

Mundo **VENDING**

TECNICAS Y SERVICIOS

REVISTA TÉCNICA INDEPENDIENTE AÑO VII Nº 39 1998

Compacto J-2000

El monedero electrónico de 5 tubos.




Jofemar

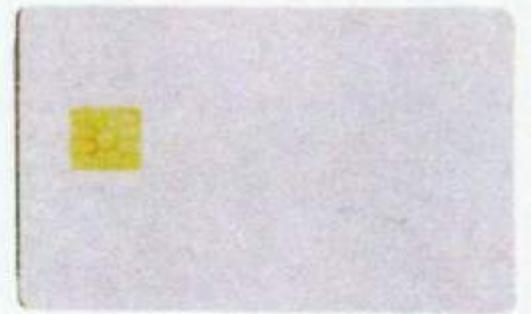
La Garantía de un producto avalado por
la Certificación **ISO 9001** del fabricante.

PROYECTAMOS CAJEROS...

*Acepta hasta
20 monedas*

*Selector electrónico
programable*

*Sistema de pago
universal*



Tarjeta de crédito



Llave de crédito

*Tres tubos
devuelve-cambio*



*Dinero en
efectivo*

...Y DAMOS TAMBIEN EL CAMBIO

FABBRICA GETTONIERE **FA.GE** S.R.L. COIN MECHANISMS

 **Sistemas**

de venta y control, s.l. N.I.F.: B 60202801



Azkoyen Comercial S.A.

Avda. San Silvestre, s/n.

Tels.: (948) 70 97 09

Télex: 37799 AZKO E

Telefax: (948) 70 97 06

31350 PERALTA (Navarra) SPAIN

SERVICIO DE VENDING

Alava	(943) 20 31 12	Cádiz	(95) 464 43 63	Huesca	(974) 22 75 12	Orense	(988) 24 69 70	Teruel	(976) 57 08 00
Albacete	(967) 21 69 17	Cantabria	(943) 20 31 12	Ibiza	(971) 19 16 98	Palencia	(983) 29 30 39	Toledo	(925) 82 00 89
Alicante	(96) 663 40 71	Castellón	(964) 22 25 04	Jaén	(95) 464 43 63	Palmas (Las)	(928) 23 42 39	Valencia	(96) 375 88 69
Almería	(950) 22 66 53	Ciudad Real	(902) 106 107	León	(987) 22 30 13	Pontevedra	(902) 103 637	Valladolid	(983) 29 30 39
Andorra(07)	-376) 82 43 33	Córdoba	(95) 464 43 63	Lérida	(976) 57 08 00	Rioja (La)	(948) 75 06 04	Vizcaya	(943) 20 31 12
Asturias	(98) 527 14 14	Coruna (La)	(902) 103 637	Lugo	(902) 103 637	Salamanca	(983) 29 30 39	Zamora	(987) 22 30 13
Avila	(983) 29 30 39	Gerona	(972) 17 11 19	Madrid	(91) 383 87 46	Segovia	(983) 29 30 39	Zaragoza	(976) 57 08 00
Badajoz	(95) 464 43 63	Granada	(95) 224 44 77	Málaga	(95) 224 44 77	Sevilla	(95) 464 43 63		
Barcelona	(93) 313 38 45	Guadalajara	(902) 106 107	Mallorca	(971) 73 06 58	Soria	(902) 106 107		
Burgos	(947) 20 74 44	Guipuzcoa	(943) 20 31 12	Murcia	(968) 28 22 26	Tarragona	(977) 77 30 50		
Cáceres	(95) 464 43 63	Huelva	(95) 464 43 63	Navarra	(948) 75 06 04	Tenerife	(928) 23 42 39		

SUMARIO

NOTICIAS

NUEVO LABORATORIO PARA PRUEBAS DE CONGELACIÓN 6

FERIAS

EXPO-REST, SALÓN DE LA NUEVA RESTAURACIÓN 8
14ª EDICIÓN DE INDUFERIAS 12
PRIMERA EDICIÓN DEL SALÓN DEL OCIO FAMILIAR 13
EXPO E.S.'98 ESTRENA PERIODICIDAD BIENAL 14

REPORTAJE

NUEVO SOPORTE ELECTRÓNICO DE PUBLICIDAD
Y PROMOCIONES 16
TERMINAL MULTIMEDIA PARA EXPEDICIÓN DE BILLETES 18

EMPRESAS

INVESTIGADORES DE LOS PREPARADOS ALIMENTICIOS
PARA EL VENDING 22

TEMAS

EQUIPAMIENTO PARA COLECTIVIDADES EN LA INDIA (I) 25
EL VENDING QUE VIENE 29

MAQUINARIA Y PRODUCTOS

EXPENDEDORA MIXTA PARA SNACKS Y BEBIDAS
DE ALTAS PRESTACIONES 34
MUEBLE DE RESTAURACIÓN AUTOMÁTICA 35
EXPENDEDORA DE PALOMITAS DE AIRE CALIENTE 36

ASOCIACIONES

NAMA: UNA ASOCIACIÓN AMERICANA PIONERA EN EL MUNDO ... 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. 39 Enero-Febrero 1998

Año VI 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

Delegación Madrid:

Paola Valeri. Tel.: (91) 539 05 40

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-15.503/90

MIEMBROS DE LAS SIGUIENTES ASOCIACIONES

FIP
FEDERACION INTERNACIONAL
DE LA PRENSA PERIODICA

A.P.T.T.
ASOCIACION PORTUGUESA
DE PRENSA TECNICA



Nueva presidencia asociativa

La comunicación y el intercambio de ideas aumenta la capacidad para tomar iniciativas que beneficien a todos. Esta es una de las razones importantes por las que existen las asociaciones de empresarios y profesionales. Pero para que estas ideas tomen cauce, las asociaciones se organizan alrededor de una junta directiva que orienta las inquietudes y necesidades de sus miembros.

Ahora bien, después de un cierto período de tiempo, llega un punto en que es positiva la renovación de la dirección, por diversas razones, que van desde los motivos personales a la necesidad de nuevos proyectos en ese grupo.

En nuestro sector, la Asociación Catalana de Vending celebró el pasado 11 de diciembre una Asamblea General en la que se eligió el nuevo presidente de la asociación, Jordi Molins, de Tarragona, que estará al frente de la ACV durante los próximos cuatro años. Desde estas páginas le deseamos mucha suerte en su nuevo cometido.

A principios de febrero ha tenido lugar Expo-Rest, la feria de la nueva restauración, en la que también ha participado la distribución automática. A partir de ahora, el vending estará presente, cada vez más, en los certámenes de este nuevo sector emergente.

El Editor.

MUNDO VENDING

Serventa suministra al Hospital Universitario de San Carlos

Serventa ha recibido la adjudicación del concurso público de venta automatizada de bebidas frías y calientes para el Hospital Universitario de San Carlos de Madrid. Según los directivos de la compañía, las principales instituciones sanitarias y los diferentes organismos públicos confían cada vez más en la empresa **«gracias al alto nivel de calidad de nuestros servicios»**.

La cifra de máquinas expendedoras de bebidas calientes y frías instaladas por Serventa en el Hospital Universitario de San Carlos asciende a 30 unidades, que estarán localizadas en planta, pasillos y urgencias. Los servicios de vending están a disposición de los pacientes, las personas de visita y empleados.

Nueva directora de RRHH

La empresa española ha

nombrado a Josefina Sáinz Amorós como Directora de Recursos humanos de Serventa. Entre las responsabilidades de Josefina Sáinz cabe destacar la planificación, organización, negociación y desarrollo de políticas estratégicas relacionadas con el entorno laboral de la empresa.

Antes de incorporarse a Serventa, fue Directora de Recursos Humanos y del departamento legal en Reckitt durante 6 años, donde también formaba parte del Comité de Dirección. Anteriormente, ocupó el cargo de Directora de Personal en Kanfort América por un período de 5 años. Con anterioridad, ejerció como abogada y asesora laboral de diferentes empresas del ramo de la construcción. Josefina es licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y Diplomada en Asesoría de Empresas por el ICADE ●

Nuevo laboratorio en Madrid para pruebas de congelación

La firma Frigoscandia ha instalado un laboratorio en sus instalaciones de Madrid para ponerlo a disposición de todas aquellas empresas y entidades que deseen realizar pruebas de congelación y enfriamiento.

El mercado tradicional de productos congelados que hasta el momento se resentía de su poco valor añadido, se está transformando en España con una gran visión por parte de las empresas para procesar productos con una calidad.

Preocupado por todo lo que se refiere al sector de congelados y refrigerados, Frigoscandia se ha provisto de un laboratorio en el que se puede investigar el desarrollo de nuevos productos, fundamentalmente en lo que se refiere a su enfriamiento y congelación ●

Una máquina virtual de vending aparece en Internet

Navegando en las páginas de Internet se puede localizar a una máquina virtual de vending, que bajo el nombre de Choco-matic expende snacks virtuales. Esta simpática máquina, en la que el usuario tiene que seguir todos los pasos habituales en una máquina expendedora real, resulta un juego para los que acceden a ella, sin ofrecer al final ningún producto real, sino que el artículo aparece en pantalla y se queda únicamente siendo

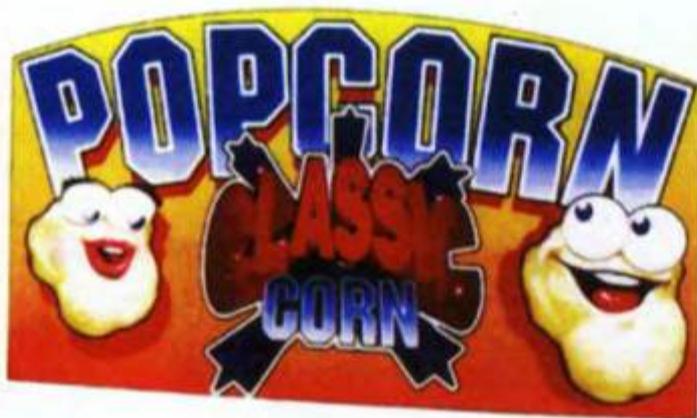
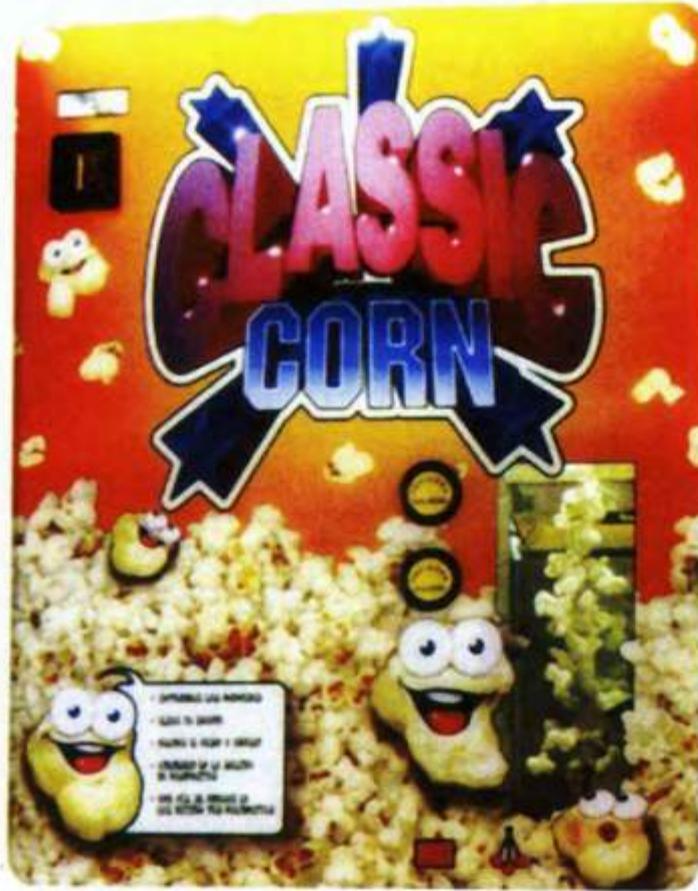
una imagen digital.

La expendedora virtual aparece con la pregunta de «¿Qué tiene esta unidad en común con las otras 200.000?». Si se quiere obtener un producto, aparecen en pantalla diferentes selecciones al precio de 5, 10 y 20 peniques. Una vez realizada la selección, aparece el producto acompañado de un «Gracias por utilizar esta máquina». La dirección para acceder a la expendedora es <http://www.york.ac.uk/~wjb101/spoterv/chocy> ●

Gaming & Services Panamá consigue una concesión de juego

La empresa Gaming & Services Panamá, perteneciente al grupo Leisure & Gaming, que preside el catalán Manuel Lao Hernández, ha ganado el concurso para la administración de 14 salas de máquinas de tipo casino durante 20 años, prorrogables otros 20. Manuel Lao, que preside la compañía Cirsa, pretende consolidar la expansión internacional del grupo ●

NOVEDAD MUNDIAL



MACOVEN
S.L.

