 empresas individuales
- 10.000 personas: número de empleados contados en las empresas. Es un sector que contrata y en el cual aún se puede crear una empresa propia.

Los productos

- el 70% de la cifra de negocios total del sector la realiza el café
- 15 cafés al día consumidos en una empresa permiten rentabilizar la instalación de un distribuidor automático (máquinas semiautomáticas o de rendimiento medio).

B - En Europa

(Fuente: EVA - European Vending Association)

Para comparar, he aquí el parque de distribuidores automáticos de los principales países europeos (exceptuando los distribuidores de cigarrillos).

- Alemania: 430.500
- España: 157.000
- Gran Bretaña: 371.000
- Italia: 355.000
- Benelux: 213.720

Cabe destacar que, contrariamente a la legislación vigente en Francia, la distribución automática de cigarrillos está autorizada en la mayoría de los países europeos.

Conferencia sobre dos experiencias de distribución automática en Francia

Durante el transcurso de la presentación de D.A. EXPO, Salón Europeo de Distribución Automática tuvo lugar una conferencia durante la cual, representantes de dos empresas francesas explicaron sus experiencias de desarrollo en el mercado de distribución automática francés.

El desarrollo de la distribución automática pasa por el equipamiento de las PYMES

Intervención de Emernegildo Deotto: Director de Deotto Expresso Systems. El conferenciante señaló que los clientes son cada vez más exigentes sobre la calidad de los productos y de los servicios. Según Deotto, ya en los años 70, se dieron cuenta que tenían un enorme potencial en las PYMES. Por ello procuraron crear máquinas más pequeñas adaptadas a esta clientela.

Rápidamente también, los clientes se han vuelto más exigentes en términos de calidad del café. En ese momento, a principios de los años 80, desarrollaron con Lavazza máquinas de cápsulas. El éxito fue inmediato: implantaron 600.000 máquinas de ese tipo en Francia y completaron esa oferta con té, sopas y

chocolate.

Otro de los puntos que destacó el directivo fue que la estética de las máquinas también ha evolucionado mucho. **«Antes, se escondían, ahora se desea mostrarlas»**, aseguró Deotto.

Nuevas instalaciones

Sobre las nuevas implantaciones, Deotto dijo que **«el consumidor quiere hoy en día encontrar esta misma calidad de expreso en todas partes»**.

En el caso de nuevas implantaciones en el TGV, tren de alta velocidad francés, Deotto dijo que SNCF les pidió que estudiaran una máquina compatible con las características del TGV. Concibieron entonces una máquina específica que funciona perfectamente desde hace un año en la línea París-Turín, y que acaba de ser instalada en las líneas interiores, comenzando por el

TGV Atlántico.

Instalaron 2 máquinas por tren (lo que sumará 750 máquinas cuando los trenes estén equipados. Como resultado, otras compañías ferroviarias les han contactado y están equipando trenes suizos, belgas, el Thalys y los trenes TGV que van a Londres.

La Deotto Expresso Systems también ha instalado 1.300 máquinas repartidas en los 10 recintos de la Copa del Mundo, 250 de ellas en el Stade de France.

Desarrollo gracias al monedero electrónico

Guy Sabatier, Director del Proyecto de Desarrollo, La Poste, y autor de un libro de divulgación «Que sais-je?» sobre el monedero electrónico y el monedero virtual intervino para expresar sus conocimientos en el tema.

El directivo señaló

(Pasa a la pág. 26)

(Viene de la pág. 25)

que se estima en 45.000 millones al año el número de «pagos de proximidad» en Francia, de los cuales 40.000 millones son en metálico, lo que representa una cifra de negocios de 100.000 millones de francos, y un importe medio de transacción de 27 francos. De estos 40.000 millones de pagos anuales en metálico, 20.000 millones son inferiores a 10 francos.

La tarjeta/aplicación Monedero Electrónico es una tarjeta:

- previamente pagada
- recargable
- multi-prestatarios
- multi-servicios
- de pago garantizado
- tecnológicamente segura

El ME se diferencia de la teletarjeta (tarjetas previamente pagadas para el teléfono) por el hecho de que está formulado en francos y no en «unidades de consumo telefónico», y de que es recargable.

La aplicación más universal es la tarjeta/aplicación ME anónima

De vocación más universal, su única identificación es un número inscrito en el microprocesador.

- Es transferible
- Es segura: si se pierde o es robada, existe la posibilidad de anularla o de «bloquearla» marcando un código específico en un lector o en una caja.

- Es recargable mediante:

- una tarjeta de crédito
- cheques
- efectivo
- retirada de fondos de una libreta C.N.E. (caja de ahorros)

- Como no está vinculada a una cuenta bancaria, puede ser utilizada por un gran número de personas, incluidos:

- los jóvenes que no poseen cuenta bancaria (pero que disponen de una tarjeta que puede recargarse a partir de la tarjeta de los padres)
- los turistas extranjeros

- Es sencilla, se puede comprar en todas partes

- Será distribuida por:

- una entidad financiera
- una entidad pública o un prestatario: RATP (metro de París), SNFC (ferrocarriles franceses), France Télécom...

Mercado potencial del ME

Según Guy Sabatier, el ME universal está

destinado esencialmente a satisfacer las necesidades de los habitantes urbanos. Su enorme potencial (aproximadamente 40 millones de usuarios en Francia) y su éxito están relacionados con este efecto de masa.

El Euro, una oportunidad para el ME (y viceversa)

El directivo aseguró que gracias a un llavero que cumple con las funciones del lector de la tarjeta ME pero también de convertidor Franco/Euro, el ME debería experimentar un desarrollo máximo durante el período intermediario 1999-2002. El ME será una óptima herramienta pedagógica para ayudar a los consumidores a pasar del Franco al Euro sin ninguna dificultad.

