



Antonio Salmerón:

“**con-Q** y su tienda online **con-q.es** aseguran la **continuidad del quiosco** y proporcionan **más fuerza y unidad al colectivo**”

En línea con el Plan Estratégico y siguiendo las directrices sobre nuevos negocios que marca el Libro Blanco del quiosco de Prensa en Madrid, los proyectos Con-Q y su tienda online con-q.es, estrenan este mes las calles de Madrid.

De este importante cambio en la estructura y en el cometido del quiosco nos habla Antonio Salmerón, consultor en Tecnología y Negocios de la AVPPM

Se trata de dos proyectos diferenciados, aunque en realidad tienen un objetivo común; la adaptación del quiosco a las nuevas necesidades; ¿Qué son Con-Q y con-q.es?

Ambos son el resultado de esa evolución de los quioscos en Madrid, con el que se pretende dar un mayor y mejor servicio al ciudadano y ampliar y diversificar las posibilidades de negocio.

Si hablamos de con-Q nos referiremos a la transformación del quiosco para poder atender al triple objetivo de disponer, exponer y vender los nuevos productos y servicios que permite la Ordenanza Municipal. Usualmente pensamos en tener y vender; pero ahora, exponer es fundamental para atraer y vender.

En el caso de con-q.es, nos referimos al desarrollo de un sistema de gestión para comercializar productos adicionales en los quioscos de Madrid, cuya visión externa al ciudadano es la tienda online www.con-q.es. Esta tienda online es complementaria, ya que en este caso se trata de mercancía que por su menor rotación, o mayor volumen o precio no resulta adecuada para la venta directa en los quioscos.

¿Qué pasos se han ido dando para poner en marcha los nuevos proyectos?

Se ha creado un departamento de desarrollo de negocio. Se han seleccionado una serie de proveedores, nos hemos clasificado en Crédito y Caución para que los proveedores no nos exijan el pago inmediato y se han firmado también los contratos necesarios.

Para atender a las nuevas necesidades contamos, asimismo, con un sistema logístico orientado exclusivamente a los quioscos y con el apoyo de nuestro sector.

¿Cuando dice “exponer” se refiere a una manera particular de hacerlo?

Sí, claro. Esos nuevos productos -hablamos de

con-Q- requieren también un nuevo espacio para ser exhibidos. Por su precio y características no pueden colocarse como se coloca la prensa, por ejemplo. Tampoco tienen la misma inmediatez en la venta.

Quizá aquí deberíamos hablar más detenidamente de algo muy importante, que es la imagen que se quiere dar del colectivo.

Estamos viendo que la ciudad evoluciona cada vez más deprisa, que los nuevos tiempos obligan a todo el comercio a seguir ese cambio que marcan las nuevas costumbres...El quiosco no debe ser menos. Sobre todo si tenemos en cuenta la crisis de la prensa escrita. Hay que crear nuevas oportunidades de negocio y hay que rentabilizar esa cualidad tan especial de estar tan próximo al ciudadano y tan continuamente presentes.

¿Se pretende crear algo similar a una imagen de marca?

Sí. Además, si en la transformación de la que hablamos se unifica y mejora la imagen del quiosco, finalmente éste resultará más visible y más identificable en las calles, porque además también cuenta con una mayor iluminación. Y si se consigue que el ciudadano asimile determinadas compras al quiosco, habremos logrado nuestro primer objetivo..

Cuando un quiosco con la nueva marca con-Q le está vendiendo un nuevo producto a una persona, el quiosquero no solo está haciendo una venta para su quiosco, está haciendo que esta persona y su entorno próximo sepan que pueden buscar y comprar ese producto en su quiosco y en cualquier otro quiosco con-Q.

¿Cuáles van a ser esas compras de las que habla?

De momento estamos haciendo hincapié en los juguetes -especialmente en estas fechas- telefonía y pequeña electrónica, relojes, dulces y snacks, pero algunas irán rotando, para dar paso a otras,

Nueva imagen. Más productos y servicios

porque la idea es también sorprender y buscar lo que más demanda el cliente.

Todos deberemos estar muy atentos desde el principio para ver lo que se demanda y lo que no. Hay que ir adaptando constantemente nuestra oferta a lo que nos pide la gente; ésta será la forma de crecer y rentabilizar las inversiones que todos estamos haciendo.

¿Cómo se va a desarrollar la nueva venta?

A través de los asociados que se han unido al proyecto. De momento son cincuenta y tres, pero si me preguntas mañana habrá otro nuevo o más. La mitad de ellos ya cuentan con la remodelación en su estructura y han empezado a trabajar. El resto estará listo en las próximas semanas.

Como todos los procesos de expansión que acomete la AVPPM, queremos avanzar y dar un tiempo de asentamiento para poder gestionar mejor el cambio.

¿Va a haber algún aspecto diferenciador con el resto de quioscos?

Sí, porque van a funcionar con una imagen común, “con-Q”, registrada como Marca Colectiva Europea por la Oficina de Armonización del Mercado Interior, con su reglamento de uso, al que se han de adherir los quioscos para garantizar la calidad del servicio que se da bajo esta marca. Los quioscos que se sumen al proyecto y asuman sus compromisos pueden participar de esta imagen común y de todas las campañas de difusión que se realicen para ella.

