

# SIMAT, 40 AÑOS DE CALIDAD AL SERVICIO DEL VENDING

EL FABRICANTE DE SOLUBLES APUESTA POR LA INNOVACIÓN Y LA PERSONALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON CALIDAD CERTIFICADA PARA OFRECER VALOR AÑADIDO A SUS CLIENTES



Simat ha ampliado su espacio productivo, logístico y de oficinas, trasladándose a unas nuevas instalaciones de 5.400 m<sup>2</sup>, situadas en el municipio barcelonés de Els Hostalets de Pierola.

*En 1979 nacía Simat de la mano de Joan Font, quien decidió crear una empresa especializada en la fabricación de productos para un canal, el vending, que por aquel entonces era aún incipiente en nuestro país. Ya han pasado 40 años desde dicho acontecimiento y, a pesar de las dificultades que durante este tiempo ha ido enfrentando el mercado español de la venta automática, la firma ha logrado cosechar una larga trayectoria profesional y convertirse hoy en día en todo un referente en el sector. La clave del éxito: la calidad, la orientación al cliente, la innovación y la personalización de los productos.*

Simat emprendía a finales de los años 70 su andadura en la industria de los productos solubles para la distribución automática, una industria que le ha visto crecer y consolidarse, siempre aportando nuevas propuestas y situando al cliente en su epicentro. Y es que sin la confianza brindada por los clientes, la compañía no habría llegado a convertirse en un referente en nuestro país en la fabricación y distribución de este tipo de producto, con un catálogo que incluye alrededor de 50 referencias entre lácteos, cacao, infusiones, cafés, capuccinos, batidos *premium* y bebidas vegetales. Pero la firma no solo pone el foco en el cliente, sino que también lo hace en sus trabajadores,

que son su razón de ser. "Detrás de un cliente satisfecho hay siempre un equipo cohesionado y profesionalizado, que trabaja con la misión de dar lo mejor de sí. Buscamos siempre la mejora de las condiciones laborales de nuestros trabajadores así como la paridad en las áreas directivas. Somos conscientes de que los empleados son la base de la empresa y que si podemos ofrecer al mercado productos de tan elevada calidad es gracias a su implicación en el proyecto", explica David Sabadell, director general de Simat.

Tanto la compañía como los clientes que confían en ella han conseguido a lo largo de estos años impregnarse de una filosofía



“LA APUESTA POR LA CALIDAD Y LA INNOVACIÓN JUEGA UN PAPEL PRINCIPAL EN EL DISEÑO DE NUEVOS SOLUBLES, BUSCANDO SIEMPRE ADAPTARSE A LAS TENDENCIAS DEL MERCADO Y A LOS GUSTOS Y NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES”



La profesionalización e incorporación de talento se han visto reflejadas a lo largo de estos últimos años por parte de Simat, que cuenta con una plantilla formada por los mejores profesionales. En la imagen, el equipo directivo de la firma (de izda. a dcha.): David Sabadell, director general de Simat; Maria Giró, directora de Administración; Sara Jiménez, directora de Marketing y Comercial Iberia; Jaume Busquets, director de Operaciones; y Elena Cerdeiras, directora de Calidad y de I+D+i, al que se suma David Guevara, director de Exportación, ausente en la fotografía.

en la que la innovación en el aspecto técnico y el respeto y responsabilidad en el aspecto humano se han convertido en los principios determinantes del comportamiento de la organización. En este sentido, la esencia de la firma se sustenta sobre diversos valores como sostenibilidad, compromiso social, solidaridad, cuidado del medio ambiente o innovación, lo que se refleja de manera visible en el desarrollo de nuevos productos. “El diseño y fabricación de nuestras soluciones es un claro ejemplo de cómo aplicamos nuestra filosofía de gestión empresarial. Existen cinco factores clave que rigen nuestro día a día: crear productos que generen valor al cliente, pues trabajamos para él; respetar las condiciones laborales de los empleados; establecer una gestión responsable de la cadena de suministro, cooperando con proveedores que cumplen y comparten nuestros valores; y actuar en función de aquellos aspectos legales y socialmente aprobados, los cuales deben ser rentables en toda nuestra amplia gama de productos”, manifiesta Sabadell.

