



Foto: Jofemar

Máquinas Vending

Eficaz práctica de consumo

Con el fin de hacer la estancia de los huéspedes lo más placentera y cómoda posible, se han incrementado las instalaciones de máquinas de vending en el sector de la hostelería, una herramienta que hace posible que el cliente disponga de un servicio de restauración 24 horas todos los días del año y de la forma más económica. Las innovaciones son infinitas siendo cada vez más amplia la gama de productos que ofrece, siempre pensados para satisfacer las necesidades del consumidor.

Una de las grandes apuestas del sector hotelero, de un tiempo a esta parte, es la implantación de máquinas de vending. De esta manera se crea una alternativa para prestar un mejor servicio a sus clientes, complementando la oferta de productos con la que cuenta el hotel. Desde hace unos años, en el extranjero, ha habido un incremento

muy notable en el uso de las máquinas expendedoras en los establecimientos hoteleros. Con el paso del tiempo, España se ha hecho eco de esta tendencia y ha comenzado a introducirse en la industria del vending.

Su disponibilidad durante todo el día ha hecho de estas máquinas una

herramienta indispensable para los hoteles, ya que consigue un ahorro en costes, ofreciendo mejores precios, pero sin restar calidad en el servicio. Además, puede ofrecer una gran variedad de productos, atendiendo a las necesidades de los hoteles y demandas de sus clientes. Muchas son las iniciativas que se han llevado a cabo en este campo, ya que en la creatividad e innovación está el acierto. Solo estudiando las necesidades de los consumidores se podrá dar con la clave del éxito, el vending se plantea desde la base de suplir las demandas del huésped y hacerle la estancia en el hotel lo más cómoda y agradable posible.

La instalación de estas máquinas se está expandiendo en diferentes sectores aportando beneficios tanto cuantitativos como cualitativos, eludiendo la crisis en la que estamos inmersos y consolidándose poco a poco hasta llegar a formar parte de nuestra vida cotidiana.

Concienciación en el mercado

La trascendencia del vending en el sector hotelero ha aumentado considerablemente, pero su aprovechamiento y explotación depende de las estrategias comerciales que cada establecimiento o cadena lleve a cabo. El uso de máquinas de vending está ligado a la alimentación, y algunos establecimientos hoteleros ya están poniendo en práctica esta tendencia para complementar los servicios de restauración que ofrecen. Diversos hoteles de cuatro y cinco estrellas, hoteles boutique y de diseño, “han sabido identificar en el vending una vía para ofrecer una mejor experiencia y más servicios a sus clientes. Aplicar la creatividad y el pensamiento lateral para presentar propuestas innovadoras a los clientes es la mejor manera de encontrar en el vending un aliado de calidad”, indica Eduardo Andueza, Marketing manager Vending Systems, de Azkoyen Industrial.

Siguiendo en esta línea, Fermín Sagaseta de Ilúrdoz Fernández, Director Comercial Sistemas de Pago y Marketing, de Jofemar, comenta que “dependiendo de la tipología de los hoteles nos encontraremos con una situación diferente. En la actualidad, un hotel low cost no se concibe sin máquinas de vending y en hoteles vacaciones es cada vez más fácil encontrarlas. Sin embargo, en hoteles urbanos su utilización está menos extendida. En países como Francia, Reino Unido o Alemania, raro es el hotel que no disponga de una solución automatizada, bien para alimentación, productos higiénico-sanitarios o artículos de regalos. En España los ratios están todavía lejos de los de esos países”.

Los profesionales del sector hotelero necesitan y demandan, ante todo, nuevas soluciones que les permita economizar costes, agilizar y simplificar todos los procesos de gestión y mantenimiento. Además, hay que atender a las innovaciones que les posibilite ser más eficaces y hacerse notables frente a sus competidores, ampliando servicios y accediendo a nuevos consumidores. “Sabemos que cada establecimiento es único, así como sus objetivos, necesidades e instalaciones. También sabemos que el profesional valora tener máquinas de alta calidad, variedad y

fiabilidad, con un diseño adecuado y funcional, intuitivas y de fácil uso. Máquinas que garanticen regularidad en las bebidas y gran variedad de productos, que sirvan siempre tanto el café espresso como otras combinaciones con una calidad homogénea, sin que requieran un usuario especializado. Para ayudar al profesional del sector en su elección, hay que ofrecer la más amplia variedad en máquinas y sistemas de pago y así facilitar la incorporación del vending en sus establecimientos”, analiza Ángeles Valero, del Departamento de Marketing, de Philips Saeco. Así pues, tal y como expone Eduardo Andueza (Azkoyen Industrial), la instalación de estas máquinas se debe hacer de forma estudiada, analizando las necesidades y modelos de negocio que pueda tener cada hotel o cadena hotelera. Así pues, el vending se ve como una oportunidad única para incrementar los beneficios de cada establecimiento.