El ME y el vending

La aplicación Monedero Electrónico debería lógicamente experimentar un extraordinario progreso en los próximos años. Su desarrollo multiplicará la implantación de los distribuidores automáticos en los sitios públicos donde su difusión se ve actualmente frenada por los problemas de seguridad que plantea la presencia de dinero en los aparatos ●

COMPACT

CLASSIC CORN®

DISTRIBUCIÓN NACIONAL

COMERCIAL PLANA
C/. Aguadulce, 50
Las Palmas de Gran Canaria
(Islas Canarias)
Tel.: 928 241 913
Fax: 928 248 431

AUTOMATICS MIQUEL'S
2000 S.L.
C/. Mostassaf, 18 07300 Inca
(Palma de Mallorca)
Tel.: 971 881 866
Fax: 971 542 519

BÖSTRHER INVESTMENT S.L.
C/. Orense, 85
28020 Madrid (Madrid)
Tel.: 91 571 78 60
Fax: 91 652 09 79

COFFEE ALICANTE S.L.
C/. Gilberto Martínez, 66-68
bjos. 03204 Elche (Alicante)
Tel.: 96 663 40 71
Fax: 96 663 54 61

J.C. VENDING, S.L.
Avda. del Pasaje, 32. Bloq. 9 bjos.
15006 La Coruña (Galicia)
Tel.: 902 103 637
Fax: 902 103 637

MAQUINAS Y PRODUCTOS
PARA EL VENDING S.L.
Autovía Sevilla-Cádiz km. 550
41700 Dos Hermanas - Sevilla
(Andalucía-Extremadura)
Tel.: 95 469 40 41
Fax: 95 469 40 51

PRIVENDING S.L.
C/. Alejandro Casona, 30 bajos.
33013 Oviedo (Oviedo)
Tel.: 985 27 14 14
Fax: 985 27 14 14

PROTURE MENORCA, S.A.
Cronista Riudavets, 39B
07701 Maho (Menorca)
Tel.: 971 350 822
Fax: 971 366 525

DISTRIBUCION INTERNACIONAL

CLASIC POPCORN UK LTD.
2.5 Old Bond Street
W1X 3TB London (England)
Tel. 441 233610033

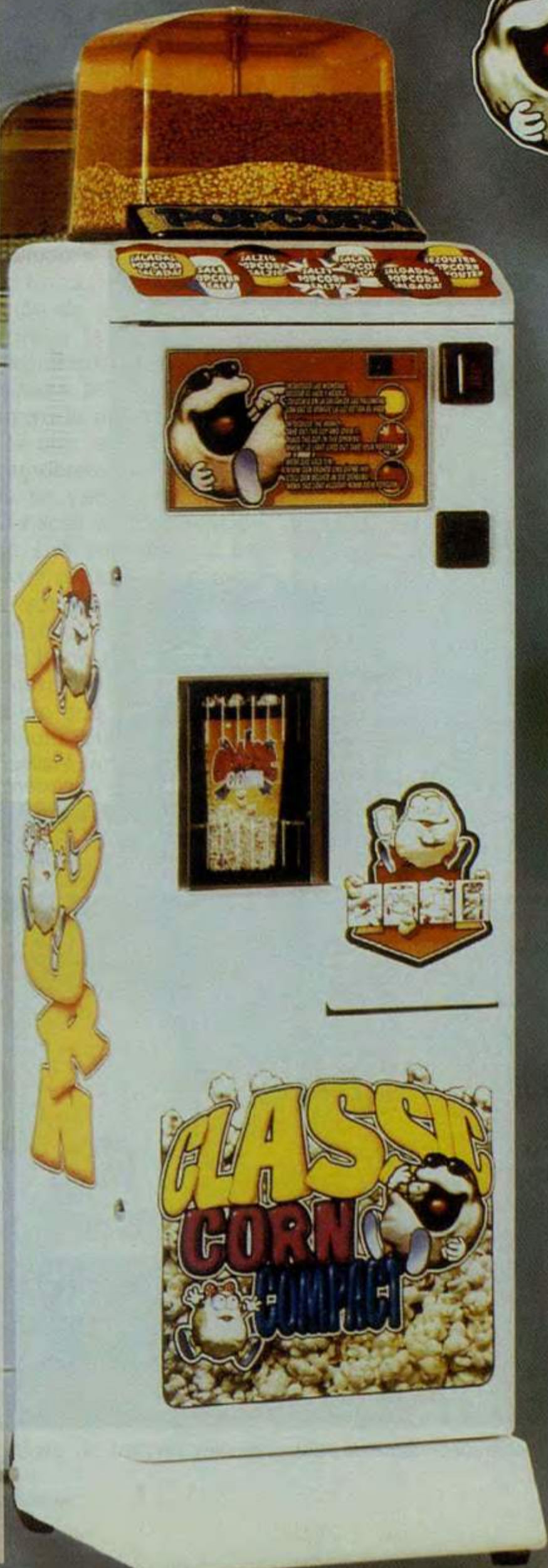
NESTOR TECHNOLOGIE
ZI La Farayrie
46100 Figeac (France)
Tel. 33565500777
Fax. 33565500779

RECETEL CHILE S.A.
Edif. Studio II, C/. Napoleon,
3565 Of. 306 - Las Condes
(Santiago de Chile)
TelS.: 5622037151-52
Fax. 5622037150

SINA GMBH
Bärenstrasse, 12
Ehrenkirchen D-79238
(Germany)
Tel.: 633981720
Fax: 633981721

SKANDINAVISK POPCORN A/S
Strandvein, 50
1324 Lysaker (Norway)
Tel.: 4767120016
Fax: 4767120016

TERMINAIS POSTOS
VENDA LDA
Rua Dr. José Fernández, 18-22
2745 Queluz (Portugal)
Tel.: 35114300675
Fax: 35114372449



EL SABOR
ESTA EN EL MAIZ
(Dulces, Saladas...)

Menor tamaño...
Mayores posibil-
dades de colocación

Diseño atractivo

Ligera, de fácil
transporte

Más rentabilidad
para su negocio

Gran facilidad
de recarga

MACOVEN
MAQUINAS COMERCIAL VENDING
Product of Europe



OFICINAS Y FABRICA:
Pol. Ind. Sant Isidre - C/. Encija, s/n.
08272 ST. FRUITÓS DE BAGES
(Barcelona) Spain
Tel. +34 93 877 24 45
Fax. +34 93 877 22 79
e-mail: macoven@minorisa.es
www.minorisa.es/macoven



Jornada sobre el euro organizada por la ACV

Azkoyen, Mars, N.R.I. y Jofemar expusieron cómo van a afrontar sus empresas el cambio de los monederos con la llegada del Euro en una jornada organizada por la Associació Catalana de Vending

La Associació Catalana de Vending organizó para el pasado 20 de junio una jornada bajo el nombre de «los monederos ante el reto del euro del 2002» que congregó en la sede de Foment del Treball Nacional de Barcelona a cuatro fabricantes de monederos para explicar cómo afrontarían sus respectivas empresas el cambio de moneda.