MAQUINAS COMERCIAL VENDING
Made in Spain



FABRICA:
Pol. Ind. San Isidre - C/ Encija, s/n
08272 ST. FRUITÓS DE BAGÉS
(Barcelona) Spain
Tel. +34(9)3 - 877 24 45
Fax +34(9)3 - 877 22 79



Segunda convocatoria de Expo-Rest, Salón de la Nueva Restauración

El Grupo Caterdata-Gourmets, S.L. convocó el II Expo-Rest, Salón de la Nueva Restauración, del 2 al 5 de febrero de 1998, en el Pabellón de Cristal de la Casa de Campo, en Madrid.

El Salón estuvo dedicado a la restauración rápida y la restauración social. Bajo el epígrafe «Restauración Rápida» se encuentran incluidos los restaurantes de servicio rápido, restaurantes de comida rápida, los restaurantes temáticos, los «coffee-shop», la restauración «casual», etc... Por otro lado, la restauración social comprende la demanda de los colectivos constituidos alrededor de los centros de salud, los centros escolares, cuarteles... Aparte de estos dos nexos hay que señalar la restauración en el transporte (aviones, barcos, trenes) como otra vertiente de la nueva restauración de indudable importancia.

El perfil del expositor del salón fue: productos alimenticios y bebidas para la denominada nueva restauración o



Patatas Chef incorpora un panel de mando en su expendedora de patatas fritas

restauración moderna, maquinaria y equipamiento para la nueva restauración; mobiliario, frío industrial y comercial, productos de higiene y limpieza industrial, consumibles-desechables, vestuario profesional y formación, entre otros.

Vending en la feria

La participación del sector

de la distribución automática en Expo-Rest estuvo representada por seis empresas dedicadas directamente al vending. Saeco, Mecabán, Covendhos, Comafer, Patatas Chef y Comercial Emav fueron las firmas que mostraron su maquinaria y productos para el visitante profesional.

En el capítulo de novedades, la empresa Patatas Chef, S.L. ha incorporado en su máquina expendedora de patatas fritas recién hechas un mando de control que permite el fácil manejo de la máquina para el usuario. Este nuevo modelo fue presentado en la feria.

Otras empresas ofrecieron una serie de productos complementarios al sector. Así, Hos Control, S.L., especializada en sistemas y gestión de cobro presentó una serie de cajas registradoras para el sector de la gastronomía y la hostelería.

Por su parte, la firma Dégerman, que se dedica a los equipos para transporte y



Covendhos estuvo presente en la segunda edición de Expo-Rest

distribución de alimentos a temperatura controlada mostró sus contenedores isotérmicos multiuso para conservar productos alimenticios a la temperatura deseada.

Empresas dedicadas a la restauración y la hostelería como Futurema, distribuidas en España por el Grupo Gaggia presentaron la serie de cafeteras *Easy Pods*, estudiada para satisfacer la demanda de un distribuidor semiautomático de barquillos prescindiendo de las obsoletas palancas de arrastre del pasado.



Mecaban mostró su maquinaria para monederos electrónicos



Futurema se presentó junto a Cafés de la Villa

Por su parte, la restauración social movió en España, según las consultoras especializadas, una cifra superior a los 500.000 millones de pesetas. Lógicamente, la mayor parte de esta cifra corresponde a las empresas de restauración social, que operan en el sector ya sea elaborando la comida «in situ» o *catering* - comida transportada-.

También se observa un predominio de los grupos de capital extranjero, franceses y anglosajones, principalvista

(Pasa a la pág. 10)

Un mercado en aumento

El segmento de la nueva restauración, que incluye la restauración de servicio rápido, cerró 1997 con una facturación de 400.00 millones de pesetas. El sector da empleo a más de 600.000 trabajadores. La nueva restauración constituye en estos momentos uno de los segmentos más dinámicos del mercado, debido a la gran profusión de aperturas, de nuevos conceptos y, lo que es más importante, a la buena acogida por parte del público cada vez más expectante y ávido de novedades.



La representación de Emav formó parte de la participación del vending en Expo-Rest



(Viene de la pág. 9)

mente que despliegan su actividad cotidiana en los colegios, hospitales, empresas, etc...; así como una tendencia creciente a la especialización de los servicios. Otro punto decisivo, a tener muy en cuenta en la restauración social, es el fuerte peso que todavía ostenta la autogestión, lo que significa que el servicio de restauración es atendido directamente por las propias instituciones (hospitales, cuarteles, cárceles, etc).



Mucho ambiente frente a Illy Caffe Espresso

Así nos ven

La dirección de Expo-Rest ha facilitado los datos de los que dispone respecto al vending. Según éstos, la distribución automática dispone de un crecimiento anual acumulativo de alrededor del 50%. El vending está centrado básicamente en las máquinas expendedoras de

bebidas calientes y frías.

Las cifras obtenidas del sector apuntan un parque global de máquinas de 2.780.000, de las cuales unas 100.000 corresponderían a bebidas calientes, 65.000 a bebidas frías y 12.000 a sólidos, generando un negocio total de 77.000 millones de pesetas.

Actividades paralelas

Entre las numerosas actividades paralelas, jornadas, conferencias y actos profesionales que tuvieron lugar dentro del marco del Salón destacó, por su interés para la distribución automática, el seminario «El café y la moderna hostelería, cata comentada», en el que se desarrolló el apartado «El café en las máquinas de vending», exposición que corrió a cargo de Juan José Mac, de Saeco.

También destacó Pizza Rest «I Campeonato de España de Pizzas» coorganizado por la re-



Representante de Hos Control en su stand



Un momento del "I Campeonato de España de Pizzas", que rompió récords de originalidad



Expo-Rest ha celebrado su segunda convocatoria

vista Pizza Mondo y la Escuela para Pizzeros.

De toda España llegaron los 77 participantes que concursaron en 3 pruebas: Velocidad, Decoración y Calidad. Hubo muchas anécdotas, en-



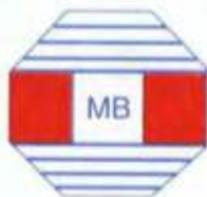
Comafer, con su máquina de limpieza de calzado

tre ellas la elaboración de una pizza artística sobre una cala, con barcas, mar y caracolas incluidas.

El premio a la mejor decoración se lo llevó un italiano, Nasti Angelo, con

pizzería en Castellón. Por su parte, Antonio Tejero, de Torrejón de Ardoz fue el más rápido: formó cuatro perfectas bases de pizza en tan sólo un minuto y 50 segundos ●

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



La 14ª edición de Induferias recibe 4.600 visitantes

Induferias, la Feria Internacional de Atracciones de Ferias, Parques Infantiles, Máquinas para juegos de Azar y Elementos Auxiliares, ha registrado en su 14ª edición, la visita de 4.647 profesionales, un 2,4% más que en la anterior convocatoria. Por lo que respecta a la afluencia de extranjeros ésta se ha incrementado el 23,5%. El certamen se celebró del 25 al 28 de noviembre pasados en la Feria de Valencia en una superficie Bruta de 20.000 m² y una superficie neta de 4.000 m².

Esta edición ha acogido la oferta directa de 85 expositores en una superficie comercial superior a los 3.700 m². Las empresas han presentado sus novedades en atracciones móviles, hinchables, aparatos de habilidad y fuerza, máquinas de azar y de regalo, elementos para parques infantiles, billares, futbolines, aparatos de sonido profesional y de iluminación espectacular.



Debate sobre el Euro

En atención a las demandas de información de actualidad por parte de los colectivos vinculados al mundo de las ferias

itinerantes, Induferias abordó de la mano de Alfonso Payá, secretario ponente del Comité de Moneda Única de la CAM, los aspectos más interesantes del «Euro y las Empresas».

Las opciones ante el funcionamiento temporal de las dos monedas y las etapas establecidas por el Parlamento Europeo para la total inclusión del Euro fueron las cuestiones que más interés despertaron entre los feriantes.

Normativa para atracciones de feria

La seguridad en las atracciones de feria es una de las cuestiones que más preocupa a empresarios del sector, como manifestaron los feriantes presentes en la conferencia ofrecida por Fernando Ribera y Luis Simal, Ingenieros Industriales responsables de los departamentos de Mecánica y Diseño del Instituto Tecnológico de Aragón.

Hasta la fecha, España carece de una normativa específica que regule la seguridad de los aparatos en parques y ferias ambulantes, y son los pro-

prios fabricantes quiénes fijan las pautas a seguir en cada instalación.

Del estudio de siniestralidad del sector realizado por los homólogos británicos se desprende que el 30% de los



accidentes están provocados por la temeridad o falta de precaución de los usuarios, si bien, aspectos de carácter estructural y la inexistencia de una reglamentación agravan la situación.

Directiva europea

La directiva europea en materia de seguridad para máquinas ofrece un marco general al que deberá ajustarse la futura legislación específica del sector. La filosofía de esta reglamentación busca integrar el concepto de seguridad a todo el proceso, desde el diseño de la máquina, montaje, funcionamiento y mantenimiento hasta las necesarias advertencias e instrucciones que han de acatar los usuarios.

El cumplimiento de todo el proceso debiera estar garantizado por la administración a través de una inspección técnica regulada y específica para los aparatos de feria ●

Primera edición del Salón del Ocio Familiar

La primera edición del Salón del Ocio Familiar, Fexpo'98 se celebrará en Barcelona, en el Recinto Ferial de Montjuïc, los días 20, 21, 22 de marzo de 1998. Fexpo'98 es la primera y única convocatoria ferial en Europa, de carácter profesional orientada exclusivamente al ocio familiar.

Fexpo pretende reunir, durante tres días, a todos los profesionales y empresarios que intervienen directamente en la implantación y gestión de los espacios diseñados específicamente para el ocio integral de toda la familia.

La feria está convocada por ACEFA, Asociación de Centros Familiares de Diversión y organizado por Interalia en colaboración con Fira de Barcelona.

Fexpo estará ubicado en el Palacio Victoria Eugenia, un edificio histórico que cuenta con una moderna infraestructura, situado junto a las fuentes de Montjuïc, en la céntrica Plaza de España.

Este certamen será durante tres días «el mayor y más atractivo Centro de Ocio Familiar de España»: parques infantiles, parques de atracciones y temáticos, parques acuáticos, boleras, playgrounds, juegos blandos, hinchables, mini golf, juegos deportivos, infantiles, simuladores, expendedoras y vending, premios, regalos, novedades, complementos, productos y servicios, equipos técnicos, catering y restaurantes, entre otros.

Family Entertainment Center Fexpo'98

Salón del Ocio Familiar

20, 21 y 22 de marzo de 1998
Palacio Victoria Eugenia
Barcelona

- ① CENTROS DE OCIO FAMILIAR
FAMILY ENTERTAINMENT CENTERS
- ② PARQUES INFANTILES (2 a 12 años)
FAMILY ORIENTED CENTERS (from 2 to 12 yo.)
- ③ PARQUES DE ATRACCIONES, PARQUES TEMÁTICOS
AMUSEMENT PARKS, THEMED PARKS
- ④ PARQUES ACUÁTICOS
WATERPARKS
- ⑤ BOLERAS
BOWLING CENTERS
- ⑥ PLAYGROUNDS, JUEGOS BLANDOS, HINCHABLES
PLAYGROUNDS, SOFT PLAYS, INFLATABLES
- ⑦ MINI GOLF
MINIATURE GOLF
- ⑧ JUEGOS DEPORTIVOS
SPORT GAMES
- ⑨ INFANTILES
KIDDY RIDES
- ⑩ SIMULADORES
SIMULATORS, MOTION RIDES
- ⑪ EXPENDEDORAS Y VENDING
DISPENSING AND VENDING
- ⑫ PREMIOS, REGALOS, NOVEDADES
PRIZES, GIFTS, MOVIES, SOUVENIRS
- ⑬ COMPLEMENTOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS
COMPLEMENTS, PRODUCTS AND SERVICES
- ⑭ EQUIPOS TÉCNICOS
TECHNICAL EQUIPMENT
- ⑮ CATERING Y RESTAURANTES
CATERING AND FAMILY ORIENTED RESTAURANTS



Fira de Barcelona



INTERALIA

Objetivos de la feria

El Comité Organizador, formado por profesionales y empresarios del sector del ocio familiar ha definido ya la estrategia y directrices del Salón. Fexpo 98 ya está en marcha; los objetivos de esta primera edición se resumen en: Crear un entorno adecuado en el que convocar la oferta y la demanda del sector, reunir a todos los profesionales del sector: industriales, distribuidores, importadores,

operadores, servicios..., potenciar el intercambio de ideas, novedades y proyectos entre las empresas especializadas en ocio y entretenimiento.