Quiero decir también que en cuanto a cuestiones legales, el Instituto Municipal de Consumo del Ayuntamiento de Madrid ha supervisado los aspectos relacionados con la protección del consumidor de la página web <http://www.con-q.es>.

¿Cómo sabe el ciudadano de estas nuevas posibilidades que le ofrece a partir de ahora el quiosco?

Porque hay también una campaña de acciones de comunicación y publicidad de la nueva imagen co-

lectiva, dirigida a la promoción de los nuevos productos y servicios. En este sentido es muy de



agradecer el esfuerzo que se está haciendo desde todas las instituciones y organismos próximos al sector.

Contamos con una subvención de casi veintidós mil euros para esta campaña, que ha aportado la Dirección General de Comercio, del Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Madrid.

Lo más visible de esta acción va a ser, quizá, las banderolas y unos señalizadores adhesivos circulares con que se distinguirán los quioscos con-Q aunque también están previstos otros elementos de publicidad como alfombras, flyers, chapas, etc. con idea de dar a conocer estas novedades.

Incluso, para un futuro próximo nos planteamos la posibilidad de hacer tarjetas de fidelización para el quiosco, de forma que las compras en tu quiosco le den puntos a tu cliente para que te compre en internet y las compras que te haga en internet para las que haga en tu quiosco. Aunque esto es ya adelantarnos al futuro.

Esta primera campaña la estamos haciendo bajo el lema “grandes por dentro” que nos propuso la compañía EÑE MULTIMEDIA que está desarrollado toda la imagen y que creemos que describe muy bien al quiosco y su evolución.

**con-Q, registrada
como marca colectiva
europea**

Por otra parte, para desarrollar con-q.es, tenemos una subvención de casi sesenta y siete mil euros del Instituto Madrileño de Desarrollo (IMADE) de la Comunidad de Madrid, y de los fondos FEDER de la Unión Europea y el Ministerio de Industria.

¿Quien quiera participar puede solicitar ayudas?

Sí. La Asociación informa sobre la manera de acceder a ellas; disponemos de financiación bonificada por Avalmadrid y estamos explorando ayudas de la Cámara de Comercio de Madrid que algunos quioscos ya han utilizado.

¿Cuál es el interés de comprar online en el quiosco?

Mucho. Es como “ponerle cara a internet”, con lo que todo eso significa.

Hay quienes no se manejan bien con las compras online, no se sienten seguros al dar sus datos a través del ordenador para hacer el pago, dudan sobre si van a recibir o no la mercancía, no hay nadie que la recoja, o no saben si van a poder devolverla o reclamar en caso necesario.

El quiosquero puede hacer mucho por esas personas; desde el propio pedido hasta su entrega en el quiosco o a domicilio, pasando por el cobro también en metálico, o la gestión de una devolución o reclamación.

Con esta forma de comprar lo que se está dando es seguridad y comodidad. Esto es, estamos abriendo la tienda online a muchas personas de Madrid que, hasta ahora, no tenían otras posibilidades de acceso a las compras en internet.

¿Qué requisitos son necesarios para que un quiosco pueda sumarse a la idea?

Hay que tener internet, cosa que proporciona el proyecto Wi-Fi. Eso nos va a permitir manejarnos con el programa Q-red y acceder al Servicio de

Pago Centralizado (SPC)

Cada quiosco puede contratar su propia línea ADSL, pero también puede conseguirla uniéndose al proyecto Wi-Fi. Hasta ahora ciento sesenta quioscos se han unido a él y estamos trabajando con la empresa Gowex para poder ampliar este número.

Usar el Servicio de Pago Centralizado a través de Q-red es fundamental porque si bien los distribuidores tradicionales de la prensa están acostumbrados a cobrar quiosco a quiosco, los nuevos proveedores exigen, en general, un sólo punto de pago en la AVPPM para evitarse el trabajo de cobrar quiosco a quiosco, por lo que estar en el SPC es fundamental.

Actuar juntos como una super-cadena

Y una vez adaptados los quioscos a estas necesidades tecnológicas...

Será cuestión de elegir qué tipo de adaptaciones se quieren hacer a cada quiosco e invertir una cantidad inicial para financiar el stock.

Tendremos que combinar productos con “gancho” con otros productos y servicios que beneficien al quiosquero respecto a los márgenes. Cada venta de algunos de los productos que estamos introduciendo equivale en beneficio a la venta de mucha prensa. La prensa nos da nuestra razón de ser, como a la gasolinera la gasolina, pero nos va a proporcionar más margen la “nueva tienda”.

Este es un proyecto que se hace grande con la participación de todos, tenemos que luchar cada uno en nuestro

quiosco y simultáneamente actuar todos juntos, como una super-cadena.

Con una inversión relativamente pequeña se amplían mucho las posibilidades de venta. Y si tenemos en cuenta la anunciada posibilidad de traspaso, todo lo que vaya encaminado a capitalizar el negocio de cada uno tendrá sus frutos, inmediatos y diferidos. 

