



Hay veces que pequeños detalles pueden significar mucho. La forma de apostar por el quiosco como núcleo habitual y tradicional puede ser, también, incentivada por los mecanismos de publicidad y mensajes persistentes que las empresas editoras envíen a sus lectores, tanto en el formato papel como en los anuncios de su oferta editorial y en sus páginas web.

Un pequeño ejemplo puede servir para explicar esta reflexión. La revista **PELO PICO PATA**, que mensualmente acerca a los lectores aficionados al mundo de los animales de compañía y las mascotas, aconseja dirigirse al quiosco habitual para conseguir el ejemplar.

Sabemos que este tipo de mensajes son más habituales cuando se trata de periódicos y sobre todo con promociones añadidas, pero en el caso de revistas es más difícil encontrar estos consejos publicitarios. Es verdad que en muchas ocasiones (en el pasado) algunas revistas también han incluido recomendaciones publicitarias para que el lector habitual acuda a su quiosco más cercano, pero cada vez se están viendo menos.

Con la situación de crisis que estamos padeciendo y con la bajada de ventas que soportamos, estos pequeños detalles de animar a que el cliente acuda a su punto de venta habitual se agradecen y creemos que no deben caer, por nuestra parte, en saco roto.

Sobre todo cuando especifican tan claramente, como en este caso de la revista **PELO PICO PATA**, el mensaje de “consíguela en tu quiosco”. Y aunque a muchos de nosotros nos gusta más la expresión de “punto de venta” para referirnos a nuestros negocios de venta de prensa, no menos importante es que las empresas editoras se refieran específicamente a “quiosco”, puesto que con ello están, directamente, aconsejando a sus lectores que acudan al quiosco, y no a otros puntos de distribución que también disponen de la oferta comercial de prensa y revistas.

Por cierto, y abundando en este aspecto que estamos destacando -apostar por el quiosco como punto de venta tradicional de prensa y revistas- al hojear el número de este mes de **PELO PICO PATA**, descubrimos que en un anuncio en páginas interiores sobre la revista

TOPMUSIC

(también del mismo grupo editorial, el GRUPO V), titulan “la revista que más suena en los quioscos”, lo que no deja lugar a dudas de lo que decimos. Pero no solo eso, puesto que toda la oferta editorial del

GRUPO V

publicitada en su página web tiene el mensaje “consíguela en tu quiosco”.

Bueno, y al margen de todo y tras felicitar a **GRUPO V** por lo que creemos que es un acertado detalle publicitario de cara a los quioscos de prensa, también hay que recordar que

PELO PICO PATA

es, posiblemente, la revista especializada en animales de compañía y mascotas más vendida y que tras hojearla se puede comprobar su vistosidad en imágenes y la profusión de información y especialización. Una revista del agrado, seguro, para pequeños y mayores, para toda la familia.

Que cunda el ejemplo y que se vea.