

“Pagar a través de la Asociación facilita el cobro a los proveedores, potencia la capacidad de negociación de los quioscos y mejora la gestión”



El Servicio Centralizado de Pagos, un paso crucial para la profesión

A comienzos de año Telefónica y Vodafone acordaron algo tan impensable como compartir sus redes de móviles; las administraciones públicas están creando ventanillas únicas para atender a los ciudadanos; nosotros, desde la Asociación, pagamos de forma centralizada al Consorcio Regional de Transportes de Madrid y, ya desde hace dos años, efectuamos las recargas de móviles a Panini / Telecor.

Muchas de las mejoras de este mundo, cada vez más competitivo, nos están llegando y lo harán cada vez más a través de la cooperación...

A Antonio Salmerón, doctor en Tecnología de la Información por la Universidad Politécnica de Madrid y Máster en Administración de Negocios por la IESE (Escuela de Dirección de Empresas de la Universidad de Navarra), no le faltan conocimientos precisos para valorar la importancia que tiene el tomar parte o no en la nueva era tecnológica y de nuevas formas de hacer negocios en la que vivimos, que afecta cada vez más a los propios sistemas de trabajo.

Vinculado a la AVPPM como Consultor de Tecnología y Negocios y como tal, firme defensor de toda estrategia encaminada a mejorar las condiciones que impulsen el desarrollo técnico y económico del sector, él es uno de los principales artífices del SPC ("Servicio de pago centralizado"), el nuevo sistema propuesto por la Asociación de Vendedores Profesionales de Prensa de Madrid para facilitar el cobro a los proveedores presentes y futuros; potenciar la capacidad de negociación de los quioscos y mejorar la gestión de éstos.

Las nuevas tecnologías al servicio del quiosco

El proyecto se sirve de las nuevas tecnologías. Sin embargo, su virtud principal de cara al manejo es la sim-

plicidad. Ha sido concebido para que cualquier persona pueda hacer un uso fácil y cómodo.

-Sé por experiencia -dice Antonio Salmerón- que la palabra tecnología suele asustar un poco a quienes no están en contacto directo con estos conocimientos. Por eso, el trabajo añadido de los que sí lo estamos es hacer que la mayoría pueda servirse con facilidad de ella, sin miedo y sin grandes esfuerzos de adaptación.

El "Servicio de Pago centralizado" tiene un mecanismo tan sencillo que, una vez conocido, nadie da marcha atrás, porque ahorra mucho tiempo; hace que la gestión de pagos sea mucho más ordenada y permite controlar mejor la situación del quiosco, ya que disminuye la gestión de medios de pago en papel y los cambia por transacciones electrónicas, más seguras.

El SPC se basa en el Plan Estratégico

La idea del "Servicio de Pagos Centralizado" nace del "Plan Estratégico de Cooperación de Quioscos de Prensa 2006-2010" elaborado a instancias de la Asociación con el apoyo de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica a través del IMADE (Instituto Madrileño de Desarrollo).



Este Plan contó con la colaboración de todos los agentes implicados: editoriales, distribuidoras y, principalmente, asociados. Se hizo para dar una respuesta que garantizase la supervivencia de los puntos de venta tradicionales y abriera nuevas oportunidades de negocio derivadas de los últimos y grandes cambios sociales, económicos y técnicos en los que se encontraba y se encuentra el sector.

-Consultrans, consultora española líder en el desarrollo de planes estratégicos y de gestión de innovación hizo un estudio exhaustivo del sector, que a día de hoy sigue siendo un magnífico punto de referencia. En este informe se habla, entre otros asuntos de gran interés, del “aprovechamiento de la red de la AVPPM y la proyección externa de los valores del grupo ante las administraciones, los proveedores y el cliente”. En definitiva, el SPC lo que hace es propiciar esa cooperación de los quioscos a la que alude el Plan Estratégico, ya desde su propio enunciado.