“El vending permite ofrecer un servicio ininterrumpido de máxima calidad y variedad, jugando un papel de relevancia en el momento en el que el cliente valora el hotel, tanto por su gestión como por el servicio recibido. El establecimiento dispone, o suele disponer, de un servicio de restauración con surtido, variedad y calidad para el cliente”, describe



Foto: Azkoyen

Ángeles Valero, de Philips Saeco. Con esta iniciativa, se tiene la posibilidad de complementar el servicio que ofrece el hotel en horarios o fechas en las que la cafetería está cerrada, ofreciendo así, sin excepción, un servicio 24 horas todos los días del año. “Incluso aquellos establecimientos que no disponen de cafetería o servicio de restauración pueden tener una alternativa al minibar, con un servicio de calidad y variedad, minimizando los costes de gestión y personal y, al mismo tiempo, añadiendo un negocio complementario al hotel”, continúa Ángeles Valero.

De la misma opinión es Fermín Sagaseta de Ilúrdoz (Jofemar), señalando que el



Foto: Hostelpro



Foto: Azkoyen

hecho de que “un cliente pueda disponer, cuando llega a un hotel y sea la hora que sea, de un espacio donde tomar alguna bebida o prepararse un menú, hace de la dispensación automatizada desatendida una magnífica solución para los hoteles”. Asimismo, defiende que las máquinas expendedoras pueden llegar a suponer una alternativa a los minibares, “acortando los tiempos de recarga y permitiendo el control y cobro automático de todos los productos consumidos. Esto evitaría, a su vez, pérdidas por la no facturación de estos productos. Además, y como un valor añadido para el cliente, podría hacerse que el pago en estas máquinas se realizase con la propia tarjeta de la habitación en lugar de con dinero”. Como se ha expuesto anteriormente, la idea de innovación es crucial en este campo, por lo que desde Jofemar han desarrollado una medida que permite “obtener los productos en las máquinas de dispensación mediante la llave de la habitación. De esta forma, cuando el cliente hace el check-out, pagaría también los productos adquiridos en las máquinas”, prosigue Fermín Sagaseta de Ilúrdoz.

Elementos esenciales del vending

A la hora de fijar la ubicación de las máquinas, es fundamental estudiar qué necesitan nuestros clientes durante su

hospedaje, “y cuál es la mejor manera de ofrecérselo cuándo y dónde quiera”, incide Eduardo Andueza, de Azkoyen Industrial.

Por otra parte, desde Philips Saeco opinan que “uno de los factores más importantes del vending es la inmediatez, es decir, aquí y ahora. El usuario puede comprar justo en el momento las 24 horas al día y los 365 días al año”. Además, la máquina de vending tiene que cumplir una serie de características para que el cliente se acerque, “por ese motivo cada vez son más atractivas, adaptándose al entorno con mayor visibilidad de producto, utilizando incluso grandes pulsadores personalizables en el caso de las máquinas de café y bebidas calientes”.

En este sentido, se puede considerar que uno de los factores más importantes para promocionar estas máquinas es su ubicación y visibilidad. “Después se añaden factores como un diseño atractivo, calidad y novedad de producto, facilidad de uso, sensibilidad a la sostenibilidad y el medio ambiente”, expone Ángeles Valero, de Philips Saeco.