La jornada fue presentada por Rafael Cubarsí, quien se encargó directamente de la organización de la jornada.

Los cuatro invitados a hacer su explicación fueron, por orden de exposiciones: Carlos Castillo, de Azkoyen; Fernando Barrutia, de Mars Electronics; Carles Aleixandre, de NRI; y Miquel Febrer, de Jofemar.

Indefinición de las nuevas monedas

Cada uno de los conferenciantes dispuso de un tiempo de cuarenta y cinco minutos para exponer sus estrategias ante el cambio de moneda y el trastorno que esto va a suponer para el parque de monederos que existe en el mercado.

Todos los conferenciantes coincidieron al afirmar que aún estamos en una etapa en la que no se pueden hacer demasiadas planificaciones porque todavía no hay monedas en circulación. Según los cuatro fabricantes de monederos,



Miguel Febrer presentó el plan estratégico de Jofemar



Carles Aleixandre, mostrando transparencias de N.R.I.

la Fábrica de Moneda y Timbre no se acaba de definir sobre las especificaciones de las monedas. Y como consecuencia de ello, las modificaciones que se puedan hacer ahora sobre los monederos, muy probablemente no serán efectivas cuando se acuñen las monedas que van a circular a partir del 1 de enero del 2002.

Con todo, los conferenciantes explicaron a los asistentes las líneas generales de actuación de sus empresas respecto a la entrada del euro, aunque no entraron en demasiados detalles.

La mayoría de los asistentes a la cita, especialmente los operadores, mostraron su interés en saber qué coste tendría hacer las modificaciones en sus monederos. La respuesta de los fabricantes a este respecto fue diversa.

La Associació Catalana de Vending tiene previsto organizar más jornadas sobre este tema que está despertando dudas ante los profesionales del sector ●



Fernando Barrutia, mostrando una pieza de monedero Mars



Carlos Castillo, de Azkoyen, durante su intervención en la jornada



Las tarjetas de pago en las EE.SS. Márgenes y Costes (y III)

Esta es la última entrega de la conferencia ofrecida por Manuel Amado, de la Federación Catalana de Estaciones de Servicio durante las jornadas técnicas informativas de EXPO E.S. que empezamos a publicar en el número 41 de Mundo Vending.

Incidencia de los costes de las Tarjetas de Pago, Tarjeta Promocional y del Cobro anticipado

Para una facturación realizada con Tarjeta de Pago, Tarjeta Promocional y el Cobro anticipado, el coste de estos conceptos es de 2,77 Ptas./litro, es decir, el 39,42% de la comisión de 7 pesetas.

	% s/PVP (110 Ptas./l)	% s/Comisión (7 Ptas./l)	Coste Ptas./l
TARJETA DE PAGO	1,5%	23,57%	1,65
TARJETA PROMOCIONAL	0,60%	9,43%	0,67
COBRO ANTICIPADO	0,40%	6,42%	0,45
TOTAL	2,50%	39,42%	2,77

El promedio de las comisiones por el uso de todas las tarjetas de pago para la realización del cuadro indicado arriba se ha estimado en el 1,5%

CONSIDERACIONES FINALES

El esquema estudiado en las páginas anteriores refleja en términos medios estadísticos y de forma resumida, la incidencia de los principales conceptos de costo en el margen de las Estaciones de Servicio, para unos parámetros preconcebidos.

No corresponde al ámbito de este Estudio, el recomendar al sector el tipo de acciones que deberán realizarse para seguir operando, pero sí advertir de su absoluta necesidad.

Los empresarios de Estaciones de Servicio son plenamente conscientes de que las tarjetas de pago constituyen, hoy en día, un evidente progreso en la ejecución de las transacciones comerciales, y es por ello que su utilidad aparece como evidente e indiscutible.

Con el ánimo de conseguir reducir costes a todos los agentes económicos implicados, sería de-

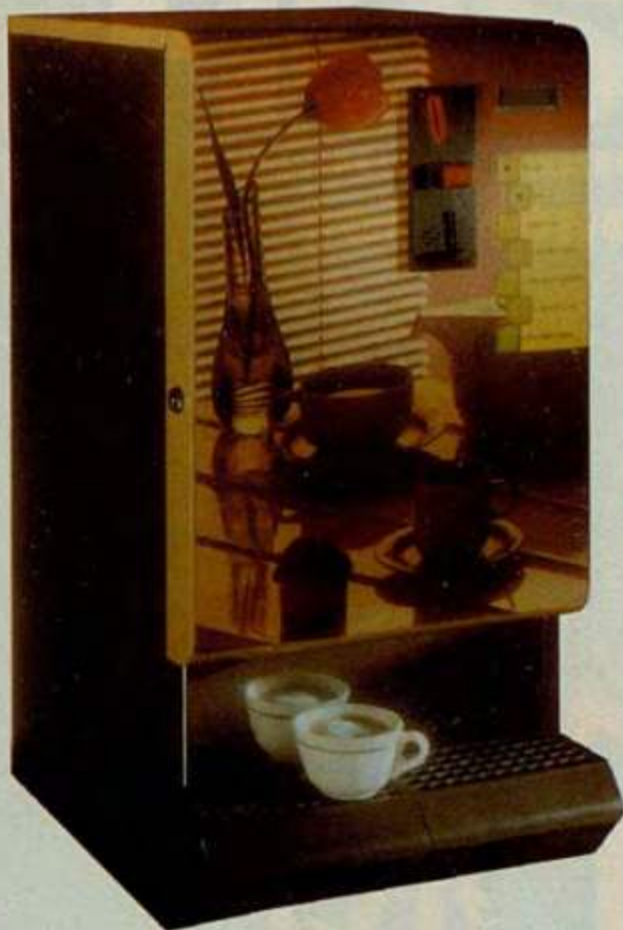
seable conseguir la utilización de un único terminal en las Estaciones de Servicio, se conseguiría que las emisoras de tarjetas de crédito eliminaran los costes de inversión, mantenimiento y otros varios, de sus propias terminales, utilizadas para la explotación de sus tarjetas. Además, en las Estaciones de Servicio se extrema el control de la coincidencia entre los carnets de Identidad de los usuarios (D.N.I.) y los titulares que utilizan las tarjetas de crédito, consiguiendo así minimizar riesgos en su uso que deriven en mayores costes de reclamación posteriores.