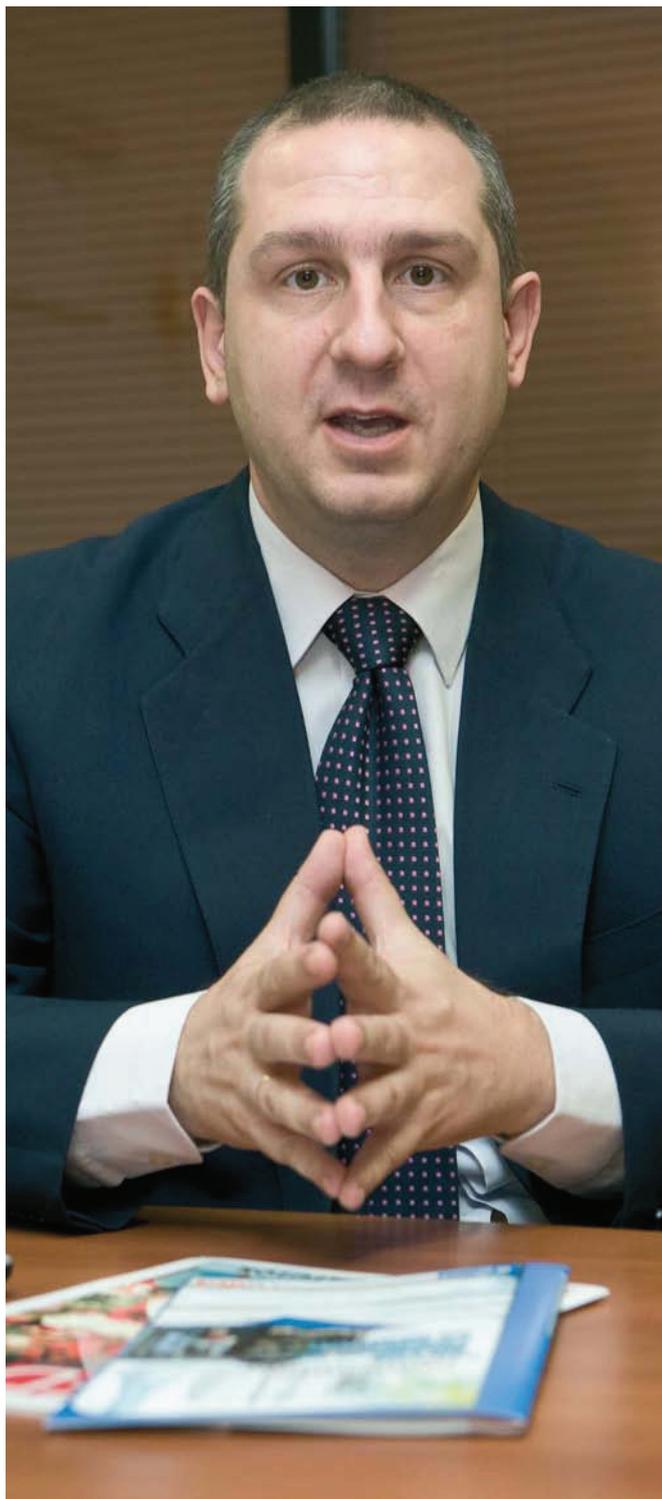
El Plan Estratégico recomienda el aprovechamiento de la red de la AVPPM y la proyección externa de los valores del grupo ante las administraciones, proveedores y clientes

La unión del colectivo da más valor al quiosco de prensa

El de los vendedores de prensa es un colectivo profesional bastante particular. El quiosquero -tanto hombre como mujer- tiene fama de ser muy trabajador, resistente y sufrido. Y muy independiente, porque trabaja prácticamente solo y resuelve cada día multitud de pequeñas cosas inherentes a su trabajo. Esto hace que no tenga especial costumbre de funcionar laboralmente en grupo.

Sin embargo, si consideramos el interés que está despertando el “Servicio de pago Centralizado” y las continuas adhesiones que se reciben en la Asociación, parece que la actitud está cambiando a pasos agigantados.