Como bien subrayan desde Simat, la apuesta por la innovación juega un papel principal en el diseño de nuevos solubles, buscando siempre adaptarse a las

tendencias del mercado y a los gustos y necesidades de los consumidores, que actualmente demandan productos saludables y que les permitan cuidar su salud. Es por ello que, como fabricante innovador y con calidad certificada, cuenta con una amplia gama de productos sin azúcar (lácteos, cacao, cafés e infusiones), pensados tanto para el canal vending como el HoReCa o el dispensing. Asimismo, en su firme compromiso de dar respuestas a los colectivos con intolerancias, como a la lactosa, la compañía suma a su extensa variedad de solubles su leche aglomerada sin lactosa o sus bebidas vegetales, con tres sabores a elegir: soja, arroz y almendras. Además, todos los solubles Simat son sin gluten, pensados para celíacos o personas sensibles a este cereal.

La mejora continua y permanente de la calidad es otro de los pilares de la organización, así como también lo es la personalización y el diseño a medida de las soluciones, en función de las demandas que vayan surgiendo en los distintos canales en los que trabajan. “Ofrecemos la mayor variedad de solubles multicanal y una personalización única de producto, y así lo demostramos en los eventos a los que

acudimos. Elaboramos nuestros solubles de manera minuciosa, cuidando al detalle su composición, regida por valores nutricionales equilibrados, y su funcionalidad para los negocios de los clientes. No solo es importante llevar un estilo de vida saludable que priorice el bienestar del cuerpo con una alimentación variada y de calidad, sino que también lo es transmitir los valores propios de la dieta mediterránea, algo que pretendemos conseguir en cada uno de nuestros productos”, anotan representantes de la compañía, que cuenta con las certificaciones ISO 9001 y la FSSC2200 en toda su gama.

**Desde 1979 hasta el momento actual** | Joan Font crea Simat con el objetivo de brindar al mercado productos fabricados para ser destinados a la venta en distribuidoras automáticas. Más tarde, coincidiendo con el relevo generacional, Pere y Joan Font, hijos del fundador, impulsan la renovación y modernización de la empresa, siendo la primera del sector en implementar la normativa ISO. Los hermanos Font continúan muy implicados en el desarrollo estratégico de la compañía al orientar los planes de futuro y dirigir el Consejo de Adminis-



La firma destaca por ofrecer la mejor calidad a través de una innovadora tecnología de granulado.



tración. Para ellos, un imperativo para la consolidación y crecimiento de Simat siempre ha sido impulsar la profesionalización de la gestión con el nombramiento de un -director general y un equipo directivo con gran experiencia y conocimiento. No en vano, la firma se ha convertido en un fabricante de confianza con calidad certificada que colabora con asociaciones y con universidades para proponer fórmulas innovadoras y que aporten valor añadido a sus clientes.

“Todo comenzó cuando Joan Font tuvo como idea de negocio suministrar productos de vending para geriátricos y colectividades. Fue en una reunión de ex-alumnos de ESADE cuando un compañero le propuso centrarse en un nuevo canal emergente en esos momentos, el vending, y le puso en contacto con el dueño de Automatic Barcelona, uno de los pioneros. Y ya han pasado 40 años desde que su idea se materializará; sin duda estamos muy satisfechos de llegar donde hemos llegado”, comentan Pere y Joan Font.

Lo que nació como una compañía familiar es hoy en día uno de los referentes a nivel internacional en la industria de la venta automática, distribuyendo sus productos en alrededor de 30 países en Europa, América Central y del Sur y el Norte de África. El crecimiento es innegable y desde la organización se prevé que esta tendencia siga en aumento, algo que asocian a la funcionalidad y granulometría de los productos, que proporcionan al cliente el mejor rendimiento en máquina. A ello se le suma la continua propuesta de nuevos solubles,



fruto del estudio e investigación permanente del mercado. “Hemos visto como la mayoría de nuestros productos gozan de gran aceptación internacional, si bien es cierto que en algún país hemos tenido que adaptar nuestras fórmulas a los gustos locales. En España, nuestra amplia gama de lácteos, cacao y especialidades cuenta con un gran reconocimiento, además somos pioneros en el desarrollo de los solubles sin azúcar y concentrados. También está teniendo gran aceptación el servicio de desarrollo y personalización de los productos para nuestros clientes”, señala David Guevara, director de Exportación.