Sería conveniente generalizar el período medio de cobro del giro de las Estaciones de Servicio a una semana, con lo que se conseguiría acompasar los flujos de tesorería de las mismas con respecto al período medio de pago que tienen actualmente.

Asimismo, conseguir la normalización del servicio de las Estaciones de Servicio con respecto a las entidades y, conseguir repercutir de forma razonable a terceros aquellos costes que se derivan directamente del uso de las tarjetas de pago en su propio beneficio y comodidad, redistribuiría aquellos costes anotados anteriormente, equilibrando su repercusión hacia el conjunto de los beneficiarios de las mismas. Así, por ejemplo, en Italia se estableció la repercusión al titular de la tarjeta de pago por su utilización en una Estación de Servicio, de un cargo porcentual complementario sobre el importe del carburante servido.

Saludándoles a todos muy atentamente,

*El Presidente de la Federación Catalana de Estaciones de Servicio,
Sr. Manuel Amado Lancho*



ESPRESSO BRIO

Pensada para los espacios pequeños, la Espresso BRIO se pone en primer plano por sus dimensiones contenidas y su refinado diseño. Dispone de un sistema de calentamiento patentado que evita la corrosión por acumulación calcárea.

Dim.: 37 x 74,5 x 30 cm.

Peso: 30 kg.

EASY PODS

Esta máquina de café semi-automática incorpora una combinación de características que renovarán los hábitos de uso en los distribuidores automáticos.



ASTRO PLUS V96

Distribuidor semiautomático de café de 10 selecciones con doble caldera y grupo de infusión en aluminio que garantiza óptimas prestaciones y seguridad en el servicio.

Entre las diversas selecciones, se contempla la pre-selección descafeinado o café americano.

Dim.: 72 x 52,2 x 44 cm.

Peso: 43,5 kg.

CHALLENGER EDITION

Distribuidor automático de café de 16 selecciones, disponible en configuración espresso o liofilizado. Doble caldera para permitir la operación de soluble y espresso con gestión electrónica diferenciada de la temperatura.

Dim.: 165 x 60 x 55,5 cm

Peso: 115 kg (versión espresso)

105 kg (versión liofilizado).



 FUTUREMA

 IMAVE

ANEXO I

GASOLINERO PROPIETARIO

Concepto	CASO 1	CASO 2	CASO 3	CASO 4	CASO 5	CASO 6
INGRESOS:						
Comisiones	7,00 Ptas./litro	7,00 Ptas./litro	7,00 Ptas./litro	7,00 Ptas./litro	7,00 Ptas./litro	7,00 Ptas./litro
GASTOS:						
Personal	4,85	4,85	4,85	4,85	4,85	4,85
Mermas	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23
Suministros y servicios	0,63	0,63	0,63	0,63	0,63	0,63
Amortización	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35
Canon	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SUBTOTAL:	6,06 Ptas./litro	6,06 Ptas./litro	6,06 Ptas./litro	6,06 Ptas./litro	6,06 Ptas./litro	6,06 Ptas./litro
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN I:	0,94 Ptas./litro	0,94 Ptas./litro	0,94 Ptas./litro	0,94 Ptas./litro	0,94 Ptas./litro	0,94 Ptas./litro
Gastos tarjetas de pago (Visa, etc. ...)	0,00	0,93	0,93	0,93	0,93	0,93
Gastos cobros anticipados	0,00	0,00	0,18	0,00	0,00	0,18
Gastos entre EEES	0,00	0,00	0,00	0,18	0,00	0,00
Gastos de comisiones aval	0,00	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
SUBTOTAL:	0,00 Ptas./litro	1,00 Ptas./litro	1,18 Ptas./litro	1,18 Ptas./litro	1,00 Ptas./litro	1,18 Ptas./litro
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN II:	0,94 Ptas./litro	-0,06 Ptas./litro	-0,24 Ptas./litro	-0,24 Ptas./litro	-0,06 Ptas./litro	-0,24 Ptas./litro
Gastos compartidos	0,00	0,00	0,00	0,00	2,00	2,00
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN III:	0,94 Ptas./litro	-0,06 Ptas./litro	-0,24 Ptas./litro	-0,24 Ptas./litro	-2,06 Ptas./litro	-2,24 Ptas./litro

NOTA: En nuestro estudio genérico (ver primeras hojas) el MARGEN DE CONTRIBUCIÓN III se valoró en -2,42 pesetas/litro.

HOSTELCO 98

9º SALÓN INTERNACIONAL DEL EQUIPAMIENTO PARA RESTAURACIÓN, HOTELERÍA Y COLECTIVIDADES
Barcelona 11 • 15 Noviembre 1998

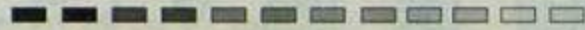


**ENTRA
EN TU SALÓN
VEN
A HACER NEGOCIO**



Fira de Barcelona

Av. Reina Ma. Cristina, s/n 08004 Barcelona. España. Tel. (93) 233 23 45 Fax (93) 233 23 55