-Quizá deberíamos hablar también de la buena labor que viene desempeñando la Asociación desde que se creó, precisamente para defender los intereses de un colectivo que estaba entonces muy desunido y desprovisto de derechos. Pero, sin duda, lo que está pasando es que la realidad se hace cada día más compleja y ya no es tan posible trabajar aislado en la época de la globalización. Cuando Europa abre fronteras y las grandes compañías se fusionan y generan recursos comunes para abaratar costos, sería absurdo no reaccionar. Hay que poner en marcha los cambios necesarios para adaptarse a los nuevos escenarios. Sería suicida no hacerlo. Volvemos a lo de an-



tes; en un mundo donde la tecnología está dictando una nueva manera de trabajar no podemos seguir con las mismas herramientas que sirvieron tan bien a nuestros padres.

Es tiempo de aunar esfuerzos para conseguir mejores objetivos. Los asociados, afortunadamente, ya lo empiezan a entender así; saben que la unión de todos al final redunda en beneficio propio, en el de los clientes y en el del sector de la prensa en todo su conjunto.

Menos conflictos entre vendedor y distribuidoras

Hay quien opina que el “Servicio de Pago Centralizado” va a ocasionar conflictos con las distribuidoras, que va a tensar las cuerdas...

-En absoluto. Curiosamente va a reducir los conflictos, que, por cierto, a día de hoy son continuos. Vamos a aborrrar trabajo y tiempo al vendedor; que ya no tendrá que gestionar los pagos con las distribuidoras, sino a través de la cuenta de la AVPPM.

La Asociación, además de servir de interlocutora hará de garante para que los acuerdos se cumplan y se respeten por ambas partes. Hasta ahora, cuando surgía cualquier problema en los pagos éste iba del vendedor a la Distribuidora y a la Asociación. Con este sistema aborrraremos ese doble paso. Ganaremos todos. Las distribuidoras también porque la gestión va a ser mucho más sencilla y eficiente.

Otra razón muy importante para apoyar esta iniciativa tiene que ver con cuestiones prácticas y de seguridad; mejor cheques que efectivo y mejor transferencias que cheques. Está claro.

Al asumir ese papel de intermediación, la Asociación sale fortalecida

-Como Asociación este es uno de sus objetivos y una de sus obligaciones. Porque como decíamos antes, si el grupo es fuerte, eso hace que cada individuo también lo sea. Esta profesión necesita -en estos momentos mucho más que otras- ser capaz de sobrevivir y crecer. Eso se consigue trabajando con visión de futuro. Cada quiosquero, facturando de manera aislada tiene muy poco poder. En conjunto, la cosa cambia. A mayor control financiero, mayor capacidad de negociación del colectivo y a mayor capacidad de negociación más acuerdos resueltos buenamente en una mesa.

La transferencia es más práctica y segura que el dinero en efectivo o el cheque

Una profesión hecha a sí misma

Antonio Salmerón se muestra optimista ante el futuro. Es de los que opinan que a la profesión de quiosquero se le puede dotar de mayor contenido y de una mejor proyección social desarrollando tecnológicamente el potencial que como red ciudadana ya tiene y las nuevas vías de negocio abiertas en la última reglamentación:



-Sólo el hecho de dar un servicio avanzado a los proveedores ya potencia la imagen del quiosco. La unión del colectivo también le añade valor. Si además conseguimos mejorar la competitividad a través de la innovación tecnológica y la gestión y somos capaces de abordar la venta de nuevos productos de proveedores que no puedan cobrar individualmente, habremos contribuido mucho a colocar esta profesión en un lugar más seguro, más estable y más útil para la sociedad. Debemos satisfacer nuevas necesidades y hacerlo de manera competitiva. Una profesión como esta, hecha a sí misma, no puede desperdiciar la oportunidad que le brinda este momento para crecer.

Requisitos para participar en el SPC

Para darse de alta en esta forma de pago hay que ser vendedor de prensa, cumplir el protocolo de funcionamiento y las normas establecidas.