Pero la firma no solo se expande más allá de nuestras fronteras, sino que también lo hace dirigiéndose a otros segmentos de mercado. “El vending representa la mayor parte de nuestras ventas, aunque actualmente estamos incrementando nuestra presencia en el canal HoReCa y retail, que representan ya el 40% de nuestro negocio. El objetivo es que la exportación aporte más del 50% en los próximos años y, por otra parte, queremos seguir creciendo a ritmo de dos dígitos”, explica Jaume Busquets, director de Operaciones, quien añade que para

hacer frente a este crecimiento y poder seguir brindando el mejor servicio a sus clientes, tanto nacionales como internacionales, Simat ha ampliado su espacio productivo, logístico y de oficinas, trasladándose este año a unas nuevas instalaciones de 5.400 m<sup>2</sup>, situadas en el municipio barcelonés de Els Hostalets de Pierola.

En el marco de su proyecto de expansión internacional, Simat está presente cada año en las principales ferias del sector de la venta automática y afines para poder seguir informando a sus clientes de las novedades, apoyar a los colaboradores y estar a la última de las tendencias de la industria. “Somos una empresa comprometida con el sector del vending, por lo que consideramos indispensable acudir a los encuentros que se celebren para sumar sinergias y contribuir a una industria más fortalecida, siendo ésta la suma de todos los actores implicados.” También, como compañía comprometida con la sociedad, colabora con distintas fundaciones y entidades benéficas así como con los colectivos más sensibles, según indica Sara Jiménez, directora de Marketing y Ventas Nacional. →



## NUEVAS PROPUESTAS MÁS NATURALES EN VENDIBÉRICA 2019



Los asistentes a Vendibérica el pasado mes de noviembre pudieron conocer y saborear las nuevas gamas de Simat, que nacen para cubrir la visible tendencia hacia productos más saludables. Asimismo, la compañía destaca por las opciones que pone a disposición de personas con intolerancias alimentarias, como la lactosa, siendo ésta la más frecuente. También tiene respuestas para los celíacos, ya que todo su catálogo es sin gluten, y una amplia gama de solubles sin azúcar para que los diabéticos también tengan la posibilidad de deleitarse con sabrosos chocolates, como el **nuevo Nat'Choc**, una bebida concentrada de cacao 0% sacarosa, más saludable y con menos kcal que las versiones azucaradas.

Dentro de su línea sin azúcar, el fabricante también quiso potenciar durante el salón sus monodosis de chocolate para hacer a la taza, pensadas para el canal HoReCa y OCS, así como sus lácteos y leches sin azúcar y

sin aditivos ni conservantes, bajo su nuevo **claim: Clean Label**.

A su oferta para personas intolerantes, la firma incorpora, además de la leche aglomerada sin lactosa, una gama de bebidas vegetales con tres sabores a elegir: soja, arroz y almendras. *"Son unas bebidas que dan muy buen resultado, tanto reconstituidas para el HoReCa como para combinar con nuestros cafés liofilizados o en grano o con nuestros cacaoos. Los resultados que dan estos productos vegetales son excelentes"*, explica Sara Jiménez, que se muestra muy satisfecha del paso de la empresa por la feria madrileña, que representó el escaparate ideal para mostrar al público su gran cantidad de propuestas y opciones para todo tipo de canales de consumo.