Concepto

GASOLINERO GESTOR

	CASO 1	CASO 2	CASO 3	CASO 4	CASO 5	CASO 6
INGRESOS:						
Comisiones	7,00 Ptas./litro	7,00 Ptas./litro	7,00 Ptas./litro	7,00 Ptas./litro	7,00 Ptas./litro	7,00 Ptas./litro
GASTOS:						
Personal	4,85	4,85	4,85	4,85	4,85	4,85
Mermas	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23
Suministros y servicios	0,63	0,63	0,63	0,63	0,63	0,63
Amortización	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35
Canon	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20
SUBTOTAL:	7,26 Ptas./litro	7,26 Ptas./litro	7,26 Ptas./litro	7,26 Ptas./litro	7,26 Ptas./litro	7,26 Ptas./litro
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN I:	-0,26 Ptas./litro	-0,26 Ptas./litro	-0,26 Ptas./litro	-0,26 Ptas./litro	-0,26 Ptas./litro	-0,26 Ptas./litro
Gastos tarjetas de pago (Visa, etc.)	0,00	0,93	0,93	0,93	0,93	0,93
Gastos cobros anticipados	0,00	0,00	0,18	0,00	0,00	0,18
Gastos entre EEES	0,00	0,00	0,00	0,18	0,00	0,00
Gastos de comisiones aval	0,00	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
SUBTOTAL:	0,00 Ptas./litro	1,00 Ptas./litro	1,18 Ptas./litro	1,18 Ptas./litro	1,00 Ptas./litro	1,18 Ptas./litro
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN II:	0,26 Ptas./litro	-1,26 Ptas./litro	-1,44 Ptas./litro	-1,44 Ptas./litro	-1,26 Ptas./litro	-1,44 Ptas./litro
Gastos compartidos	0,00	0,00	0,00	0,00	2,00	2,00
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN III:	0,26 Ptas./litro	-1,26 Ptas./litro	-1,44 Ptas./litro	-1,44 Ptas./litro	-3,26 Ptas./litro	-3,44 Ptas./litro

NOTA: En nuestro estudio genérico (ver primeras hojas) el MARGEN DE CONTRIBUCIÓN III se valoró en -3,62 pesetas/litro.

Envases para atmósfera modificada

Fedinsa, compañía española especializada en la fabricación de envases y rollos de aluminio, ha desarrollado una nueva línea de envases para atmósfera modificada.

Estos envases resultan unos recipientes herméticamente cerrados y en los que el producto que está en su interior se encuentra totalmente envuelto en una atmósfera protectora. El material con el que están fabricados estos envases es impermeable a los gases O_2 , N_2 y CO_2 , protegiendo así los alimentos sin someterlos a procesos que cambien su textura o sabor y garantizando su higiene y características organolépticas.

El sistema de atmósfera modificada consiste en crear en el interior del envase una atmósfera con las mismas características que el aire que respiramos pero en proporciones distintas. Cada producto reacciona de forma diferente a los gases por lo que son necesarias pruebas de laboratorio que indiquen qué elementos y en qué proporción deben envolver al alimento. Generalmente la mezcla N_2CO_2 resulta ser la mejor para la acción bacterioestática del carbónico junto a las propiedades del nitrógeno como gas inerte.

De este modo, Fedinsa ha logrado crear una nueva línea de envases que alargan considerablemente la vida útil de los productos y permiten una sustancial reducción de costes en el precocinado, al reducirse los desperdicios e incrementarse la productividad.

Asimismo, hace posible el traslado de alimentos frescos a grandes distancias y su conservación sin la necesidad de aditivos artificiales ni congelación ●

NOVEDAD

**PLACA
ANTI-PIANO**

**PARA MÁQUINAS
ELECTROMECAÑICAS**

**Solución definitiva
a las dobles ventas**

- fácil instalación (kit adhesivo)
- fácil conexión (sobre pulsadores)
- no necesita cambiar monedero

PRECIO mod. V - 4P 10.500 Pts

Sistemas
de venta y control, S.L.

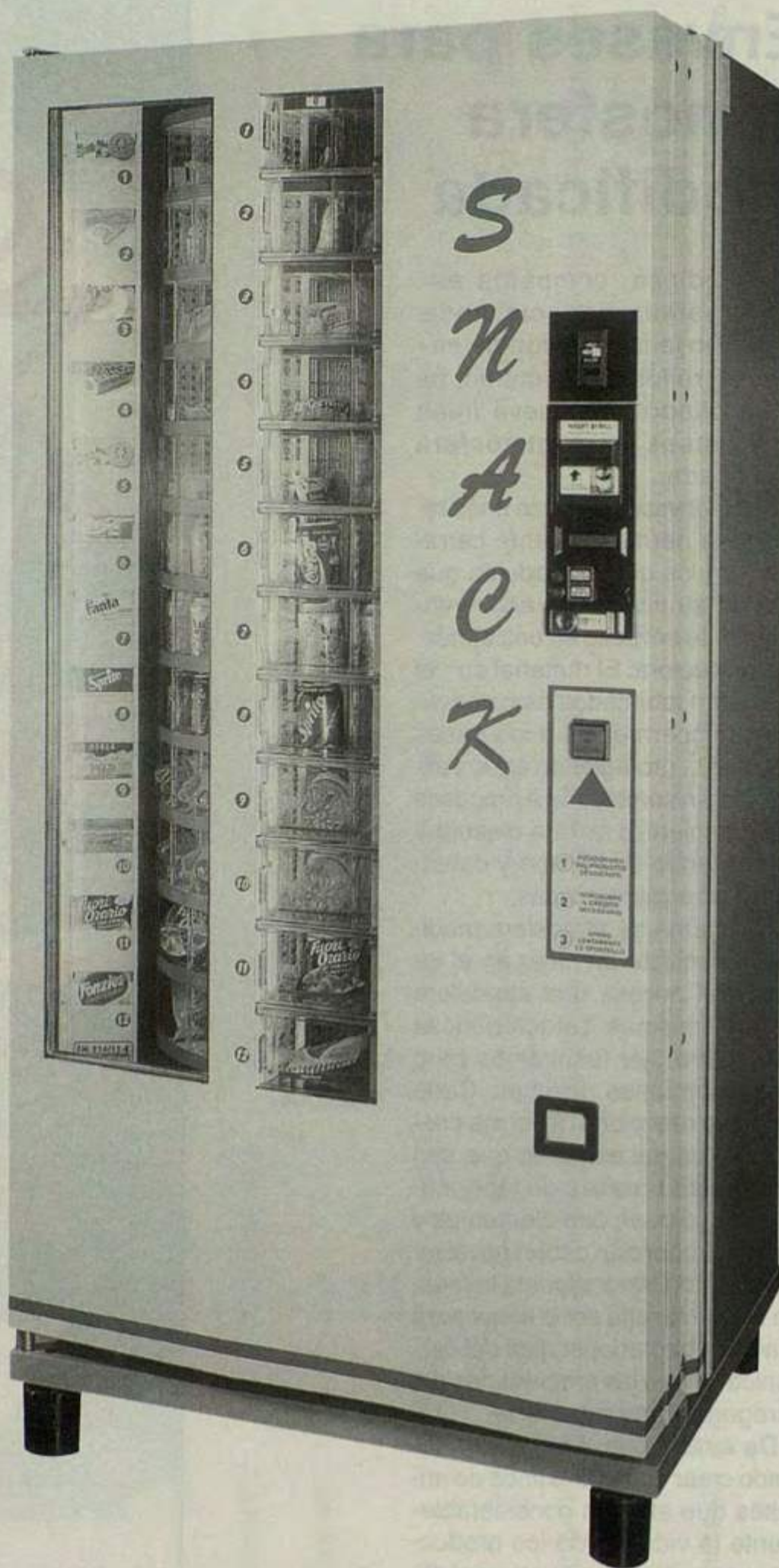
Enrique Granados, 63 1º, 1ª - 08830 - Sant Boi de Llobregat
Tel.: 93 630 16 34 - Fax: 93 630 36 72