Otros objetivos son facilitar el intercambio comercial, nacional e internacional entre las empresas especializadas en este negocio, promocionar el consumo ordenado de la oferta lúdica que este sector ofrece a la familia y colaborar en la profesionalización del sector del ocio familiar ●

Expo E.S.'98 estrena periodicidad bienal

Los recintos feriales de Fira de Barcelona acogerán la próxima edición de Expo E.S., Exposición Internacional de la Estación de Servicio, Distribuidores y Operadores Petrolíferos que se celebrará entre el 17, 18, 19 y 20 de abril. La nueva estructura organizativa de Miller Freeman Blenheim Prosema ha redimensionado el certamen desarrollando un nuevo concepto ferial, con el fin de proporcionar la plataforma más idónea de encuentro para las necesidades empresariales del mercado de las Estaciones de Servicios y la Industria Petrolera, incluyendo el sector del vending.

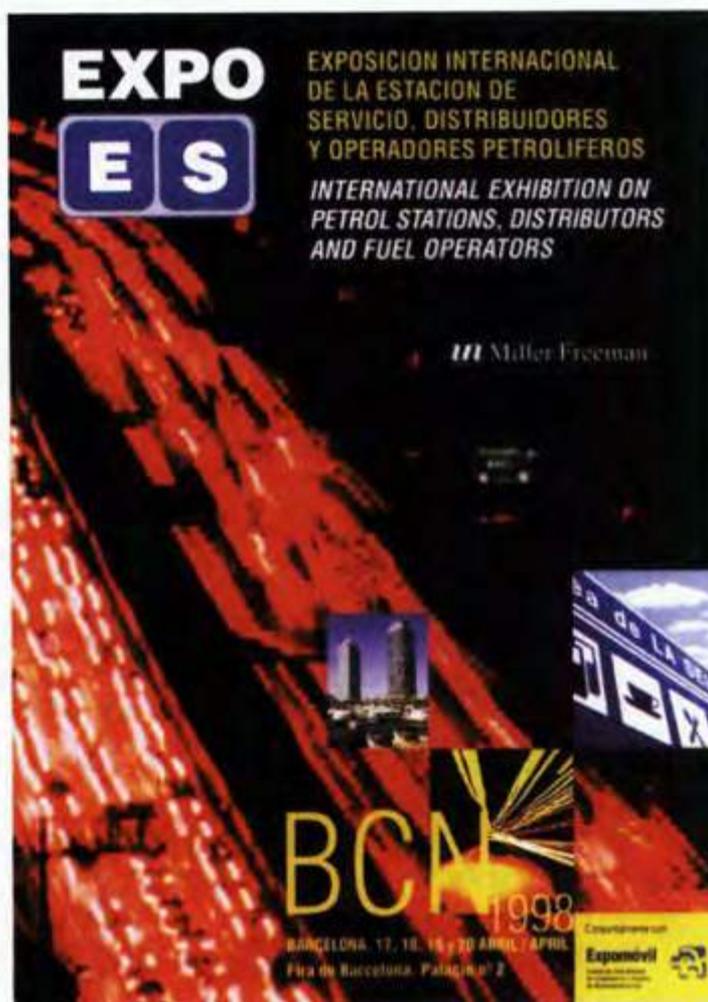
En esta nueva etapa de Expo E.S. que se inicia con la edición de 1998, se han realizado importantes cambios para conseguir este objetivo: el Salón se celebrará bienalmente con el fin de tener la máxima capacidad innovadora. Como valor añadido para aprovechar sinergias con sectores afines y complementarios, y para multiplicar las posibilidades de negocio, el certamen se celebra simultáneamente a Expomóvil.

La transición del mercado del monopolio a uno libre, está llegando a su fin. Los cambios que se han ido sucediendo han ido en concordancia con la expansión

del mercado. La avalancha de nuevas reglamentaciones, la entrada de multinacionales, proliferación de nuevas estaciones, grandes superficies en el negocio del retail, guerra de precios y un largo, etc; todas estas variables han provocado una fuerte competitividad, antes casi inexistente y un dato significativo: el notable descenso por venta de combustibles en las estaciones de servicio. Descenso que se está compensando diversificando la oferta con otros servicios y fidelizando al consumidor.

La capacidad de adaptación al nuevo entorno, pasa obligatoriamente por la necesidad de estar permanentemente informado y tener una visión clara y un conocimiento global de la situación del mercado.

Expo E.S actúa como receptor y canalizador de toda la información que genera el sector petrolífero. El certamen es un excelente calibrador del estado del merca-



do y sus tendencias, y es la herramienta más útil y eficaz para tomar las decisiones y estrategias adecuadas, además de realizar contactos comerciales de alto nivel.

En Expo E.S. estarán representados, además de las máquinas expendedoras los siguientes sectores: sistemas de pago, construcción, bar-restauración, compañías petrolíferas, instalaciones técnicas y mantenimiento, sistemas de seguridad, minimarket, medio ambiente, transporte y almacenamiento y lubricantes.

Jornadas Técnicas

Expo E.S'98 contará con unas Jornadas Técnicas que tratarán temas de gran actualidad e interés para el mercado de la estación de servicio y la industria petrolera. Uno de los temas abordados durante las Jornadas Técnicas serán los medios de pago a través de las tarjetas y la repercusión de los costes ●

Datos del sector en España

- 80.000 millones de inversión media por año en el sector.
- 250.000 millones de inversión en los próximos 5 años en instalaciones de lavado.
- Cerca de 7.000 estaciones de servicio en funcionamiento.
- 250 nuevas estaciones de servicio de promedio se inauguran cada año.
- El 35% de los ingresos en una moderna estación de servicio procede del minimarket, y la tendencia va en aumento.
- La venta media de carburantes por estación se cifra en torno a 3,3 millones de litros.
- 310 automóviles por cada 1.000 habitantes.
- 85,6 km. por estación de servicio.
- Nº de automóviles por estación de servicio.

PATATAS FRITAS ¡EN 1 MINUTO!

ALTA RENTABILIDAD LA GRAN DIFERENCIA

NUEVO
MODELO

¿GUSTAS?

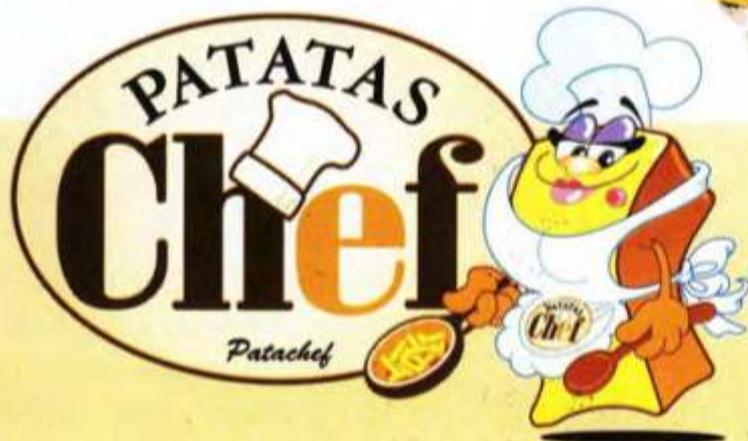


SI
UN GRAN NEGOCIO

¿A quién no le gustan?

Ahora **SI**.

Usted puede ofrecer
crujientes patatas fritas
recién hechas.



HACEMOS DE LAS BUENAS PATATAS FRITAS

¡¡UN GRAN NEGOCIO!!

PATATAS CHEF S.L.
Avenida de Castilla, 32 - Nave 51
28850 San Fernando de Henares - Madrid (España)
Tel.: 91-656 14 98. Fax: 91-675 78 11
E-MAIL: patatas.chef@ctv.es

Nuevo soporte electrónico de publicidad y promociones en las máquinas de vending

Serventa ha implantado ya en el mercado español más de 500 unidades de máquinas expendedoras de tabaco que incluyen una pantalla de publicidad y un elemento activo de promociones.

La compañía española Serventa ha desarrollado *Vía Plus*, una nueva plataforma publicitaria y promocional en formato electrónico e interactivo que incidirá sobre los clientes de bares, cafeterías, restaurantes y otros establecimientos del entorno hostelero. Habitualmente, la función principal de este tipo de locales públicos consiste en la venta de bebidas y/o comidas a sus clientes. En la práctica, todos sabemos que, sobre todo en nuestro país, son lugares ideales para el desarrollo de diferentes actividades sociales, como charlar con amigos, ver la televisión, jugar a las cartas, llamar por teléfono, comprar tabaco, etc.

Según Esperanza Gómez Navarro, directora de la empresa, *Vía Plus* es un nuevo y atractivo soporte publicitario que ofrece un amplio abanico de posibilidades a los anunciantes, y que les permite realizar una gran variedad de acciones promocionales a su medida. Los recursos tecnológicos utilizados para el diseño de esta nueva plataforma permiten crear una comunicación directa e interactiva con la audiencia y, lo que resulta de vital importancia para el anunciante: ofrece la posibilidad de controlar y efectuar informes cuantitativos exactos sobre la audiencia y la



eficacia de las acciones promocionales realizadas gracias a la medición de los accesos.

Características del sistema

Vía Plus consta de tres elementos: una máquina expendedora de tabaco, una pantalla dinámica de publicidad y un elemento activo de promociones, que se relacionan entre sí. La combinación de estos tres elementos permite la realización de:

- Anuncios: las imágenes publicitarias de los diferentes anunciantes aparecen de forma continua y rotativa en la pantalla del *Vía Plus*. Cabe la posibilidad de incluir imágenes simples, o bien multipáginas, que consisten en cuatro imágenes publicita-

rias de un determinado anunciante. Cada vez que a dicho anunciante le corresponda aparecer dentro del proceso rotación, aparecerá una imagen diferente. Este soporte también permite programar tanto la hora exacta de aparición del anuncio como el tiempo de aparición de cada imagen publicitaria y escoger entre 10, 20, ó 30 segundos.

- Promociones: *Vía Plus* permite realizar una gran variedad de acciones promocionales a la medida de las empresas anunciantes, garantizadas por una comunicación directa e interactiva con la audiencia potencial de dichos soportes. Las acciones promocionales podrán ser realizadas por aquellos anunciantes que aparezcan

en los anuncios rotativos. Existen 4 modalidades básicas:

Promoción Botón Rojo: Cada vez que aparezca en pantalla la imagen publicitaria del anunciante comienza a parpadear un botón rojo. Durante este período de tiempo aparece la imagen del anunciante una flecha y un mensaje, incitando a pulsar el botón. Una vez que se pulsa, se imprime un ticket con un mensaje previamente definido (por ejemplo, un premio).

Promoción con Tarjeta: Según el tipo de consumición que realice el cliente del bar, éste tiene la posibilidad de recibir una tarjeta con banda magnética que, al ser introducida en el lector de tarjetas de *Vía Plus* le permite acceder a una promoción con posibilidad de recibir un premio.

Sensor de proximidad: *Vía Plus* incorpora una célula fotoeléctrica que detecta la proximidad de una persona. Una vez que se active dicha célula aparece en la pantalla la imagen publicitaria del

anunciante. Esta imagen es diferente a la que aparece habitualmente, además, el anunciante podrá decidir el tiempo de aparición de su imagen.

Promoción de producto de venta: Según el tipo de marca de cigarrillos que el cliente compre en la máquina, aparecerá una u otra imagen

dos más de 500 *Vía Plus* en España, y está previsto que hasta final de año se llegue hasta las 700 unidades. Durante 1998 se prevé la instalación de otras 1.000 unidades en todo el territorio nacional.

Vía Plus se puede encontrar en establecimientos que se caracterizan por su bue-



publicitaria en la pantalla de promoción. El anunciante es el que escoge con qué marcas de cigarrillos desea que aparezca su publicidad o promoción.

