

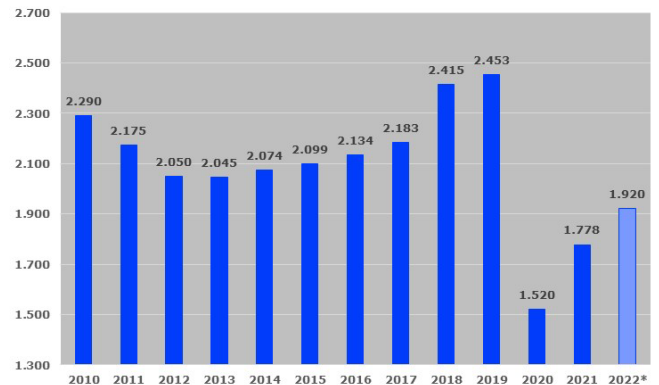
CONTEXT SECTORIAL

El mercado del vending se encuadra en el sector de la venta minorista y depende de la coyuntura económica. Las fluctuaciones del ciclo económico se notan de forma importante en la demanda de productos. En España, el comercio al por menor no realizado en establecimiento representa casi el 5 % de la distribución del comercio al por menor.

El ejercicio del sector en 2021 estuvo marcado por la progresiva relajación de las medidas de distanciamiento y la mejora de la coyuntura económica, lo que permitió una recuperación de las ventas a través de máquinas de expendedoras, tras la fuerte caída registrada en 2020. No obstante, el mercado se situó todavía por debajo de las cifras prepandemia.

El valor de las ventas conjuntas del parque de máquinas en explotación se cifró en 1.778 millones de euros en 2021, lo que supuso un 17 % más que en 2020. En lo que respecta a la evolución del número de empresas, esta ha sido positiva con un crecimiento constante desde 2009. En 2021, en España, hay un total de 14.464 empresas con una cuota de explotación de los cinco primeros operadores de casi el 14 % del mercado total. El parque total de máquinas existente en España (alimentación, bebidas y tabaco) se situó en 513.000 unidades.

EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DEL SECTOR EN ESPAÑA



DAFO

AMENAZAS

- Alta dependencia de la coyuntura económica.
- Cambios en la legislación que afectan al sector y a determinados productos como puede ser el tabaco.

OPORTUNIDADES

- Existencia de demanda insatisfecha por no haber suficiente oferta de alta calidad.
- Posibilidades de diferenciación a través de la innovación en la maquinaria y del tipo de producto.
- Oportunidades generadas en los cambios en los hábitos de consumo (vending saludable) o reciclaje y sostenibilidad (vending reconverse).
- Nuevo mercado en vending público.
- Mercado de las pequeñas empresas y algunas medianas en vending cautivo.

PUNTOS FUERTES

- Estructuras pequeñas.
- Posibilidad de recolocación de las máquinas.
- Bajas inversiones de arranque.
- Franja horaria de atención al público.

PUNTOS DÉBILES

- Escasez de personal cualificado.
- Intrusión laboral que perjudica el prestigio de la actividad, por multitud de deficiencias en el servicio.
- Falta de ayudas y subvenciones.
- Dificultades de obtención de financiamiento adicional una vez que se inició la actividad.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DEL MERCADO

La mayor parte de las empresas de vending se sitúan en la provincia de Valencia con un 56 %, y minoritariamente en la de Alicante (29 %) y la de Castellón (15 %).

Las empresas de vending facturan menos de 300.000 euros, representando el 52 % de la facturación del sector. Su plantilla está formada por entre 1 y 5 personas.

Las instalaciones medias en el sector ocupan una superficie de entre 100 y 500 m².

Las formas jurídicas más empleadas son las de la Sociedad Limitada (46,10 %) y Persona autónoma (44,80 %).

¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MIS CLIENTES?

SERVICIOS/PRODUCTOS BÁSICOS

- Máquinas proveedoras de alimentación: máquinas expendedoras de bebidas calientes, frías y snacks, etc.
- Máquinas proveedoras de otro tipo de productos.
- Máquinas vendedoras de tabaco, máquinas de vapeo, móviles, etc.

SERVICIOS/PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

- Otros productos especializados: prensa, artículos para personas fumadoras, productos frescos (como pizzas), productos de proximidad (micro markets) o comida saludable, platos precocinados, etc.; dispositivos tecnológicos (baterías para móvil, auriculares, fundas), componentes electrónicos o incluso EPIs durante la pandemia (mascarillas, gel hidroalcohólico), profilácticos o productos de higiene personal.
- Servicio de mantenimiento o reparación.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DE VENDING TIPO

CNAE/SIC	4799 / 59.62
IAE	647.5, 665
Condición jurídica	Sociedad Limitada
Facturación	212.940 euros
Localización	Zonas metropolitanas
Personal y estructura organizativa	Una persona emprendedora
Instalaciones	100-500 m ²
Clientes	Negocios de hostelería, empresas privadas, organismos públicos
Herramientas promocionales	Rotulación de vehículos, labor comercial, directorios comerciales, boca-oído
Valor del inmovilizado / inversión	222.122 euros
Importe gastos anuales	200.735,04 euros
Resultado bruto (%)	5,73 %

RECOMENDACIONES

Es importante tener en cuenta una serie de criterios a la hora de seleccionar los servicios o productos que va a dispensar tu máquina como es la localización de la misma, el perfil de la clientela potencial, etc.

Centrar la estrategia en la calidad de servicio (atención personalizada, el buen trato, higiene), junto con la innovación, es una oportunidad a efectos de diferenciación respecto a la competencia.

Participar activamente en asociaciones sectoriales y ferias sectoriales, es fundamental para la actividad para conocer las últimas tendencias en el estilo de la maquinaria, productos distribuidos, etc., y entrar en contacto con profesionales del mercado y darte a conocer a nueva clientela.

ENLACES DE INTERÉS

www.mincotur.gob.es · www.aneda.org · www.todovending.com · www.hostelvending.com