Para quienes deseen romper con la rutina e hidratarse de una forma más divertida pero saludable, la firma pone al alcance de los consumidores sus bebidas refrescan-

tes concentradas para diluir a base de té, disponibles en las variedades limón y melocotón. Con tal solo 1kcal por 100 ml, estas bebidas con extractos naturales de té y fruta están edulcoradas y no llevan azúcar, convirtiéndose en la solución perfecta para beber agua de una forma saludable y con sabor. Gracias a sus cómodos sobrecitos de 3 g, que se vierten en agua fresca, su preparación es muy práctica y la cantidad ofrecida con este tamaño es la necesaria para obtener un producto capaz de sorprender por su calidad y valor añadido.

Los batidos *premium* ocuparon también un lugar clave en el stand de Simat, caracterizados por su gran calidad y la selección cuidadosa de las materias primas. Su elaborado proceso de fabricación da como resultado un batido con cuerpo y de un sabor extraordinario. Otro cambio que se ha podido apreciar son las variaciones en la imagen y el envase, los cuales ahora son más atractivos, haciendo así que pueda diferenciarse el producto en el punto de servicio o de venta. La preparación se hace con batidora, pero también con una máquina de frío. Asimismo, se pueden obtener unos *buenísimos frappés y smoothies* a gusto de cada uno.

De este modo, Simat innova con soluciones cada vez más saludables sin que por ello pierdan su sabor y cremosidad. *"Nuestra intención es ayudar a nuestros colaboradores a sorprender y diferenciar con creatividad el punto de consumo. Apostamos por la originalidad también; y es que, en dos fáciles pasos se obtiene una bebida para disfrutar 24h sin que pierda sus cualidades y sabor"*, apunta Elena Cerdeiras, directora de Calidad y del departamento de I+D+i.

Por otro lado, Simat tuvo la oportunidad de dar a probar sus recetas creativas, elaboradas con sus mejores productos, las cuales proponen periódicamente y siempre sorprenden a los consumidores. La firma se

caracteriza por ofrecer numerosas degustaciones de sus solubles, siempre con una alta participación, así como por dar ideas sobre cómo diferenciarse en los puntos de consumo con sus nuevas propuestas y recetas de productos saludables, sin gluten y para ser consumidos tanto en frío como caliente. *"Estuvimos en Vendibérica reforzando nuestros valores diferenciales: fabricantes de solubles; calidad certificada; innovación; personalización del producto; formatos multicanal para el vending, dispensing, OCS, micromarkets y HoReCa. Y, como no, celebramos nuestro 40 aniversario con quienes se acercaban a conocer nuestros productos y novedades, pero también con los clientes habituales con los que llevamos hasta la fecha colaborando"*, expone Sabadell.

De cara al próximo año, la firma tiene señalados certámenes de renombre, como Venditalia en Milán y Guldford en Dubai, además de varias colaboraciones que le permitan acercar sus propuestas a los profesionales de los sectores en los que quieren estar presentes: vending, HoReCa y conveniencia. *"Nuestra estrategia es seguir creciendo en los países donde estamos actualmente, ya que en muchos de ellos nos encontramos en la fase inicial de crecimiento y no hemos llegado a su madurez; aunque tampoco vamos a desaprovechar oportunidades que nos surjan en el camino"*, añade Sabadell.

En cuanto al lanzamiento de nuevos productos, se propone la mejora de sus fórmulas, para que sean cada vez más *clean label* y saludables, y potenciar todavía más su departamento de I+D+i, siendo este un activo importante de la empresa, pues gracias a él es posible el desarrollo de productos personalizados para los clientes. *"Las personas son nuestra razón de ser. Por lo que en este 40 aniversario únicamente nos sale una palabra: GRACIAS EN MAYÚSCULAS a clientes y operadores por darnos su confianza a lo largo de estos años"*.



**Nat'Choc sin sacarosa es un innovador cacao premium concentrado sin azúcar** que puede ser disfrutado para quienes deseen un chocolate con todo el sabor y cremosidad pero con tan sólo 34 kcal.



**Simat brinda todo tipo de soluciones**, que van desde cafés y leches hasta batidos, bebidas vegetales, infusiones o cappuccinos.



La firma ofreció a los visitantes profesionales la posibilidad de degustar su extensa oferta de productos sin gluten.