Más de 500 soportes

Actualmente, hay instala-

na imagen, una abundante afluencia de público y por estar ubicados en las principales calles de las poblaciones. La contratación de los servicios de *Vía Plus* se efectúa por circuitos, cada uno de los cuales consta de 50 unidades situadas estratégicamente en diferentes zonas ●

Inversión de 100 millones en informática

Serventa ha renovado recientemente su parque informático. Esta acción, se engloba dentro de una serie de cambios realizados en la empresa debido al crecimiento que ha experimentado ésta. En esta línea, Serventa ha invertido 100 millones de pesetas en sistemas informáticos con el objetivo de ofrecer una mayor calidad de servicio al cliente.

La compañía ha adquirido un sistema informático abierto cliente servidor BAAN IV bajo Windows NT, que dispone de un sistema de almacenamiento CLARiiON, de Data General, y una base de datos Informix. La consultora DGD España aportará la metodología *Orgware* para la im-

plantación del sistema y será la encargada de efectuar la formación correspondiente.

El director General de Serventa, Ignacio Orduña ha manifestado que este cambio se debe, en parte, al gran volumen de información manejado en la empresa y el enfrentamiento a nuevos desafíos, como la implantación del Euro y el «efecto 2000». Según Orduña, **«el nuevo sistema se adapta perfectamente al tipo y a la gran cantidad de operaciones que se realizan diariamente en Serventa y, al integrar una arquitectura abierta, permite tratar con diferentes suministradores»** independientemente del tipo de plataforma que estos utilicen.



Terminal multimedia para expedición de billetes

La nueva dispensadora de Comelta emite tickets de la forma más rápida y satisfactoria para el usuario, con el menor coste de inversión y explotación para la empresa operadora.

La empresa española Comelta, especializada en la fabricación de equipos de microinformática y desarrollo de electrónica aplicada comercializa ya el terminal multimedia *Servi-ticket*. Se trata de un terminal que cumple con los requisitos funcionales y de seguridad internacionales y presenta una mecánica ergonómica de estética muy agradable.

El equipo de I+D de Comelta ha diseñado este terminal para guiar al usua-

rio de manera amigable, incluso a personas invidentes, hipovisuales o con movilidad reducida, *Servi-ticket* es un terminal de expedición de billetes que pertenece a la familia de productos *ServiTer* de Comelta. Acepta medios de pago en efectivo (monedas y billetes), tarjetas de crédito y dinero electrónico del tipo «monedero electrónico» (Visa Cash).

Un punto fuerte del nuevo terminal es que la flexibilidad de su arquitectura le

permite adecuarse a las necesidades específicas de cada cliente. Su estructuración en funciones modulares permite construir, a partir de un subconjunto básico, un terminal muy sencillo o un terminal muy sofisticado con tecnología multimedia (imágenes, sonidos, gráficos, etc) y otras prestaciones. Además, el terminal puede operar en condiciones extremas: con una temperatura de funcio

(Pasa a la pág. 20)



Sus innovaciones electrónicas e informáticas acercan y hacen atractivo el sistema al usuario.



El **Sistema CASTEL Monodosis** es el método más revolucionario de preparar un **café expreso** -en las cafeteras CASTEL- de la manera más limpia, sencilla y en tan sólo 20 segundos. Cada monodosis de café GOURMET está envasada en atmósfera modificada, lo que garantiza una máxima conservación durante 18 meses.

Un método que permite ofrecer los mejores cafés GOURMET del mundo -cuidadosamente seleccionados y tostados por CAFÉS CASTEL- a restaurantes, hoteles, cafeterías, oficinas y negocios de restauración rápida.

El producto con más futuro para la **DISTRIBUCIÓN HORECA** y para los **OPERADORES DE VENDING**.

*Haga un buen negocio
mientras los demás toman café.*



Jamaica Blue Mountain WALLENFORD
Puerto Rico Yauco Selecto PREMIUM AA
Papúa Nueva Guinea AA SIGRI
Java DJAMPIT NOA NOA

Guatemala Volcán de Oro
Gran Altura
Descafeinado Gran Altura

Visítenos en ALIMENTARIA, en Restaurama, Pabellón nº 3, pl. 1ª, stand nº 160

Café
CASTEL
CASA FUNDADA EN 1875

Avda. de Washington, 57 • 29006 Málaga • Tel.: 95 - 234 08 58 • Fax: 95 - 234 67 58
email: cafescastel@cafescastel.es



(Viene de la pág. 18)

namiento de entre -20°C y +40°C, y con una humedad de 0 a 90%, sin condensación.

Contrato millonario

Recientemente, Comelta ha entregado a Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (FGC) las primeras unidades de la nueva máquina autoexpendedora de billetes *Servi-Ticket*. Finalizada la fase piloto, cerca de 170 máquinas *Servi-Ticket* serán instaladas en la mayor parte de las estaciones de FGC entre 1997 y 1998, fruto del concurso público adjudicado a Comelta -800 millones de pesetas.

Multifuncionalidad

El terminal dispone de una pantalla táctil y sonido estereofónico que, junto a un innovador diseño, le convierten en una herramienta multimedia idónea para multitud de operaciones: transacciones financieras, información al ciudadano y contribuyente, información de transporte, operaciones hoteleras, promoción de productos y servicios, venta de entradas y billetes, contratación de seguros, reserva de plaza y pago de matriculaciones, exhibición de fondos en edificios de interés cultural, cobro de estacionamiento en aparcamientos e información turística.

Este terminal admite otros usos más sofisticados: lector programable de monedas, retenedor de monedas

para operaciones canceladas, suministrador de cambio de monedas, dispensador de billetes, caja de seguridad interna, lector de billetes programable, lector de tarjetas magnéticas y lector/grabador de tarjetas inteligentes.

Arquitectura del sistema

Su arquitectura es flexible y escalable. El sistema de control está basado en una arquitectura de PC compatible (procesador Pentium MMX o Pentium Pro) con sistema operativo abierto (Windows NT Workstation) y protocolos de comunicaciones (TCP/IP y SNMP), que permiten personalizar el sistema, la conexión a servidores remotos y el telediagnóstico.

El terminal posee diversas aplicaciones modulares de software, con excelentes prestaciones multimedia (vídeo, sonido, imágenes JPEG, etc), que controlan por ejemplo, los drivers de periféricos (impresora, dispensador de billetes y monedas...), el programa principal, el módulo de interfaz multimedia de usuario, los ficheros de parámetros de operación, el gestor de comunicaciones y mensajes, el módulo de autodiagnóstico, de diagnóstico en modo de supervisión y mantenimiento, etc.

La arquitectura de *Servi-ticket*, que incorpora importantes innovaciones electrónicas e informáticas, con recursos multimedia, es muy fácil de utilizar y muy atractiva para el usuario. La interconexión de los diferen-

tes dispositivos de control se realiza a través de un bus abierto estándar de inteligencia distribuida (Lonworks), que reduce el cableado, normaliza la interconexión, mejora la modularidad, controla los sistemas de iluminación, climatización, alarma y seguridad, y facilita las modificaciones futuras, independientemente del fabricante de los elementos que lo componen.

Ha sido concebido para expender tickets de la forma más rápida y satisfactoria para los usuarios y con el menor coste de inversión y explotación para la empresa operadora. Y se ha estructurado según un conjunto de subsistemas independientes que realizan funciones específicas. Este diseño modular permite la modificación de unas prestaciones sin que altere más que al subsistema correspondiente.

El chasis del terminal está construido con una chapa metálica de 3 mm, con cierres de seguridad, y dispone de sensores de puerta abierta, térmicos y antivibraciones para detectar golpes fuertes, actos vandálicos o intentos de robo. La pintura del exterior es antigraffiti y es posible incorporar elementos decorativos y personalizar el terminal con colores y serigrafías.

Monitor para el usuario

Servi-ticket posee un monitor de 15 pulgadas compatible con tarjetas gráficas. La pantalla táctil, tiene una resolución de 1.024 x 1.024

puntos de presión y es muy sensible, registrando incluso la más leve presión, por rápida y breve que esta sea. La pantalla es resistente a agentes ambientales y contaminantes, y su superficie está especialmente protegida contra polvo, grasa, agua y radulladuras, evitando así falsos contactos o zonas insensibles al tacto.

Pruebas de laboratorio han demostrado la alta fiabilidad (+ de 572.000 horas) y duración (+ de 20 millones de presiones en el mismo sitio) del monitor, que puede operar tanto en interiores como en exteriores ya que está diseñado para soportar fuertes condiciones ambientales: con temperaturas comprendidas entre -20 y 40°C, y humedades entre 0 y 90% (relativa, sin condensación).

Títulos de viajes y devolución de cambio

Servi-ticket dispone de una bandeja común para la recogida de los títulos de viaje, justificantes y monedas y billetes procedentes de las operaciones de cambio de dinero, que posee sistemas de iluminación, detector de apertura, etc.

Cobro en monedas

La máquina dispensadora de monedas opera hasta con 12 tipos de monedas diferentes y cumple los estándares internacionales (BDTA) que se emplean en los sectores de transporte, ocio y vending. El dispensador dispone de una serie de sensores internos que reco-

noce los tipos de monedas autorizados.

Cobro en billetes

El lector de billetes también posee un sensor para validar la autenticidad de los mismos. Este mecanismo es fácilmente adaptable a cualquier país y reconoce hasta 14 denominaciones de billetes diferentes que pueden ser procesados en cualquier orden u orientación, aceptando la introducción de un billete cada 3 segundos.

Para comprobar la autenticidad de los billetes, *Servi-ticket* realiza una serie de complejas operaciones como, por ejemplo, reflejo y propiedades de transmisión del papel y tinta de impresión, propiedades magnéticas de la tinta de impresión, propiedades fluorescentes del papel y de la tinta de impresión, características especiales impresas en los billetes para determinar automáticamente su autenticidad.

Pagos con tarjetas de crédito: total seguridad

Para la conexión a centros autorizados de transacciones con tarjetas de crédito y débito, este tipo de máquinas han de cumplir las directrices que los organismos o centros autorizados de tarjetas de crédito y débito (Semp, 4B, CECA, etc) tienen establecidas en relación a requisitos físicos y funcionales para las máquinas o terminales no atendidos.

El terminal puede efec-

tuar transacciones de crédito/débito de forma segura ya que incorpora los mecanismos necesarios para ello: unidad de teclado para códigos de seguridad, encriptadora de datos (claves con algoritmos DES), y módem para comunicaciones vía red telefónica conmutada.

Por sus características de diseño, el terminal disfruta del más alto nivel posible de seguridad contra manipulaciones de terceros. Tanto el programa como los datos se almacenan encriptados. El sistema tiene los mismos niveles de seguridad, de programa, claves, y normativa que los homologados por diversas entidades y centros autorizados (Sistema 4B, Semp, Visa, etc).

Alimentación del sistema

La alimentación de la máquina es por red eléctrica de 230 V. Además, incorpora un sistema de alimentación ininterrumpida (SAI) que da garantía de la finalización correcta de las operaciones en curso en caso de corte eléctrico. El SAI está conectado al sistema de control central que puede conocer el tiempo disponible de carga de baterías y el correcto funcionamiento del mismo. Es una unidad que proporciona protección frente a la mayoría de los problemas causados por la energía eléctrica. Un microcontrolador analiza de forma constante el voltaje de entrada, si detecta una caída, conecta inmediatamente el circuito de alimentación alterno ●

Investigadores de los preparados alimenticios para el vending

Desde 1979 la empresa Preparados Alimenticios Simat, S.L. está ofreciendo sus productos al sector de la distribución automática. Detrás de estos casi veinte años de servicio a los operadores del vending está el fundador de la empresa, Joan Font que a finales de la década de los setenta estaba trabajando con otros productos alimenticios y que tal y como el empresario manifiesta se «apasionó» tras una visita a Alemania donde estos productos ya estaban desarrollados e implantados.

El fundador de Simat comprobó la complejidad de la producción de los productos destinados al consumo alimentario preparados para su inclusión en las máquinas automáticas. El empresario explica que se trata de un tipo de producto que se dosifica por volumen y en cambio se vende por peso, necesita de un tratamiento para evitar que se apelmace y, por último, requiere una volumetría adecuada y una densidad constante.

A Joan Font le gustó el desafío y junto a un equipo de colaboradores se puso a investigar para fabricar una máquina que fuera capaz de resolver las condiciones exigidas para transformar la materia prima en un producto acondicionado, preparado para servir al cliente en las óptimas condiciones para su consumo alimentario.

