

## SUGERENCIAS

### «Palabras que venden»

Phil. M. Jones  
 Edita: Empresa Activa  
 144 páginas; 9,50 euros

Este es un libro sencillo que nos indica exactamente qué es lo que debemos decir, y en qué circunstancias, para influir en las personas y tener un mayor impacto. Aunque estos consejos sirven para todo tipo de supuestos, están especialmente dirigidos a vendedores que buscan algo más que cerrar una venta concreta y quieren convertir clientes temporales en clientes permanentes. El mensaje se adapta a todo tipo de culturas y situaciones. Un libro muy práctico cargado de ejemplos y ejercicios que proponen tácticas para perfeccionar la comunicación oral y ofrece herramientas concretas a los que quieren triunfar persiguiendo sus objetivos y aprendiendo a influir en los demás.

● Elena Méndez



### «Moneyland»

Oliver Bullough  
 Edita: Principal de los Libros  
 304 páginas; 24,29 euros

Oliver Bullough es periodista de investigación y se ha sumergido en el mundo de las finanzas y del lavado de dinero: un tema apasionante y de absoluta actualidad. Bullough analiza y saca a la luz una trama de manipulación global donde bancos, empresas, medios de comunicación y gobiernos son los instrumentos de los megarricos. Nos conduce por un viaje apasionante por el mundo oculto de los cleptócratas globales. El libro se ha disparado en ventas en Inglaterra, lleva más de 300.000 ejemplares vendidos, y es una denuncia del sistema financiero que nos ha llevado a la crisis permanente en la que estamos instalados, donde los ricos son más ricos y los pobres cada vez más pobres.



### «Si fuese fácil lo haría otro»

Alejandra Plaza Rodríguez  
 Edita: Circulo Rojo  
 126 páginas; 18 euros

Este trabajo nos acerca a la diáspora más actual. Conoceremos los diferentes perfiles del emigrante y nos asombraremos con las diferencias entre la diáspora moderna y la de los años 60-70. Leeremos de primera mano historias personales incluida la de la autora. Las estadísticas, la importancia del asociacionismo en el exterior, el proceso de integración, las consecuencias de vivir entre dos mundos o cómo se viven unas Navidades fuera de casa son algunos de los temas recogidos en las páginas. También se habla de cómo crecen los pueblos en verano, de la importancia de aprender el idioma del país receptor o de ese sentimiento tan arraigado en el emigrante como es la soledad.



## EL HUMOR

DE NACHORTAS  
 ignacio.hortas@gmail.com



Con presencia en las provincias de A Coruña y Pontevedra, esperan seguir creciendo en los próximos meses. | BASILIO BELLO

# Máquinas de «vending» que facturan 6 millones

● La carballesa APunto 24 horas camina hacia los diez años como referencia en el sector ● Tiene 50 puntos de venta y pronto aumentará su oferta de alimentación

● Gladys Vázquez

Tienen medio centenar de puntos de venta distribuidos por las provincias de A Coruña y Pontevedra, tanto en las ciudades como en los pueblos de mayor tamaño. Ourense es su próximo objetivo y en el 2020 podrían plantarse incluso lejos de las fronteras de la comunidad. Es la resumida realidad de una empresa gallega que aún no ha cumplido ni diez años.

El origen de Apunto 24 horas está en un quiosco de toda la vida de la localidad coruñesa de Carballo. Una pequeña tienda que llevaba diez años sin actividad. Por circunstancias de salud, Marcos Eirís cambió de rumbo laboral y le dio una nueva vida al punto de venta que había regentado su madre. «Lo que hice fue instalar allí una máquina. Así, de esa forma tan sencilla, empezó todo», explica este carballés, administrador de esta compañía de vending.

Apunto 24 horas se extiende ahora por parte del territorio gallego con una fórmula que parece simple. «Alquilamos los locales, hacemos la reforma y lo gestionamos. Todo lo hacemos nosotros, no somos franquicia. Prestamos un servicio de 24 horas, siete días a la semana, con el objetivo de caminar siempre hacia la innovación. Por ejemplo, estamos mejorando las formas de pago para que los clientes puedan recoger los productos que compran en las máquinas con el teléfono móvil», explica.

Dentro de sus coloridos locales hay un conjunto de máquinas con

todo tipo de contenido. Desde las clásicas a las que más llaman la atención. A disposición del cliente, snacks, cafés, chocolates, comida caliente, papel de fumar, preservativos o incluso productos exóticos.

«Lo que más rotación tiene es lo clásico, pero si esos productos menos habituales están en las máquinas es porque se venden. Nuestro objetivo ahora es incorporar aparatos con fiambres loncheados, pan o productos de limpieza». Y es que la facturación de APunto 24 horas no deja de crecer. La previsión es cerrar este año 2019 en los seis millones de euros.

«Nuestro almacén central está en Carballo, pero ahora estamos ampliando capacidad con unas instalaciones nuevas de 4.500 metros. Estamos casi triplicando el espacio en vista de la previsión que tenemos. Allí tendremos un obrador. Queremos tener cada vez mejores sándwiches o ensaladas listas para consumir. La intención es caminar en esa dirección, incluso ha de ofrecer productos que la gente se lleve a casa para elaborar. Busca-

mos tener lo mejor», explica Marcos Eirís. Ahora mismo, una compañía ya fabrica los bocadillos que venden sus máquinas, con su propia marca, pero buscan seguir mejorando. Su trayectoria les dice que estas tiendas autoservicio tienen una gran aceptación entre los jóvenes y no tan jóvenes. «Nuestra clientela habitual está entre los 20 y los 45 años», comenta. «No son solo las personas de menos edad las que nos eligen».

### ACTIVIDAD CONSTANTE

Detrás de esos puntos de venta llenos de máquinas y sin personal que atienda de forma directa está un equipo de más de 20 personas. Desde especialistas en compras o almacén, hasta repartidores. «Estoy muy orgulloso de mi equipo. Desde luego, de todos ellos, yo soy el peor», explica riendo Marcos Eirís. «Las máquinas envían de forma automática su pedido de noche y el personal de almacén va preparando aquello que hace falta. Los repartidores llegan muy temprano por la mañana y comienzan la ruta». Las máquinas también reportan todo tipo de incidencias. En los locales no hay personal, así que están vigilados las 24 horas. «Creemos que gran parte del futuro de la venta va en esta dirección. Por ejemplo, la gente joven casi prefiere comprar sin que nadie les vea la cara. Sin dependiente de por medio. Sobre todo en algunos productos como pueden ser los preservativos. Prefieren adquirirlos en una máquina», sentencia Eirís desde la dirección.

**i** La empresa, que surgió a partir de un quiosco en Carballo, saldrá de la comunidad el año que viene