Vending para productos confeccionados

Electro Vending Ibérica ofrece al mercado del vending el distribuidor automático de F.I.D.A. para productos confeccionados FM 216/12 para doce selecciones, una capacidad máxima de 36 y mínima de 12 productos por plato.

Dispone de una vitrina iluminada y antivandálica y un amplio y bien visible porta etiquetas. Los compartimentos son regulables (de 10° a 30°) sin desmontar la máquina. Destaca la adaptabilidad a selectorres standard Ejecutivos, MDB, BDV y tarjeteros 12/24V.

Tiene una placa electrónica multifuncional de fácil programación e instalación que permite de: controlar electrónicamente el compartimento vacío anulándolo, anula la



venta en caso de superar la temperatura de seguridad, programar platos en Shopper y otros en F.I.F.O. y extraer la fecha de venta por display o puerta RS-232.

Otras características técnicas son las dimensiones de

la máquina, de 1830 x 935 x 790 y su peso de 260 kg. La potencia absorbida es de 550 W, la tensión standard de alimentación es de 220 V 50 Hz, el freón ecológico responde a R 134A y la temperatura de ejercicio va de 0° a 20°C ●

Contadora de billetes pequeña y veloz

Salex, especializada en el tratamiento de monedas y billetes ha lanzado al mercado la contadora de billetes de alta velocidad *JetCount*.

Es un modelo pequeño, que cabe en cualquier parte y de un bajo costo, de modo que son muy asequibles.

La *JetCount* posee las características necesarias para proporcionar un rápido procesamiento de billetes. Los materiales y componentes son de alta calidad, y el excelente ensamblaje aseguran un funcionamiento confiable en todas las aplicaciones.

La contadora incorpora infrarrojos que detectan las dimensiones y las densidades de los billetes, permitiendo la detección de billetes falsos ●



Distribuidor para productos empaquetados

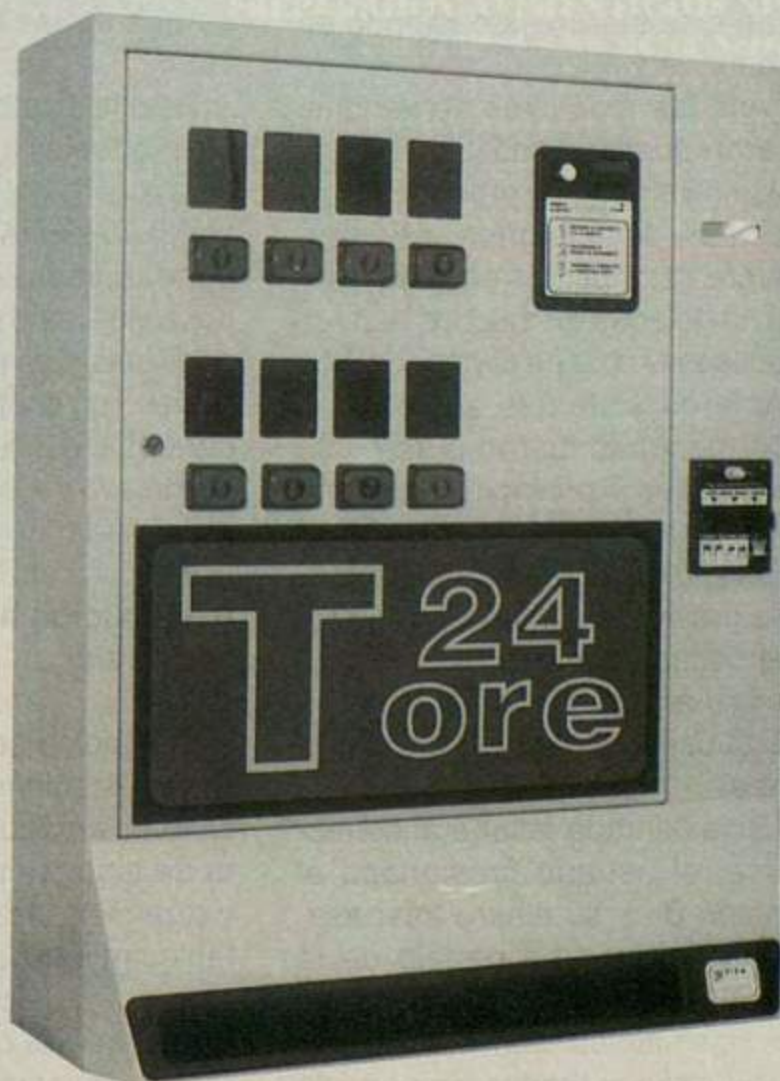
Electro Vending Ibérica comercializa el distribuidor automático para productos empaquetados *Multi Box* dirigido a la multiventa.

El distribuidor tiene 8 selecciones de producto por columnas. La capacidad máxima en formato cajetilla de cigarrillos es de 250. La máquina está preparada para distribuir productos de varios formatos.