En sus inicios, la distribución automática utilizaba productos alimenticios no especializados para su expedición, con los consiguientes problemas de salubridad. Es lógico que durante los últimos años se hayan ido incorporando mejoras técnicas en la producción y acabado de los produc-



De izquierda a derecha: Carlos Acón, Director Financiero; Ramón Font, Director Comercial; Pedro Font, Director de Operaciones y sentado, Joan Font, Socio Fundador

tos que funcionan correctamente en las expendedoras. Según el Director Comercial de Simat, Ramón Font actualmente «**el operador del vending tiene un producto que facilita el control de los costes y de su gestión**».

En 1989 la empresa tuvo que dejar las primeras instalaciones de Sant Sadurní para trasladarse a la fábrica actual de Hostalets de Pierola, en Barcelona. Prueba de que es una empresa que ya se está consolidando en España es su cuota de mercado del 17% al 20% en el vending español. De hecho, cuenta con clientes en diferentes puntos de la geografía española: Catalunya, Valencia, Madrid, Sevilla, Valladolid, Galicia, Sant Sebastián, Bilbao, una delegación en Madrid y distribuidores en Valencia, Valladolid, Sevilla, Galicia y Portugal. Según Ramón Font, existe una voluntad de nombrar distribuidores en todo el territorio nacional para dar un mejor servicio a los clientes.

Tres gamas de productos

La oferta de Simat se basa en una gama de productos básicos que varían en función de las necesidades del cliente y de los gustos del lugar. De esta manera, ofrece tres gamas de productos: la línea vending tradicional, hostelería y vending incup (producto en vaso), al que Joan Font pronostica un futuro prometedor, puesto que «**facilita a la pequeña empresa un servicio para los trabajadores**» y debido a que se comercializa a través de expendedoras sin complicaciones técnicas, que resultan económicas y rentables.

Según los responsables de Simat, la empresa prepara unos preparados alimenticios dotándolos de unas características físicas adecuadas para el óptimo funcionamiento en las máquinas automáticas: solubilidad, fluidez y estabilidad mecánica, permitiendo

(Pasa a la pág. 24)



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





Fábrica de Simat en Hostalets de Pierola (Barcelona)

(Viene de la pág. 22)

mantener la máxima regularidad de erogación, condiciones higiénicas y de servicios entre carga y carga.

La empresa catalana ofrece una variedad de 16 productos diferentes con tres tipos de leches, dos de cacao, tres de infusiones, uno de caldo, cuatro de café tradicional, dos de café descafeinado y la última novedad que Simat ha lanzado al mercado: Simat Capuccino. De este producto el empresario destaca el éxito que está teniendo, atribuible a su sabor característico de auténtico Cappuccino italiano con cacao puro y abundante crema.

Fabricación elaborada

Uno de los productos que destaca por su complejo proceso de tratamiento es la leche. Ésta llega directa de las centrales lecheras y no es utilizable para la máquina automática pues no es soluble ni instantánea. Es una materia fina que, por su composición, se apelmaza dentro de los contenedores de la expendedora. Por otra parte, la leche pura, al

pasar por muchos conductos es fácil que produzca fermentación. La transformación de esta materia prima en un preparado alimenticio garantiza su perfecto acondicionamiento para el vending.

Garantía de calidad

Una asignatura pendiente de la empresa es la obtención de la certificación de calidad ISO, que se producirá en los próximos meses. Joan Font manifiesta que han preferido esperar a incorporar las últimas innovaciones tecnológicas para realizar una auditoría superior en resultados. Por su parte, el Director Comercial añade que Simat «**garantiza el producto desde que entra la materia prima hasta que llega al cliente**».

El empresario catalán tiene muy presente que su empresa es familiar y que por ello en su filosofía de trabajo es tan importante el trato personalizado con el cliente. Un servicio por el que Simat se ha preocupado mucho es la logística. «**Hemos sacrificado parte de beneficio**», asegura Joan Font, para conseguir que los pedidos lleguen en un máximo de 3 días y para invertir

constantemente en mejoras técnicas.

Expansión hacia el extranjero

Simat tiene previsto abrirse a otros mercados, concretamente hacia el norte de África y Sudamérica. Ramón Font explica que están manteniendo conversaciones con países sudamericanos: Argentina, Colombia y Brasil, territorios en los que están pendientes de trámites administrativos para llevar a cabo su expansión. Por otra parte, el Director Comercial de Simat señala que aunque existen contactos con Francia, se encuentran con las dificultades que genera el gravamen sobre el azúcar y la leche que les impide competir con clientes como pueden ser los italianos.

La empresa factura anualmente unos 500 millones de pesetas, una parte importante de las cuales se destinan a investigación para ofrecer un producto de primera calidad. Simat proyecta invertir en breve para tecnificarse aún más y dedicarse con más fuerza a cubrir las necesidades del mercado ●

Equipamiento para colectividades en la India (I)

Con motivo de la edición de Expotecnia celebrada en Nueva Delhi en octubre, el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) encargó a la prestigiosa firma KPGM Peat Marwick la elaboración de 12 estudios del mercado de la India relativos a otros tantos sectores industriales. Uno de los estudios, bajo el título de «Equipamiento para colectividades en India», recoge las posibilidades de negocios que ofrece el mercado indio en los sectores de equipamiento hospitalario y hotelero.

En esta ocasión, nos fijamos en el estudio de mercado dirigido al equipamiento hospitalario del sistema sanitario hindú.

Importancia del sector sanitario en la economía del país

Para hacer un análisis aproximado del sector sanitario en la India, es imprescindible hacer hincapié en su estructura social. Las clases sociales privilegiadas están formadas por 275 millones de ciudadanos, según el National Council of Applied Economic Research, está dividido en tres grupos:

Las clases altas; aproximadamente 6 millones; el núcleo central, 90 millones; las clases medias bajas, de 90 a 275 millones de personas. La renta per cápita era de 329 dólares en 1994, y será de 454 dólares en 1998, un crecimiento del 38%.

- En 1986 existían en la India 36 ciudades con más de 500.000 habitantes, en 1992, este dato se vio incrementado hasta las 51 ciudades. Las conglomeraciones urbanas mayores son Bombay, con 12,6 millones de habitantes, Calcuta con 11 millones, Delhi con 8,4 millones y Madras con 5,4 millones de habitantes. Un 4% de la población vive en una de las cuatro ciudades principales, un 15 en ciudades de más de 10.000 habitantes, un 10% en ciudades de tamaño medio, un 12% en ciudades de más de 5.000 habitantes y 59% en pueblos de menos de 5.000 habitantes.

- Tradicionalmente, y más en un país de corte intervencionista como la India, la responsabilidad de la sanidad ha recaído totalmente en el Gobierno. El gasto efectuado por el mismo equivale al 0,8% del PIB.

- En la India existe un problema de salud acuciante, principalmente debido a la falta de fondos públicos. Los ciudadanos con poder adquisitivo, generalmente acuden a la asistencia sanitaria privada. Este hecho, paradójicamente resulta aliviador para el Gobierno hindú, que podrá dedicar más fondos a solucionar los problemas de los más desfavorecidos.

Contrastes en el sector sanitario

- La tasa de mortalidad infantil en 1972 era de 139 por

1.000, y ha pasado a ser en 1992 de un 89 por 1.000 nacimientos.

- La esperanza de vida también ha mejorado ligeramente, en 1981 era de 54 años, en el año 1992 pasó a ser de 60 años.

- El 70% de los 14.000 hospitales son privados.

- El 60% de las camas son públicas, estando el 80% de las mismas situadas en zonas urbanas.

- El 10 % de los médicos atienden las zonas rurales, el 90% restante, es decir 400.000, atienden zonas urbanas.

- El ratio de médicos por habitante es alarmantemente bajo, 1 por 2.440 habitantes. Este dato se agrava en zonas rurales, 1 médico por 14.000 habitantes, y en cambio mejora substancialmente en zonas urbanas, 1 médico por cada 625 habitantes.

- El número de ciudadanos por enfermera es muy alto, 2.220. Al igual que en el caso de los médicos, las diferencias entre zonas urbanas y rurales son abismales.

- Los hindúes se gastan por término medio 5.120 rupias en salud.

- El gasto sanitario por unidad familiar en zonas rurales es de 988 rupias, y en zonas urbanas 1.074 rupias.

- El gasto per cápita en zonas rurales es de 184 rupias, en zonas urbanas 204 rupias.

- Sólo el 15% de la población se alimenta adecuadamente,

(Pasa a la pág. 26)

(Viene de la pág. 25)

aunque el 96% de la población ingiere la cantidad adecuada de calorías.

En la India hay 146 universidades que imparten licenciaturas en medicina, con un total de 11.241 estudiantes, y otras 57 universidades dentales en las que estudian 1.246 estudiantes.

La salud, como requisito imprescindible para el desarrollo del país, es prioritaria para el Gobierno, quien en su noveno plan (1997-2002), pretende elevar los estándares actuales de la sanidad para la entrada del nuevo milenio.

Finalmente, la mejora de los

hindú. Estos hospitales estaban, y todavía están, pobremente equipados y dirigidos por un reducido número de profesionales de la medicina.

La última década ha supuesto el despegue tanto de los hospitales públicos como de los privados. Los dos factores causantes de este advenimiento de la sanidad son la mejora de los equipos y la ampliación de la gama de servicios ofrecidos por los centros sanitarios.

Asimismo, el acceso a la medicina privada, resulta cada vez más asequible. A pesar de las grandes diferencias de renta entre la India rural y la urbana, ambas eligen la sanidad privada por considerarla 425 millones de

está supervisada por asociaciones de consumidores.

Estructura de la Sanidad en la India

En el octavo plan del Gobierno indio, se incluía un «leiv motiv» para el final del milenio, «Salud para Todos» («Health for All»). En el último plan, éste ha sido cambiado por «Salud para los Desfavorecidos» («Health for Under Privilege»). El cambio en la enunciación del lema sanitario, viene motivado por el incuestionable hecho que se está produciendo en la India, la polarización de la población en dos grupos diferenciados según

Expansión de los servicios sanitarios

Años	1971	1991	1992
Centros de Atención Primaria	5.100	20.400	20.700
Centros Comunitarios		2.100	2.200
Hospitales	3.900	11.200	14.000
Dispensarios	12.200	27.400	27.400
Camas	349.000	810.000	835.000
Médicos	151.000	39.000	411.000
Dentistas	5.500	10.800	11.300
Enfermeras	81.000	340.000	385.000

Fuente: Ministerio de Salud

servicios sanitarios dependerá esencialmente del éxito de las acciones del Gobierno sobre los elementos más desprotegidos de la sociedad. La eficacia de la prevención, para evitar la propagación de enfermedades en masa, así como la reducción de los peligros de contagio en los centros sanitarios públicos, para generar confianza en los mismos, son condiciones indispensables para la mejora de las condiciones sanitarias del país.

Hasta los años ochenta, el Gobierno era el encargado de gestionar los hospitales y organizaciones caritativas, que constituían el eje de la sanidad

rupias, mientras que la India urbana lo hizo por valor de 525 millones de rupias.

Las razones de que la sanidad en la India presente perspectivas tan favorables son las siguientes:

- Creciente apercibimiento de la importancia de la salud.
- Aumento de la importancia de las clases medias, exigiendo un mayor desarrollo tecnológico de la medicina y mejor formación de los profesionales del sector.
- Los avances tecnológicos, una vez implantados se hacen imprescindibles.
- La cobertura de la sanidad

dos criterios:

- Los habitantes en zonas rurales, en comparación con los habitantes en zonas urbanas.
- Los usuarios de la medicina privada, en comparación de los usuarios de la medicina pública.

Sistema público de salud

El sistema de salud indio de asistencia médica es muy rudimentario, y está orientado a las clases más desfavorecidas. No aspira por tanto, a ofrecer una sanidad pública susceptible de competir con la privada. Su

(Pasa a la pág. 28)



MICRO MART

Expendedor 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.

MINIMARTT
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.

Expendedores 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.





(Viene de la pág. 26)

misión es atender a los indigentes, valiéndose de los Planes Nacionales de Salud, que en primer término tratan de prevenir, y en segundo, de remediar.

En el sistema público de salud se incluyen los Centros de Atención Primaria, los Centros de Salud Comunitarios y el 30% de los hospitales. En el caso de la India, no podemos hablar de centros concertados, o de un sistema eficaz de delegación de las atribuciones de la sanidad pública en la privada, ya que el Gobierno no tiene fondos para delegar retribuyendo. Sí podemos hablar en cambio, de hospitales que aceptan algunas tareas, aún sabiendo que serán mal y tardíamente pagados.