La opinión acerca de la ubicación del vending es muy dispar. Desde Philips Saeco piensan que dependiendo de la zona del hotel en la que te encuentres (áreas de desayuno, piscinas, terrazas....) el cliente “demandará un tipo de máquina, desde máquinas multiproducto

“no hay que descartar ninguna ubicación dentro del hotel, lo importante es pensar en el cliente y en cómo mejorar el servicio y su satisfacción...”

con bebidas calientes, frías y snacks a máquinas con opciones de café y bebidas calientes”. Con esta misma idea, Eduardo Andueza, de Azkoyen Industrial, sostiene que “no hay que descartar ninguna ubicación dentro del hotel, lo importante es pensar en el cliente y en cómo mejorar el servicio y su satisfacción”. Incidiendo en la ubicación de las máquinas de vending, es imprescindible estudiar la identificación de los espacios donde se van a colocar las máquinas y plantearse la creación de entornos específicos alrededor suya para su disfrute. Esto, hará que el cliente valore muy positivamente el servicio que le está ofreciendo el hotel. Dependiendo del objetivo que se quiera conseguir a la hora de instalar las máquinas, ocuparán un lugar u otro en el establecimiento hotelero. Fermín Sagaseta de Ilúrdoz, de Jofemar señala que “si lo que buscamos es sustituir los minibares, las máquinas deberían estar ubicadas, si fuera posible, en un espacio exclusivo en cada planta para acercar los productos al consumidor. Si no hubiese espacio en cada planta, la mejor opción sería habilitar un espacio en la planta baja, para dar servicio a todos los clientes del hotel. Si por otro lado, lo que se pretende es ampliar la oferta de



Foto: Jofemar

FACTORES DE DESARROLLO E INNOVACIÓN

La idea de vending ha evolucionado notoriamente, “hace algunos años cuando se hablaba de vending solamente se pensaba en máquinas de café accionadas por monedas”, afirman desde Jofemar. Los fabricantes de esta maquinaria, están convencidos de que a medida que pasa el tiempo, hay más clientes que quieren adquirir otro tipo de productos menos tradicionales. “Cada vez es más frecuente utilizar máquinas de dispensación para adquirir productos de mayor valor, entre los que podemos encontrar productos de cosmética, perfumería, electrónica, parafarmacia...”, continúa explicando Fermín Sagaseta de Ilúrdoz (Jofemar). Esta opinión está respaldada desde Azkoyen Industrial, consideran que “las máquinas vending se están convirtiendo en un canal alternativo de venta para multitud de productos de consumo (ej. perfumería, telefonía...)”. Esta industria está sufriendo un constante cambio y un extraordinario crecimiento en estos últimos años. El estudio minucioso sobre los gustos y necesidades de los clientes ha hecho que cada vez sean más los productos que ofertan estas máquinas. Por lo tanto, es crucial hacer un seguimiento del desarrollo de las nuevas tecnologías y velar por satisfacer las necesidades del consumidor.

Como consecuencia de ello, de cara al futuro se piensa que poco a poco se irán haciendo más habituales máquinas de vending inteligentes, “equipadas con pantallas táctiles, conectadas a internet y al móvil de los usuarios, para ofrecer productos y ofertas personalizadas a cada usuario, así como información nutricional de los productos y muchos más servicios que se irán desarrollando alrededor de esa inteligencia mediante apps, tal y como ha pasado en la revolución de los smartphones”, explica Eduardo Andueza, de Azkoyen Industrial.

Desde Jofemar, ven fundamental la inversión en I+D+i debido a la constante evolución en la que se encuentran las máquinas de dispensación y los sistemas de pago que utilizan. Además, “cada vez se desarrollan y producen más modelos configurados en función de los requerimientos y especificaciones de los clientes”, concluye Fermín Sagaseta de Ilúrdoz, de Jofemar.

restauración, deberían estar ubicadas en un espacio donde el cliente disponga de sitio para poder sentarse y disfrutar de un menú completo”.

De igual manera, Fermín Sagaseta de Ilúrdoz, de Jofemar, apoya que uno de

los factores que aumenta el consumo del vending “es la correcta identificación de los espacios donde están colocadas, así como la creación de entornos agradables alrededor de estas”. Debido a la importancia que tiene captar la atención del consumidor se están

Foto: Hostelpro



Foto: Philips Saeco

llevando a cabo diferentes métodos, “las máquinas de dispensación automatizada están incorporando nuevos elementos como pantallas táctiles, que aseguran una mayor interacción con los usuarios al mismo tiempo que las hacen más atractivas”, explican desde Jofemar.