La *Multi Box* ofrece la visualización de datos de venta parciales y totales y tiene una predisposición para todo tipo de monedas y billetes.

La estructura de la *Multi Box* está fabricada para prevenir el vandalismo.

Las dimensiones del distribuidor son de 900 mm x 700 mm. x 280 mm. y la alimentación responde a 220V, 50Hz y 30W ●



Historia del vending en Inglaterra (II)

La popularización de las máquinas

En la Inglaterra de inicios de siglo, las primeras máquinas de vending empezaron a hacerse populares entre los viajeros y pronto se convirtieron en elementos característicos de los andenes de las estaciones ferroviarias.

Uno de los muebles populares de las estaciones de tren era la máquina de pesar (otra patente original de Everitt) que indicaba el peso en un amplio disco. Otras versiones más sofisticadas podían incluso expender una tarjeta con el peso impreso o incluso lo anunciaban con voz.

Los tiquets que permitían la entrada a los andenes para los visitantes que no viajaban, eran normalmente dispensados a partir de máquinas. En el metro de Londres, donde la fluidez en horas punta era esencial, las máquinas expendedoras de tiquets fueron introducidas en 1904 y gradualmente se fueron extendiendo en toda la red.

Así, las máquinas de vending fueron sustituyendo servicios al mismo tiempo que productos. Las cabinas de teléfonos, primeramente introducidas en 1925, fueron instaladas en muchos lugares públicos al final de la década. Los primeros sistemas accionados con monedas fueron puramente mecánicos al principio. El usuario insertaba la moneda, marcaba el número y era contestado. Entonces presionaba el «botón A» que depositaba la moneda en la caja de la máquina, acción que permitía al usuario ser oído en la otra línea.

Si la llamada fallaba al conectarse, el usuario presionaba el «botón B» y su dinero traspasaba la caja y caía debajo de la máquina donde podía ser retirado. Los últimos aparatos de este tipo fueron retirados de servicio



Allí donde esperaras en el andén en 1934, una máquina de vending estaba al alcance

en una de las Islas Shetland en 1994.

Pero la distribución automática de productos permaneció en el corazón de la industria, la cual continuó expandiéndose, no sólo por el número de compañías fabricantes, sino por el crecimiento de firmas que servían máquinas de vending por toda Inglaterra cuidándose de su mantenimiento, suministro y recolección de la caja acumulada.

Distribución automática en la calle

El vending se había extendido de las estaciones ferroviarias a la calle. Las máquinas vendían, fuera de algunas tiendas, confitería y cigarrillos incluso cuando el establecimiento comercial estaba cerrado. Hoteles y clubs instalaron máquinas de cigarrillos.

Firmas como British Automatic

Company Ltd desarrollarían máquinas para venderlas o, más usualmente, arrendarlas al comerciante, y empleaban a ingenieros para el servicio de mantenimiento.

Alternativamente, también operaban máquinas dedicadas a vender una determinada marca de producto. El producto era suministrado por la marca misma, la cual iría de acuerdo con el comprador para surtir, mantener y llenarla. Las existencias, particularmente cigarrillos y confitería, estaban envasadas con los mismos envases de las marcas que se vendían en el interior de las tiendas.

Hubo tentativas de extender el tipo de producto vendido en las máquinas de vending. La empresa de libros de bolsillo Penguin, una popular innovación de la década de los treinta, vendió estos

(Pasa a la pág. 40)



SIMAT
le ofrece tres gamas de
productos para M.A.

LINEA VENDING TRADICIONAL
LINEA VENDING INCUP
LINEA HOSTELERIA

PREPARADOS ALIMENTICIOS SIMAT, S.L.
Pol. Ind. Camp de la Serra
C/. Caseta de L'Hort s/n
08784 HOSTALET DE PIEROLA
(BARCELONA) ESPAÑA

Telf. (93) 7712311

Fax. (93) 7712327

DELEGACION DE MADRID
C/. Alcántara 52
Tel-Fax- (91) 402 79 81
Tel-Móvil 908 82 40 54



(Viene de la pág. 38)

volúmenes experimentalmente en máquinas que permitían al lector escoger de entre una extensa selección al mismo precio. Carretes de fotografía fueron puestos a la venta de una forma similar.

Cuando estalló la segunda guerra mundial en 1939, muchos ciudadanos estaban acostumbrados a usar máquinas accionadas por monedas y las personas con pocos recursos probablemente pagaban el gas doméstico con la introducción de una moneda por la ranura del contador instalado en sus casas.

Los desarrollos de mitad de siglo

Finalizada la guerra, el primer instinto de los suministradores británicos fue rápidamente traer máquinas de los Estados Unidos, donde se fabricaban las principales innovaciones en equipamiento. Sin embargo, las restricciones en el gasto de dólares impusieron dificultades prácticas en la importación americana y el sector fabricante de máquinas de vending tuvo la iniciativa de revivir.

Las primeras máquinas fueron construidas principalmente para la venta de confitería, chicle y

cigarrillos. El acero sustituyó el familiar hierro fundido de muchas máquinas con compartimentos de columna.

Muchas nuevas máquinas fueron más versátiles en su diseño y en la cantidad de productos que ellas podían ofrecer. La máquina *drop-flap* (el nombre hace referencia a que el producto rodaba y se recogía abriendo una portezuela), por ejemplo, fue una versión más sofisticada que la de columna: los productos estaban dispuestos verticalmente dentro de la máquina, aunque cada paquete permanecía en un pequeño estante de metal.

La inserción de la moneda dentro de la máquina activaba una pieza que caía en la bisagra del estante más bajo de tal manera que el paquete cayera por la rampa hasta un cajón a pie de máquina. El cliente entonces abría una portezuela transparente para recoger los productos del cajón. La portezuela abierta disponía de un mecanismo que presionaba para cerrar el sistema. Una ventaja de este tipo de máquinas era que, gracias a su mayor capacidad, los productos vendidos no necesitaban ser tan regularmente repuestos como los de columna. Versiones actualizadas del sistema todavía están en uso.