Sistema privado

La sanidad privada está creciendo a muy buen ritmo en la India. Hay dos formas de acceso a la sanidad privada; la primera, a través de los seguros médicos, y la segunda mediante el pago directo por los servicios prestados. El grado de implantación de los seguros médicos en La India es irrelevante, solo una pequeña minoría, habitualmente acaudalados o empleados de grandes empresas o multinacionales tienen contrato de seguro sanitarios.

Las empresas de seguros sanitarios no están muy extendidas, una de las que más asociados tiene es ESIC (Employees State Corporation).

A pesar de que distintas fuentes suministran datos que difieren entre sí, se estima que existen unos 14.000 hospitales en la India, de los que el 70% son de propiedad privada, 27.400 dispensarios, 20.700 centros de atención primaria y 2.200 centros comunitarios, a parte de las congregaciones

religiosas y asociaciones caritativas que atienden a los desamparados. El 40% de las camas hospitalarias pertenecen a hospitales privados. El 60% restante pertenece a instituciones públicas.

Análisis sector usuario de equipamiento hospitalario

- El sector sanitario supuso el 0,8% del PIB de la India en 1992.

- Comprende un total de 600.000 camas: 60% en centros sanitarios públicos y 40% en privados.

- Sanidad Pública: Sistema Hindú de Salud, a tres niveles, Primario (Centros de Atención Primaria), Secundario (Centros de Atención comunitarios) y Terciario (Grandes Hospitales Públicos y Hospitales Públicos Especializados).

- Sanidad Privada: en crecimiento, cada vez acceden a ella mayores capas de población. Empresas de seguros sanitarios, no muy implantados.

- El Gobierno prevé unas inversiones en el sector sanitario de 8.150 millones de rupias en el noveno plan (1.997-2.002)

- Grandes diferencias entre zonas rurales y urbanas; El ratio de médicos por habitante en zonas urbanas es de 625, en cambio en zonas rurales tan solo hay un médico por cada 14.000 habitantes.

Demanda de equipamiento hospitalario

El mercado de equipamiento hospitalario asciende a 117,69 millones de dólares.

Características generales

- 60% de la demanda es ejercida por el sector privado y 40% por el público.

- Demanda interna en crecimiento por dos razones; aumento de la importancia de

las clases medias y firme propósito del Gobierno de elevar la calidad de la sanidad.

- Dependencia del clima político y económico para evaluar el gasto del Gobierno en sanidad.

- Compras públicas via subasta pública, existiendo excepciones.

Análisis de la oferta

- El 40% del equipamiento hospitalario demandado en la India es de importación.

- Industria local: facturación de 67,51 millones de dólares en 1995, exportaciones por valor de 12,40 millones de dólares.

- Instaladas en la India, se encuentran multinacionales de gran tradición, junto con otras de nuevo cuño.

- Joint ventures, política habitual entre empresas hindúes y extranjeras.

- Proyecciones de importaciones: 96/97, 20,5% y 98/99, 22%.

- Participación de los diferentes países atendiendo al valor de sus exportaciones a la India en 1996: Estados Unidos (32%), Japón (13%) y Alemania (10%).

Los canales de distribución varían según el tipo de cliente y el tipo de producto. Si se trata de un cliente público, el precio y las condiciones de pago serán los factores más importantes, si el cliente es privado, calidad y el servicio de mantenimiento pesarán más. Si el producto tiene un alto componente tecnológico se estrecha la cadena de distribución del mismo, y si en cambio el componente tecnológico es muy bajo sucede lo contrario.

Los factores que determinan la competencia en el sector usuario de equipamiento hospitalario en la India son la relación calidad precio, el servicio de mantenimiento y reparación, las condiciones de pago y las promociones ●

El vending que viene

Por *Javier Fernández Páez*, Director Comercial de Patatas Chef

Soplan vientos frescos en la distribución automática. Están originados por el vending público y por las novedosas máquinas de sólidos calientes.

Comienzan lentos, pero van tomando velocidad rápidamente y transportan las semillas de dos nuevas especies: el vending al alcance de todos y la restauración automática de cocinados calientes recién elaborados (patatas fritas, hamburguesas, hot dogs, pizzas, sandwiches, platos precocinados, etc)

Vending. ¿Cautivo o público?

Las máquinas clásicas continúan su desarrollo y cada vez son más numerosas y populares. Ya no solamente es frecuente encontrar máquinas de café en oficinas y fábricas, ahora los edificios administrativos, hospitales, aeropuertos, estaciones de autobuses, ferrocarriles y metro, universidades, etc. son

receptores habituales de distribuidores automáticos de bebidas calientes y frías, sólidos fríos (sandwiches, dulces, aperitivos, yogures, frutas, etc), helados, etc.

Por otro lado, ya no todo el vending es «cautivo». Estaciones de servicio, centros comerciales, áreas recreativas, instalaciones deportivas, playas, campings, estaciones de esquí, paseos, etc, claros exponentes del denominado «vending público» van incorporando, cada vez con más frecuencia, distribuidores automáticos en sus dependencias.

Pero por algún motivo que no alcanzo a comprender, solamente las compañías embotelladoras de refrescos, cerveza o agua, se han atrevido a operar seriamente en este mercado. El resto es casi anécdota.

Muchas veces he preguntado a responsables de empresas operadoras de todos los tamaños y condiciones por qué no se introducen en el vending público.

Siempre he recibido respuestas confusas y poco contundentes. Me han hablado de vandalismo, de difíciles negociaciones con los locales, de horarios intempestivos, etc.

Sin embargo esto, en general, no es así. El vandalismo es controlable, y muchas máquinas están preparadas para soportarlo. Los propietarios de los locales aptos para vending público no renuncian como las empresas o fábricas a su participación económica, ni la admiten a través de un canon como los hospitales o universidades, pero sin embargo, los mayores precios de venta que estas posiciones permiten, facilitan las negociaciones de cesión económica, generalmente en porcentaje sobre ventas. Los horarios de apertura de los locales no tienen otro inconveniente que organizar las rutas de carga y mantenimiento debidamente.

Creo importante esta reflexión, pues no olvidemos que el

(Pasa a la pág. 30)

(Viene de la pág. 29)

verdadero crecimiento del sector en los próximos años vendrá de la mano del vending público.

Emplazamientos

Probablemente sea un error realizar una clasificación radical de los emplazamientos de vending en cautivos y públicos. Sinceramente, creo más inteligente clasificarlos en convenientes o inconvenientes.

Podemos enumerar

localizaciones, posiblemente actúe de distinta manera en cada una de ellas.

Distribuidores automáticos de sólidos calientes

Son máquinas que están a mitad de camino entre el vending y la restauración.

Podríamos decir que son cocinas automáticas y autosuficientes.

Unas elaboran totalmente los productos

alimentos precocinados (platos preparados, etc).

Estas máquinas aportan una serie de ventajas, muchas no distintas de las inherentes al vending en general, que podemos enumerar desde tres diferentes puntos de vista: usuario de las máquinas, local de instalación y operador profesional.

Usuario de las máquinas

Servicio: La posibilidad

Emplazamientos

Ocio y deporte:

- Parques recreativos
- Zoológicos
- Plazas públicas
- Cafeterías y restaurantes
- Pubs, bares y discotecas
- Multicines
- Playas, piscinas
- Parques acuáticos
- Campings
- Estaciones de esquí
- Polideportivos
- Puertos deportivos, etc

Transporte

- Aeropuertos
- Barcos de crucero
- Estaciones de tren
- Estaciones de autobuses

Colectividades

- Universidades
- Institutos y colegios
- Edificios de oficinas
- Administraciones Públicas
- Hospitales
- Fábricas
- Ferias y exposiciones
- Acuartelamientos militares

Distribución

- Estaciones de servicio
- Centros comerciales
- Hipermercados
- Mercados y lonjas
- Centros de distribución

una serie de emplazamientos de interés, en función del perfil del usuario, que aún pudiendo ser el mismo en diferentes

(sandwiches, patatas fritas, etc), otras terminan su cocinado (hamburguesas, hot dogs, etc) y un tercer tipo calienta los

de tomarse un «tentenpié» caliente a media mañana, de desayunar, almorzar o cenar de manera rápida y económica, de

saciar el apetito a horas intempestivas con un alimento sólido caliente, etc. no cabe duda que es recibida con agrado por los usuarios de las máquinas.

Amplitud de la oferta:

El vending alimenticio no es más que una restauración rápida disponible a cualquier hora. Por tanto, se rige por los mismos criterios, modas, costumbres y exigencias que la restauración en general.

Desde este punto de vista, sería bueno pensar que los usuarios de nuestras máquinas apreciarán la posibilidad de decidir por ellos mismos si prefieren un café, un dulce, una bolsa de aperitivos, un sandwich frío, una lata de bebida, unas patatas fritas recién hechas, una hamburguesa, un sandwich caliente,...

Local de instalación

Servicio: Muchos locales, por problemas de permisos municipales, espacio, personal, etc. no tienen posibilidad de contar con una cocina, al menos para elaborar determinados alimentos.

Otros tienen avalanchas puntuales de público que les

complica el correcto dimensionamiento de su capacidad productiva.

También determinadas instalaciones disponen de un servicio adecuado durante determinadas horas, pero, ¿qué pasa con el resto del día? Pensemos en un hospital por la noche, en una playa, en un camping, en un aeropuerto con acumulación de retrasos de vuelos, en un pub o discoteca a las 2 de la madrugada, etc.

Muchas empresas, fábricas y edificios administrativos estarían satisfechos disponiendo de un servicio completo de restauración automática en sus propias instalaciones, tanto para evitar el exceso de salidas de su personal, como para ofrecer a clientes, visitas y personal propio «algo más».

Rentabilidad: En el vending cautivo, muchos emplazamientos demandan únicamente servicio (empresas, fábricas) y la mayor parte del resto exigen un canon.

Sin embargo, en los establecimientos de vending público es frecuente negociar una participación económica en las

ventas, normalmente como porcentaje sobre las mismas.

En esta situación, el precio de venta de los productos vending será superior al establecido para la mayoría de posiciones cautivas, lo que permitirá al operador profesional incorporar este «coste de emplazamiento» sin renunciar a su propia rentabilidad. Si el local dispone de unas adecuadas condiciones, su beneficio como socio arrendador de espacio está garantizado.

Novedad: Las máquinas automáticas distribuidoras de sólidos calientes son, sin duda, novedosas y atraen la curiosidad del público, actuando como reclamo hacia ellas mismas y hacia el lugar donde se instalan.

Imagen: Contar con una máquina de vending de alta tecnología en cualquier instalación, la dota de una imagen de distinción y vanguardia.

Rompecolas: La rapidez en la expedición de los alimentos sólidos calientes a través de máquinas automáticas, comparada con la

(Pasa a la pág. 32)

(Viene de la pág. 31)

lentitud de los procesos tradicionales, permite que se conviertan en verdaderas «rompecolas» en lugares donde la demanda de productos de este tipo, en momentos determinados, supera con creces la capacidad de suministro del establecimiento.

Ventas adicionales de bebidas: Si el establecimiento donde se emplazan vende bebidas frías, sin duda verá incrementadas sus ventas a través de los usuarios de las máquinas.

Operador profesional

Rentabilidad: Todos conocemos las batallas que los operadores profesionales han de conseguir posiciones cautivas para algún determinado tipo de máquinas de vending. Se discute la peseta, y muchas veces los precios de venta de los productos se han tenido que rebajar tanto, que la calidad del servicio empieza a peligrar.

Por otro lado, en el vending público, el mercado establece unos límites para cada producto, por encima de los cuales se incumplen sus «leyes»

y las ventas no se realizan en todo su potencial. Las máquinas automáticas de sólidos calientes, tienen la gran ventaja de distribuir alimentos para los que el mercado admite precios elevados, y sin embargo el coste de las materias primas utilizadas no supera el 15-25% sobre el precio de venta.

Hablando de rentabilidad de las ventas, en márgenes (brutos o netos) sobre ellas, el valor relativo es importante, pero lo es más el valor absoluto. Un 50% de margen bruto sobre ventas es igual en valor relativo para un servicio de 50 ptas. que para otro de 200 ptas, pero los valores absolutos de este margen serán de 25 ptas. y 100 ptas. respectivamente.

Las máquinas de sólidos calientes mantienen una proporción de costes de materias primas sobre ventas parecidos a otro tipo de máquinas cuyos productos tienen precios de venta sensiblemente menores, de ahí que en valores absolutos, sus márgenes se coloquen claramente en cabeza.