Tecnología como clave para el éxito

Uno de los factores que más influye en la decisión a la hora de comprar una máquina de vending es la tecnología. “Se buscan dispensadores de producto diseñados con la más alta tecnología, que ofrezcan a los usuarios soluciones diferentes e innovadoras. Estás máquinas cada vez se alejarán más del vending convencional e irán integrándose en los ambientes del hotel”. De esta forma, “a medida que nos vayamos alejando del vending tradicional, el diseño de las máquinas irá jugando un papel decisivo”, apunta Fermín Sagaseta de Ilúrdoz (Jofemar). De modo similar piensa Eduardo Andueza (Azkoyen Industrial), que considera que el diseño es un factor fundamental. Pero, “por otro lado, es

promateriales

de construcción y arquitectura actual

Información de Arquitectura y Materiales de Construcción

- Análisis de Proyectos de Edificación
- Entrevistas a arquitectos
- Reportajes de Materiales de Construcción

— www.promateriales.com —



Promateriales Arquitectura Actual
www.facebook.com/promateriales.arquitecturaactual



Promateriales @Arquitectura_PM
www.twitter.com/Arquitectura_PM



hostelpro

proveedores de hostelería y restauración

Información de Hostelería y Restauración

- Análisis de Proyectos Hoteleros y de Restauración
- Entrevistas a Directores y Responsables de Compras
- Reportajes de Equipamiento Hotelero

— www.revistahostelpro.com —

protiendas

la revista para proveedores y tiendas de electrodomésticos, electrónica, imagen y sonido

Información de Electrodomésticos, Imagen y Sonido

- Análisis de Sectores (Gamas Blanca, Marrón y PAE)
- Entrevistas a Fabricantes y Distribuidores
- Reportajes de Distribución de Electrodomésticos

— www.revistaprotiendas.com —



Foto: Hostelpro



Foto: Philips Saeco

evidente que el consumo energético y la capacidad son factores clave, que afectan a la rentabilidad de la operación de vending y a la variedad de productos que se puede ofertar al cliente” continúa Eduardo Andueza. Ambas opiniones son respaldadas desde Philips Saeco, donde creen que el diseño juega un papel fundamental a la hora de escoger una máquina de vending. Pero lo importante “es poder ofrecer el diseño, ahorro energético, capacidad, durabilidad, alta tecnología, funcionalidad, adaptación y fiabilidad, ofreciendo garantía de ello”.

Para garantizar que el producto final sea el adecuado, es fundamental estudiar la necesidad y gustos del consumidor. Actualmente, existe una concienciación de comida saludable en la sociedad. Atendiendo a ello, Ángeles Valero (Philips Saeco) indica que “se ha incrementado la presencia de productos más saludables, como frutas y ensaladas y productos ecológicos. Más variedad de producto, mayor rotación y nuevos sabores. Varios tipos de café, entre ellos productos “Premium” y primeras marcas, además de nuevos productos solubles”. Por otro lado, Eduardo Andueza (Azkoyen Industrial), piensa que la variedad de productos que se ofrece en una máquina de vending es una cuestión de oferta y demanda. Aunque señala que los consumidores “aún no están dispuestos a pagar más por productos saludables, quizás por un tema cultural o quizás por la crisis, y los fabricantes siguen esperando que la

“de cara al futuro el vending tendrá un papel fundamental en el sector hotelero...”

demanda se incremente para ampliar la gama de este tipo de productos”.

Perspectivas de futuro

Hay que partir de la base de que el sector de la hostelería es muy innovador, está en continuo cambio, sobre todo en España, ya que se trata de una potencia turística a nivel mundial. De este modo, el vending formará, sin duda, parte de ese cambio, “aunque las diferentes formas en que se

puede aplicar son hoy una incógnita, que se despejará cuando los grandes grupos empiecen a apostar en sus estrategias por la innovación y la creatividad en este campo”, explica Eduardo Andueza, de Azkoyen Industrial.

Del mismo modo, desde Jofemar, no tienen duda de que de cara al futuro el vending tendrá un papel fundamental en el sector hotelero. “Debido a los cambios en los hábitos a la hora de viajar, las nuevas tendencias de la hostelería y una evolución de precios más ajustada, ampliando la oferta de servicios con un menor coste de personal, se traducirá en la creciente utilización de máquinas de dispensación”.



Foto: Jofemar