Alrededor de 1934, esta máquina fue diseñada con gran sofisticación



En la década de los treinta, las máquinas de cambio fueron instaladas en las ajetreadas estaciones

Las máquinas de armario o compartimentos entraron en escena al mismo tiempo que las *drop-flap*. Los productos eran todos vendidos al mismo precio en un banco de pequeños compartimentos con puertas de cristal que mostraban a los clientes los artículos expuestos. Una vez que el usuario hubiera insertado la cantidad correcta en la ranura, éste podía abrir el compartimento y recoger el contenido. Un mecanismo aseguraba que un solo compartimento pudiera ser abierto por el dinero pagado.

Como los productos eran accesibles independientemente, se podía ofrecer una variedad más amplia de éstos que en la distribuidora de columna o el sistema *drop-flap*, en las cuales el cliente podía sólo comprar el siguiente artículo en línea. Las máquinas de armario todavía están ofreciendo, por ejemplo, snacks empaquetados.

Otras máquinas combinaron las ventajas de suministro de la máquina de armario con el mecanismo dispensador de la *drop-flap* para resultar, en efecto, una máquina automática ●

* Texto traducido del libro «Automatic Vending Machines», de Colin Emmins, publicado por Shire Publications Ltd.

Guía del proveedor

COMPONENTES MONEDEROS ELECTRONICOS

MECABAN, S.A..

C/. Leganitos, 35 - 28013 Madrid
Tels. 91 547 84 83/88
Fax. 91 548 44 88
Tel. Móvil: 929 18 79 04
Almacén: Ramón Azorín, 44
28047 Madrid

SELEX

Selex España, S.A.
Diagonal, 283 - 08013 Barcelona
Tel.: 93 457 55 22
Fax. 93 457 44 04
email@cashcontrol.com
www.cashcontrol.com

SISTEMAS DE VENTA Y CONTROL, S.L.

C/Enrique Granados, 63, 1ª 1ª
Tel.: 93 630 14 69
Fax. 93 630 36 72
08830 Sant Boi (Barcelona)

FABRICANTES DE MAQUINAS EXPENDEDORAS

AZKOYEN COMERCIAL, S.A.

Avda. San Silvestre, s/n.
31350 Peralta (Navarra)
Tel.: 948 70 97 09
Fax: 948 70 97 06
Télex. 37799AZCO-E

JOFEMAR, S.A.

Ctra. de Marcilla, Km. 2
Tel.: 948 75 12 12
Fax: 948 75 04 20
Télex. 3785 TSAP-E
31350 Peralta (Navarra)

ESPACIO RESERVADO PARA USTED

MACOVEM
MAQUINAS COMERCIAL VENDING
Made in Spain



FABRICA:

Pol. Ind. San Isidre - C/. Encija, s/n.
08272 St. Fruitós del Bagés (Barcelona)
Tel. +34 93 877 24 45 - Fax +34 93 877 22 79

DISTRIBUIDORES DE MAQUINAS EXPENDEDORAS

IMAVE

Máquinas de café
C/. Santa Leonor, 63, 3ª F. - 28037 Madrid
Tel.: 91 304 16 16
Fax. 91 304 30 09

PRODUCTOS PARA EL VENDING

COVENDHOS, S.L.

Travesía Industrial, 149. 5ª C
08907 Hospitalet de Llobregat (Barcelona)
Tel.: 93 335 30 59 - Fax: 93 335 67 40



PREPARADOS ALIMENTICIOS SIMAT, S.L.

Pol Ind. Camp de la Serra
C/ Caseta de l'Hort, s/n.
08784 HOSTALET DE PIEROLA (Barna)

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

Fábrica y oficinas:

Tel.: 93 771 23 11 - Fax: 93 771 23 27
Delegación Zona Centro
Tel./Fax: 91 402 79 81 - Móvil: 908 82 40 54



A

ALIMENTARIA LISBOA pág. 12
 ANEDA pág. 7
 AZKOYEN pág. 28

D

D.A. EXPO págs. 8/25

E

ELECTRO VENDING
 IBÉRICA págs. 36/37
 EXPO E.S. pág. 30

F

FEDINSA pág. 35

H

HOSTELCO págs. 6/11

I

IMA pág. 10
 INDUFERIAS pág. 9

J

JOFEMAR pág. 28

M

MARS pág. 28

N

N.R.I. pág. 28

P

PUNSOLA pág. 20

S

SELEX pág. 37
 SERVENTA pág. 17

MUNDO VENDING

EL VENDING ES NUESTRO MUNDO



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

MUNDO VENDING es mucho más que una revista. Es la única revista que recoge todas las novedades, cambios e informaciones de un sector en expansión como es el vending.

MUNDO VENDING es leída por todos aquellos profesionales que desean conocer toda la actualidad del sector. Para estar al día y no quedarse atrás sólo tienen que rellenar el cupón adjunto.

!No te quedes sin Tu ejemplar de MUNDO VENDING!

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

6.000 Ptas. por 1 año x 6 n.º

11.000 Ptas. por 2 años x 12 n.º

I.V.A. y gastos incluidos.

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

El pago se puede realizar por Talón nominativo o Giro Postal.

POR FAVOR, REALICE EL PAGO A:

Ediciones Tecnipress, S.L.

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

C/. Aragón, 63, Entlo. 2.º - 08015 Barcelona
Tel. (93) 226 50 33 - Fax (93) 226 50 34

CUPÓN DE SUSCRIPCIÓN

Desearía recibir MUNDO VENDING durante un año (6 números)

MUNDO VENDING durante dos años (12 números)

NOMBRE:

EMPRESA:

DIRECCIÓN:

POBLACIÓN: C.P.

PAÍS: TLF. FAX:

REPOSICIÓN POR CHEQUE BANCARIO A NOMBRE DE TECNIPRESS, S.L.

RECIBO BANCARIO

BANCO SUCURSAL: C/C:

NOMBRE DEL TITULAR:

NIF: FIRMA: FECHA:

SPANISH AMUSEMENT TRADE SHOW
INTERNATIONAL



Feria

INTERAZAR

98

Parque Ferial
Juan Carlos I
Madrid



30 de Septiembre
1 y 2 de Octubre
1998



INTERALIA



Facomare



INTERAZAR