Variedad de oferta: Muchas veces la concesión para realizar la explotación de las

máquinas de vending en determinados emplazamientos como oficinas, hospitales, fábricas, edificios administrativos, etc, se consigue no sólo por precios, sino por calidad y la variedad de la oferta presentada, y aquí sería bueno no quedarse en lo de siempre.

Competencia: El refranero español dice: «quien da primero da dos veces», y en este sentido podemos afirmar que aquellos operadores que antes incorporen en sus líneas máquinas de sólidos calientes, se verán especialmente favorecidos por la ventaja de acceder a posiciones con máquinas que sus competidores aún no ofrecen.

Vanguardia: El operador profesional que incluya una amplia gama de máquinas en sus ofertas, demostrará estar en vanguardia de las nuevas tecnologías, y sus clientes estarán satisfechos de contar con sus servicios.

Incremento de ventas en máquinas próximas: Las máquinas de sólidos calientes no son competencia de otras máquinas de vending, sino que se complementan y apoyan mutuamente.

Probablemente, quien se tome una hamburguesa, un sandwich o unas patatas fritas, demandará un refresco, cerveza o agua.

Por tanto, incorporar en una posición determinada máquinas de este tipo, no restará ventas a las demás, en términos generales, sino que favorecerá las ventas del conjunto.

Menor coste de explotación: Cuanto mayor número de máquinas se encuentren agrupadas en una misma posición, menores serán los costes repercutidos por máquina en las tareas de carga, mantenimiento, gestión, etc.

Barreras, ¿Son ciertas?

Las máquinas automáticas de sólidos calientes, tienen algunas particularidades que las diferencian de las «clásicas». A veces estas peculiaridades se convierten en barreras a los ojos de los operadores profesionales, que les hacen retrasar la decisión de incorporarlas en sus parques.

Verdaderamente, ¿son características o inconvenientes?

Analicemos las más frecuentes.

Precio:

Indudablemente, son máquinas mucho más sofisticadas, con elementos de control y potentes electrónicas, que han de construirse con materiales de primera calidad. Bajo estas premisas, difícilmente podrán competir en precios con otras máquinas mucho más simples.

Sobre este punto, sólo quisiera dejar una reflexión: no hay máquina cara o barata, sino capaz o incapaz de proporcionar un servicio y una rentabilidad acordes con nuestras exigencias.

Mantenimiento: El mantenimiento de este tipo de máquinas no es comparable con el requerido por las de latas o snacks, pero sí con el realizado en las de café.

En todo caso, son operaciones mucho más sencillas de lo que en principio puede parecer.

Productos, logística y carga: La logística de las materias primas que utilizan es verdaderamente simple, tanto desde el punto de vista de almacenamiento como de transporte. Aún en el caso de productos congelados o refrigerados, no se

precisan costosas y complejas instalaciones, sino sencillas y baratas cámaras y arcones.

Las operaciones de carga son simples, pues las máquinas, o bien son monoproducción con cuatro o cinco componentes, o multiproducción con los alimentos perfectamente envasados y siempre sencillas de cargar.

Conclusiones

El vending es un negocio rentable en desarrollo que puede continuar creciendo en posiciones cautivas y aún sólo con las máquinas actuales. Otra cosa será la rentabilidad y la competencia, que quizás no puedan mantenerse en los órdenes deseados.

Por eso, la verdadera expansión vendrá por caminos casi sin explorar: vending público y máquinas complementarias con las clásicas.

El operador profesional debe tomar posiciones para no perder el tren que está pasando por su puerta.

Respecto a las máquinas de sólidos calientes, una recomendación: nunca perdamos de vista la calidad de las materias primas ni del producto elaborado: ¡hablamos de restauradores automáticos! ●

Expendedora mixta para snacks y bebidas de altas prestaciones

La máquina expendedora mixta LCM4 de Saeco División Vending ha sido diseñada para distribuir snacks y latas de refrescos en un solo cuerpo. Esta combinación en una misma máquina permite obtener el máximo rendimiento en su emplazamiento ya que con el mismo espacio cubre dos necesidades de consumo, evitando la instalación de dos distribuidores distintos. Tiene una capacidad máxima para 552 snacks y 180 latas de bebidas. La máquina es adecuada para instalar junto a una de café.

El sistema electrónico de la LCM4 puede proporcionar información sobre el total de productos vendidos, así como el total de recaudación.

La electrónica está preparada para instalar monederos tipo Ejecutivo o tipo MDB, que permite la conexión de diferentes periféricos y sistemas de pago. Posee además la conexión para instalar un lector de billetes.

El grupo de frío para la refrigeración de las latas está equipado con gas ecológico que no daña la capa de ozono.

La configuración estándar 320, es la que mejor se adapta a todo tipo de snacks. Las configuraciones de esta máquina poseen múltiples posibilidades de combinación de sus bandejas y las espirales expendedoras.

Las bandejas de snacks,

son extensibles para facilitar la carga de productos en la máquina. El acceso a todos los niveles es muy cómodo.

La espiral para expender productos es de acero de máxima calidad. Los compartimentos de cada bandeja son adaptables al ancho del producto que contiene.

La botonera de la máquina, contiene un display luminoso que indica el precio, la posición seleccionada, o bien la inhabilitación de una selección fuera de servicio.

Las medidas de la máquina son 183 cm de alto, 98

cm de ancho y 89 cm de fondo. En total, pesa 325 kg ●



Expendedora de bebidas que facilita la comunicación

La nueva *Klix 1200* llega, según los responsables de la marca Klix, para revolucionar el mundo de los distribuidores automáticos de bebidas frías y calientes, por su enorme facilidad de comunicación con el consumidor.

A raíz del primer Estudio Nacional de Bebidas realizado a sesenta mil empresas, se ha diseñado *Klix 1200*, como respuesta a los deseos y necesidades de los consumidores, para ofrecer una gran variedad de primeras marcas mundiales.

Facilidad de manejo

El panel de productos, iluminado, estilizado y con grandes botones junto a las imágenes de las bebidas, crea una atmósfera agradable que atrae al consumidor, además reacciona de forma visible y audible para confirmar su selección. La bebida solicitada puede dejarse en una plataforma lla-

na donde hay espacio para varios vasos por si se quiere coger más de uno.

Klix 1200 ofrece 16 selecciones diferentes. Tiene una capacidad de 1.248 vasos, y sin embargo con menos piezas móviles, su montaje, mantenimiento y fiabilidad alcanzan niveles hasta ahora inimaginables.

Además, todas las *Klix 1200* están preparadas para ofrecer bebidas sin dinero, gracias al sistema Klix Key -llave electrónica incorporada como equipo estándar.

Klix 1200 cumple con las normas de seguridad europeas más recientes y tiene un refrigerador libre de CFC para cuidar el ambiente.

Respecto a las especificaciones técnicas, la máquina tiene una capacidad para 1.248 vasos. Su conexión se realiza a través de un enchufe de dos patillas con tierra a un metro de la máquina. La máquina se suministra con 2 m. de cable. Las medidas de la má-



quina caliente son de 1890 x 800 x 700 mm y un peso de 177 kg y las de la expendedora fría 1890 x 800 x 700 mm, con un peso de 197 kg ●

Mueble de restauración automática

El grupo Danone dispone de un mueble de distribución automática compuesto por 4 máquinas automáticas que expenden agua mineral natural y bebidas, platos calientes, pastelería y snacks y café, respectivamente.

Las expendedoras corresponden a los modelos *Vendo E 610* para las bebidas, *Wurlitzer S 532*, para la confitería, *Vendo DPC* para los platos calientes, y la *Wintenberg in 1850* para el café.

La estructura del mueble es modular, las máquinas no quedan empotradas. Su configuración puede ser en ángulo o en isla.

En su descripción, dispone de una bandeja en cada extremidad

en Corian azul, dos cubos de basura en chapa lacada con puertas abatibles, dos carrillos laterales, tres módulos de separación equipados con tablas en Corian azul, tres distribuidores de sacos de papel, cuatro bandejas en chapa, un

techo integral en chapa de color aluminio (modular) y tres módulos de separación independientes.

El grupo distribuidor lo libra en kit con un manual de montaje. El contacto se realiza a través de Evian Service Distribution Automatique ●



Expendedora de palomitas de aire caliente

La fabricante norteamericana Rowe tiene en el mercado la expendedora de palomitas *Silver Screen* de aire caliente, que distribuye en España Emav, S.L. El reclamo del aire caliente atrae a los consumidores preocupados por ingerir alimentos sanos.

Es un distribuidor totalmente automático, de aire caliente, fácil de usar y más fácil de mantener. No hay que comprar aceites o elementos de limpieza. Asegura un vaso lleno cada vez, sin gasto. Un pre-heating automático lo deja siempre listo.

La máquina atrae la atención con gráficos llamativos y un corrimiento de luces atractivo. Ofrece seis variedades, cuatro sabores especiales, dobles en cada sabor o puros. Nuevos sabores siempre están disponibles para contentar los gustos populares.

Las vasos caen automáticamente y se rellenan de una manera automática. Todo el compartimento de tazas se puede extraer fácilmente para cargarlas manualmente.

Los vasos permanecen en posición mientras el dispensador de

sabores rota encima, dispensando a varias bandejas. Las botellas están dispuestas arriba para un fácil mantenimiento.

Aire caliente

La expendedora está específicamente diseñada para ofrecer un producto comercial de calidad. Incluye un ciclo de viento que se acciona después de la explosión de la cocción de las palomitas para remover el maíz no cocido y prevenir la abrasión. El aire avanza direccionado y en la proporción adecuada, y un mecanismo de control previene el sobrecalentamiento.

Un panel permite el acceso al mecanismo de monedas y el control principal de la placa, para un servicio y mantenimiento fácil. El modelo standard acepta monedas o billetes.

El interior tiene una capacidad para 305 servicios, 250 vasos y 4 botellas de sabores. La capacidad del vaso es de 0.94l. Las dimensiones de la máquina son de 182 x 35 x 72 cm y 233 kg de peso ●



Monederos de alta calidad, seguridad y completa flexibilidad

La multinacional Diversified Group, implantada en diferentes mercados internacionales, ofrece sistemas de pago electrónicos para una gran variedad de sectores: vending, juego, ocio, etiquetaje, transporte y banca.

El producto estrella de Diversified Systems es el *Global Bill Acceptor* (GBA)TM, que utiliza una plataforma única para casi toda la moneda internacional. Está disponible con una familia modular vertical, horizontal y apiladoras de seguridad. El GBATM es adecuado para una gran variedad de aplicaciones.

La clave para el éxito de la validación de billetes está en su dispositivo discriminatorio. El GBATM combina una capacidad sensora avanzada con un apropiado diseño de software, el cual garantiza una seguridad superior contra el fraude, tanto como un alto

ratio de aceptación de los billetes auténticos.

El GBATM utiliza 11 sensores, que proveen una alta seguridad, disponible en una gran variedad de conexiones y potentes suplementos. Dispone de una plataforma con hardware modular para todas las monedas del mundo. Tiene 4 vías de acceso de los billetes.

La empresa ofrece un servicio de desarrollo de software a partir de los modelos de moneda del país. Después de 4 semanas de recibir 100 modelos para cada una de las denominaciones, no superior a una altura 81 mm, Diversified desarrolla el software para cualquier moneda. Los centros de servicio de la empresa en Europa están situados en Inglaterra ●



El oro del faraón para su negocio

Universal de Desarrollos Electrónicos, S.A., Unidesa del grupo Cirsá ofrece al mercado del recreativo la máquina *El oro del faraón*.

Se trata de una máquina con una accesibilidad a todos los elementos que permite una fácil sustitución de los conjuntos mediante fijaciones rápidas. Las cintas curvas tienen figuras de gran tamaño e iluminación selectiva.

Dispone de un canal de conducción de monedas para realizar la descarga de los pagadores a los cajones de recaudación. También tie-

ne una tarjeta digital de sonido Sound Master y un sistema electrónico de altas prestaciones.

Respecto a la recaudación, el selector electrónico de *El oro del faraón* acepta cinco monedas de 25, 50, 100, 200 y 500 pesetas. Tiene dos pagadores, de 100 y 25 pesetas.

El sistema de contadores electrónicos es de alta seguridad. El porcentaje de devolución es adaptable y tiene opciones programables. Finalmente, como opción, es posible incorporar un lector de billetes de 1.000 pesetas ●



Maquina del millón con velocidad de vértigo

De los creadores de el film *Jurassic Park*, el director de «*Speed*», y el premiado por la academia por los efectos especiales llegó una de las películas de más aventura del pasado verano: *Twister*. Sega Pinball ha capturado toda la excitación de este film y ha realizado una máquina del millón *Twister*. Un juego de gran geometría y reglas que llama la atención de los jugadores de todos los niveles.