-Estos son los requisitos previos. Desde el punto de vista tecnológico estamos trabajando con Qred, la plataforma sin la cual no hubiera sido posible ofrecer este servicio. Pe-

ro también podemos funcionar con fax o incluso con un móvil. Respecto a Qred debo decir que hemos desarrollado funcionalidades específicas para dar un buen soporte al SPC.

Entonces, cualquiera puede manejar este sistema de funcionamiento, porque parece que no requiere grandes aprendizajes...

-Claro. De hecho, Juan José González, Asesor de Informática de la Asociación, muestra el manejo del sistema de pago con Qred en Youtube en un vídeo de poco más de tres minutos. Y esto es una gran ventaja, porque incluso quien no tenga Qred puede valerse, como digo, de otros sistemas como el fax o el móvil. Además la Asociación y muchos de los vendedores tienen ya la experiencia de la venta de títulos de transporte del CRTM (Consortio regional de transportes de Madrid) y la recarga de móviles y la venta de tarjetas con Panini/Telecor.

El sistema es muy sencillo y se maneja con Qred, fax o móvil

Un futuro abierto a otras posibilidades de mejora

El Servicio de Pago Centralizado se ha puesto en marcha con un número pequeño de asociados, pero va creciendo día a día.

-La AVPPM está poniendo todos los medios para que este proyecto se desarrolle de manera segura y firme, por eso el planteamiento es dar pasos pequeños que permitan a todos subirse al tren.

Si se consigue el objetivo propuesto, es decir, que todos puedan subirse al tren, la profesión logrará un mayor peso específico en el sector.

-Sin duda. Y estamos hablando de una idea que está en primera fase. Un sistema que facilita la entrada de proveedores a los que se les evita el costo económico y humano de cobrar de manera individualizada y potencia la capacidad de negociación de los quioscos, porque el conjunto de las ventas de todos unidos supone un importante flujo financiero, tiene futuro. Más adelante se podría plantear una central de compras o, incluso, una plataforma electrónica de ventas en común, por ejemplo.

Apoyos institucionales

De momento el SPC ya cuenta con el interés de muchos socios que acuden a la sede de la AVPPM

para formalizar su participación. Además, algo muy importante es que con él se cumplen las recomendaciones hechas en el Libro Blanco en cuanto a la utilización de nuevas tecnologías.

-En ese sentido tenemos que agradecer los apoyos institucionales que recibimos continuamente, tanto por el Ayuntamiento como por la Comunidad de Madrid.

El Ayuntamiento ha aprobado este año la Ordenanza que permite vender nuevos productos para los que es necesario poner en marcha una forma centralizada de pago. La Comunidad de Madrid, por su parte, ha dado el visto bueno al proyecto presentado al IMADE (Instituto Madrileño

de Desarrollo) con vistas a su integración en el Plan de Subvenciones INMOEMPRESA PYMES 2009, que apoya la innovación tecnológica de las Pequeñas y Medianas Empresas.

Es más, la idea que les presentamos les gustó tanto que hablaron de exportarla a otros sectores de comercio minorista. 

A la Comunidad de Madrid le gusta la idea

Cómo funciona el Servicio de pago Centralizado

El interesado deberá:

1. Facilitar a la Asociación un código de cuenta corriente bancaria y autorizar sus cargos.
2. Enviar semanalmente a la Asociación las facturas de cada distribuidora a través de Q-Red o de otros métodos que iremos ofreciendo.
3. Las facturas recibidas el lunes se enviarán a la asociación preferentemente el martes, aunque el plazo límite es el miércoles hasta las 10.00
4. Si no se está de acuerdo con la factura de un distribuidor por una diferencia que supera el 10% de ésta y decide no pagarla, no enviará el importe hasta que no esté aclarada esa diferencia.
5. Mantener en la cuenta siempre saldo suficiente para que se puedan cargar las facturas el miércoles.
6. Comunicar a la Asociación las vacaciones o enfermedad que impidan el envío de facturas.
7. La Asociación paga a cada distribuidor e informa de las cuantías que corresponden a cada quiosco.
8. La Asociación envía un justificante a cada quiosco con los pagos efectuados.