

RENOVARSE PARA SEGUIR



Con las tan cacareadas y famosas Nuevas Tecnologías de la Información, hemos asistido a una revolución en nuestras vidas, que inevitablemente ha cambiado nuestros hábitos a la hora de adquirir información y conocimiento y ello está afectando a uno de los soportes tradicionales en los que se sustentaba la información: el papel.

Ante esta situación muchos agoreros predijeron hace ya varios años la desaparición del papel como vehículo de transmisión de información y la consiguiente desaparición de los profesionales que se dedican a esta actividad, hecho que estamos

convencidos no va a suceder.

Es cierto que las ventas de periódicos y revistas han sufrido un descenso importante y que los editores, distribuidores y puntos de venta de prensa están atravesando graves dificultades para seguir adelante.

Pero todo ello no es óbice para que los quioscos y locales que se dedican a la venta de prensa puedan seguir cumpliendo una función importante en nuestros pueblos y ciudades.



Los vendedores de prensa debemos aprovechar nuestras fortalezas como son nuestra proximidad con los vecinos, el buen trato, nuestros amplios horarios, la capilaridad y nuestra historia para seguir siendo necesarios.

Es verdad que debemos buscar nuevos artículos y servicios que permitan compensar el descenso de las ventas de los productos editoriales y que tenemos que ser los primeros en adaptarnos a los nuevos hábitos de consumo y estar alertas para percibir cuanto antes las necesidades de nuestros clientes.

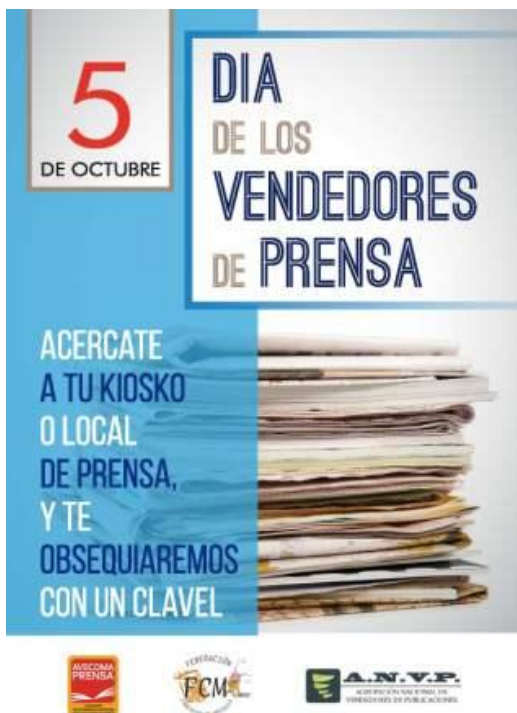
Pero también es verdad que a veces nuestras iniciativas de modernización encuentran obstáculos de todo tipo que hacen difícil llevarlas a buen término.

El encorsetamiento de las relaciones con editores y distribuidores, que operan en régimen de exclusiva, es un lastre que está retrasando la implantación de un servicio de calidad que ayude a mejorar las

ventas. Es una pena que las tecnologías de la información no hayan llegado al ritmo deseado a los vendedores de prensa y que no exista comunicación tecnológica con los editores y que el intercambio de información con los distribuidores esté basada casi exclusivamente en el papel.

Todo ello repercute en un servicio, a veces deficiente, que el vendedor de prensa suple con tesón e insistencia para poder atender las demandas de sus clientes.

También nos encontramos con trabas a la hora de incorporar nuevos artículos y servicios a nuestro repertorio.



En el caso de los quioscos de prensa, que dependen de una concesión municipal, a veces sucede que la Ordenanza que regula esta actividad establece de forma restrictiva los artículos y servicios permitidos, impidiendo añadir otros nuevos.

Por eso necesitamos la comprensión de los Ayuntamientos para que sean flexibles y faciliten la reconversión que necesitamos y que sigan el ejemplo del Ayuntamiento de Móstoles donde, tanto la Corporación anterior que elaboró una magnífica Ordenanza, como la actual que incorporó en tiempo record una actualización, han atendido las peticiones de este colectivo.

También quiero aprovechar este día DEL VENDEDOR DE PRENSA para pedir, tanto a la Administración Central, como a la Comunidad de

Madrid, que adopten medidas que ayuden a la supervivencia del quiosco.

A la Comunidad de Madrid que facilite a través del Consorcio de Transportes la comercialización de los títulos de transporte en nuestros establecimientos.

A la Administración Central que realice una reducción de los módulos de Hacienda que no se han actualizado a pesar del fuerte descenso del rendimiento de los vendedores de prensa y que amplíe en el epígrafe fiscal correspondiente los artículos y servicios que podemos comercializar.

Creo que es de justicia y nos ayudaría.

RAFAEL ARTACHO

Presidente de la Agrupación Nacional de Vendedores de Publicaciones (ANVP)