Entre sus características destacan sus bandas magnéticas que activan la luz a gran velocidad, tarjetas electrónicas luminosas que se accionan cuando la bola las toca, sea suave o fuertemente; y el magneto que hace rotar las bolas como si estuvieran dentro de un tornado. También destacan sus pistolas, automáticas y standard.

A estas prestaciones se le añade un dispositivo sobre el panel, que a partir de un ventilador, genera aire para producir la sensación de velocidad en el jugador ●



NAMA: una asociación americana de vending pionera en el mundo

Proveer servicio en un punto de venta no atendido a partir del uso de un equipo accionado por monedas» es la definición que da la asociación norteamericana de vending para definir la distribución automática. Con esta descripción, la entidad actualiza la anterior concepción de una expendedora vista como «una máquina accionada por monedas para vender cierto tipo de artículos y refrescos». Veamos quienes forman la asociación y que actividades desarrollan.

La National Automatic Merchandising Association (NAMA) se auto define como la asociación comercial norteamericana de la distribución automática de comida y bebida y servicio contratado de comida del sector de la administración. La NAMA está compuesta por empresas de servicio, fabricantes de maquinaria, proveedores de productos y servicios e incluye distribuidores, agentes y compañías de otros sectores directamente relacionados con el vending.

Según la junta directiva de NAMA, todavía permanece en la entidad la máxima del «esfuerzo conjunto para el beneficio de todos» del 1936, año en que la asociación fue fundada. Muchas asociaciones de los diferentes estados que componen norteamérica están asociadas a NAMA. Todas ellas ayudan a representar los intereses delante de los gobiernos locales y aúnan sus esfuerzos para incrementar el servicio de la distribución automática destinada al público. En total, 35 asociaciones de ámbito estatal forman parte



de la asociación nacional.

Los servicios de NAMA no se limitan a facilitar información sobre legislación sino que se amplía a la formación, relaciones laborales, salud y seguridad, relaciones públicas, estadísticas del sector, ferias y numerosas conferencias y publicaciones.

Los programas de NAMA se establecen y revisan por miembros voluntarios que forman parte de las juntas directivas y los comités.

Durante 60 años, NAMA ha sido la principal fuente de ayuda a los operadores del vending en Estados Unidos. Los miembros de esta asociación

pionera tienen libre acceso a las ferias de su país, disfrutan de descuentos en las suscripciones a publicaciones especializadas, conferencias, seminarios y formación sobre materiales específicos, entre otros temas.

Publicaciones

NAMA publica un gran número de publicaciones y materiales didácticos de formación, que incluyen audio y video cassettes para el sector del vending, la distribución alimentaria y también informa

(Pasa a la pág. 40)

MUNDO VENDING

**TODO LO RELACIONADO CON EL SECTOR DEL VENDING
LA UNICA REVISTA CON TODAS LAS INFORMACIONES DEL SECTOR**



**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:

(Viene de la pág. 38)

sobre otras publicaciones del mundo del ocio y el entretenimiento, sectores que también operan con máquinas accionadas por monedas.

La asociación americana incluye, de la misma manera, toda la información que genera para sus asociados en Internet, con abundante información sobre la entidad y actualiza continuamente las últimas noticias sobre legislaciones y actos del sector.

Programa de salud

El programa de Salud y Seguridad de NAMA fue creado en 1957 para ayudar al sector del vending a hacerse cargo de su responsabilidad en el campo de la salud. Para cumplir este objetivo, el programa facilita recursos y servicios de consultas generales para todos los aspectos del sector encaminados a preservar la sanidad de los productos distribuidos. En 1989, el programa fue extendido para incluir temas de seguridad del sector como legislación y formación.

Una de las acciones que se realizan en este programa son los avisos que se transmiten a los operadores sobre diferentes incidencias que se producen en el mercado alimentario. Un ejemplo reciente de ello es una alerta sobre la posibilidad que el chocolate en polvo listo para servir chocolate caliente en las máquinas pueda provocar intoxicación alimentaria. En un artículo se expone el caso de una enfermedad producida en cuatro empleados de la misma empresa después de haber bebido chocolate caliente de la misma máquina de vending localizada en la cafetería del personal.

Después de una intensa investigación, resultó que la en-

fermedad fue causada por el *Bacillus cereus*, una bacteria que produce un veneno que hace que la persona que lo consume se ponga enferma en seis horas. Finalmente se confirmó que la fuente de contaminación fueron los residuos de chocolate en la caja de mezclas. Aunque hay que destacar que la máquina tenía 12 años de antigüedad y el diseño de la caja mezcladora ha cambiado considerablemente desde entonces.

El artículo, asimismo, da una serie de recomendaciones para mantener limpios los mecanismos que se utilizan para mezclar el chocolate. Así, aconseja que cada vez que la máquina haya hecho un servicio, el bol de mezclas debe ser rociado con agua caliente hasta asegurar la desaparición de los residuos.

También sugiere la limpieza con jabón y sanitización con lejía cada semana de la caja de mezclas y su posterior enjuague con agua caliente antes de ponerla en marcha de nuevo.

Curiosas recomendaciones

Bajo el título de «Instrucciones recomendadas por NAMA para máquinas afectadas por desastres naturales» y enmarcadas dentro del programa de Salud y Seguridad, la entidad aconseja una serie de puntos a realizar después de que las expendedoras hayan sido afectadas por una inundación, situación nada extraña en los Estados Unidos.

NAMA afirma que el procedimiento a seguir en estos casos es apartar la máquina de ese

emplazamiento afectado, devolverla a la tienda y reducirla a chatarra o reconstruirla, según sea el caso. También recuerda que las partes no dañadas que están en contacto con la comida deben ser limpiadas y sanitizadas antes de volverlas a poner en servicio.

La legislación al día

NAMA informa amplia y puntualmente sobre las novedades legislativas del Parlamento y Gobierno norteamericano que afectan directa o indirectamente al sector del vending. Uno de los temas que preocupa especialmente a los ciudadanos de los Estados Unidos es el del tabaco. El pasado otoño, Clinton anunció multas de hasta 1.50 dólares por cada paquete de cigarrillos en el caso de incumplimiento de la normativa vigente, para los próximos diez años. Este es uno de los temas que recientemente ha preocupado a los profesionales norteamericanos del vending.

Otro asunto que en los últimos meses ha traído revuelo en la distribución automática americana es un proyecto de ley procedente del Senado norteamericano para la implantación y circulación de monedas de 1 dólar, proyecto que no se hará vigente hasta el 1 de enero del 2001. NAMA está animando a sus afiliados a pedir al Senado para convertirse en co-espónsors del proyecto de ley.

Estas y otras muchas propuestas e iniciativas son las que se dan a conocer a través de NAMA, con el fin siempre de que los profesionales de la distribución automática juntos, mejoren el sector ●

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

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) 75 00 75 - Fax. (948) 75 09 36
Télex. 37799AZCO-E



Vending

Ctra. de Zaragoza, Km. 5
Tel. (948) 31 73 11 - Fax. (948) 31 84 15
31110 Noáin (Navarra) - España

GM VENDING es una
empresa integrada en

**ESPACIO
RESERVADO
PARA USTED**

JOFEMAR, S.A.

Ctra. de Marcilla, Km. 2
Tel.: (948) 75 12 12
Fax: (948) 75 01 43
Télex. 3785 TSAP-E
31350 Peralta (Navarra)



O.M. VENDING, S.L.

Polígono Industrial, s/n.
31350 Peralta (Navarra)
Tels.: (948) 75 07 77 - 75 13 11
Fax: (948) 75 07 77

MAQUINAS COMERCIAL VENDING
Made in Spain



FABRICA:

Pol. Ind. San Isidre - C/. Encija, s/n.
08272 St. Fruitós del Bagés (Barcelona)
Tel. +34(9)3 - 877 24 45
Fax +34(9)3 - 877 22 79

PRODUCTOS PARA EL VENDING

COVENDHOS, S.L.

Gran Vía, 573, pral. 1º
08011 Barcelona
Tel.: (93) 453 89 99
Fax: (93) 453 86 34

PREPARADOS ALIMENTICIOS SIMAT, S.L.



Pol Ind. Camp de la Serra
C/ Caseta de l'Hort, s/n.
08784 HOSTALETS 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



C

COMELTA pág. 18

K

KLIX pág. 35

D

DANONE pág. 35
DIVERSIFIED GROUP pág. 36

L

LEISURE & GAMING pág. 6

E

EMAV, S.L. pág. 36
EXPO E.S. pág. 14
EXPO-REST pág. 8

N

NAMA pág. 38

F

FEXPO pág. 13
FRIGOSCANDIA pág. 6

P

PATATAS CHEF pág. 29

I

ICEX pág. 25
INDUFERIAS pág. 12

S

SERVENTA pág. 6-16
SIMAT pág. 22

Family Entertainment Center **Fexpo 1988**

Salón del Ocio Familiar

20, 21 y 22 de marzo de 1998
Palacio Victoria Eugenia
Barcelona

- CENTROS DE OCIO FAMILIAR
FAMILY ENTERTAINMENT CENTERS
- PARQUES INFANTILES (2 a 12 años)
FAMILY ORIENTED CENTERS (from 2 to 12 y.o.)
- PARQUES DE ATRACCIONES, PARQUES TEMÁTICOS
AMUSEMENT PARKS, THEMED PARKS
- PARQUES ACUÁTICOS
WATERPARKS
- BOLERAS
BOWLING CENTERS
- PLAYGROUNDS, JUEGOS BLANDOS, HINCHABLES
PLAYGROUNDS, SOFT PLAYS, INFLATABLES
- MINI GOLF
MINIATURE GOLF
- JUEGOS DEPORTIVOS
SPORT GAMES
- INFANTILES
KIDDY RIDES
- SIMULADORES
SIMULATORS, MOTION RIDES
- EXPENDEDORAS Y VENDING
DISPENSING AND VENDING
- PREMIOS, REGALOS, NOVEDADES
PRIZES, GIFTS, NOVELTIES, SOUVENIRS
- COMPLEMENTOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS
COMPLEMENTS, PRODUCTS AND SERVICES
- EQUIPOS TÉCNICOS
TECHNICAL EQUIPMENT
- CATERING Y RESTAURANTES
CATERING AND FAMILY ORIENTED RESTAURANTS



SECRETARÍA GENERAL
Diagonal, 474 08006 Barcelona
Tel. 34.3.4161466 Fax 34.3.4150095

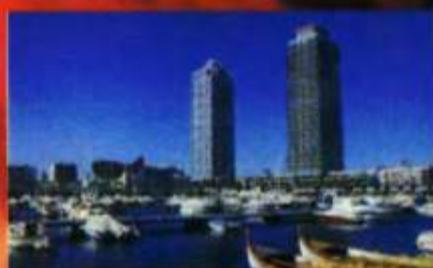
EXPO



EXPOSICION INTERNACIONAL DE LA ESTACION DE SERVICIO, DISTRIBUIDORES Y OPERADORES PETROLIFEROS

INTERNATIONAL EXHIBITION ON PETROL STATIONS, DISTRIBUTORS AND FUEL OPERATORS

un Miller Freeman



BCN 1998

BARCELONA. 17, 18, 19 y 20 ABRIL / APRIL
Fira de Barcelona. Palacio nº 2

Conjuntamente con:

Expomóvil

Exposición Internacional de Componentes y Equipos de Mantenimiento para la Industria de la Automoción



Si, deseo recibir **SIN COMPROMISO** información adicional sobre **EXPO E.S.'98** para: (marcar con una "X")

EXPONER

- Folleto explicativo con hoja de inscripción y condiciones económicas.
- Plano y disponibilidad de espacio.
- Listado provisional de expositores.

VISITAR

- Deseo recibir _____ nº de invitaciones gratuitas.
- Recibir las bases del concurso "Surtidor de Oro". (Premio a las mejores estaciones de servicio).

JORNADAS TECNICAS

- Recibir el programa completo.

Mis datos son:

Empresa	Actividad	Persona de contacto / responsable
Dirección	Código Postal	Población:
Teléfono	Fax:	
¿Por favor, en qué ferias suele Ud. exponer?		¿Visitar?

Remitir este cupón por Fax o Correo a : MILLER FREEMAN c/. Diputació, 119 4º - Tel.: +34(9)3 452 07 22 - Fax: +34(9)3 451 66 37 - 08015 Barcelona España

un Miller Freeman