

Ni siquiera la “O” con el canuto

Escrito por Administrator

Domingo 25 de Marzo de 2012 11:39



Por fortuna o desgracia, a día de hoy sigue siendo una duda que no he conseguido despejar, conozco de primera mano el proceso, venires y devenires, de las máquinas de tabaco que instaló Pellor de la mano de Covepres.

Lo primero que quiero dejar claro es que, aunque parece fácil mirar atrás y juzgar si las decisiones del pasado fueron más o menos acertadas, lo difícil es juzgarlo con justicia. A menudo nos olvidamos de las circunstancias que rodeaban a esas decisiones y de los motivos que llevaron de una a otra sin apenas reflexión. El tiempo me ha enseñado sobre todo a no hacerlo con los demás y, aunque me cueste, a ser benévolo con las mías propias. Dicho esto intentaré no hacer juicios de valor visto lo visto con los comentarios a [la columna de Reme](#) .

Conocí Covepres precisamente en la época en la que se gestaban las movilizaciones de los quiosqueros ante la nueva Ley de tabaco. Por aquellos días andaba yo liado en una plataforma llamada “Basta ya” que habían promovido dos quiosqueros a los que les tomé gran aprecio, Ignacio Castellanos y el ya difunto Jorge Collado. Una cosa llevó a otra y un buen día me encontré organizando junto a otros el fletado de autobuses para asistir a la manifestación convocada por la confederación ante la sede del Ministerio de Comercio en Madrid. Cualquiera que me conozca sabrá lo poco dado que es un servidor a manifestaciones de ningún tipo pero ahí estaba yo pancarta en mano. Recuerdo que en aquel tiempo vislumbré la esperanza de un colectivo unido, durante unos meses, incluso puede que más de un año, una adolescente inocencia creció en mi interior. Hoy ese mismo sentimiento, prostituido y mancillado, se ha tornado en desprecio por lo que pudo ser y no será nunca.

Volviendo a renglón, después de un esfuerzo considerable por parte de muchos, aquella ley cambió; fue lo único que cambió, pero obligaba a todo el colectivo a la instalación de máquinas de tabaco que evitaran la venta “en mano”. Una estupidez absoluta y un nuevo dislate de un gobierno de ineptos que no atinaban a hacer la “O” con un canuto. Fuere como fuere, un nuevo problema para el quiosquero, y también una nueva oportunidad de negocio que el tiempo tozudo nos mostraría nuevamente cómo no deben hacerse las cosas.

Ni siquiera la “O” con el canuto

Escrito por Administrator

Domingo 25 de Marzo de 2012 11:39

En este contexto Covepres empezó a recibir propuestas que ofrecían la instalación gratuita de las máquinas a los quiosqueros asociados. Entre ellas se encontraba la de Pellor, empresa formada por profesionales del mundo del tabaco; estanqueros que gestionaban ya un gran número de máquinas en bares y restaurantes. Su negocio radicaba en la comercialización de los canales de las máquinas con las tabaqueras. Finalmente Covepres firmó un contrato con Pellor a través del cual ésta instalaría a todos los asociados que lo desearan, una máquina de dimensiones reducidas, fabricada por Azcoyen especialmente para cubrir la problemática del quiosco. El parque final alcanzó 1.500 máquinas de las que Covepres percibía directamente un porcentaje nada despreciable de los ingresos que obtenía Pellor por la comercialización de los canales.

Tanto el contrato entre Covepress y Pellor como el de cada quiosquero (depositario) con Pellor (depositante) permitían dos formas de explotación de la publicidad diferentes:

- Si la publicidad la explotaba Pellor o una empresa contratada por ésta, la mitad de los beneficios se los quedaba Pellor y la otra mitad el quiosquero.
- Si la publicidad la explotaban las Asociaciones (Covepres) el quiosquero se quedaba con el 100% del beneficio y pagaba un fijo mensual de 6 € a Pellor.

Indoor, a través de Pellor, fue la empresa que gestionó las pocas campañas que se comercializaron como tales, por tanto, Pellor se debía quedar con el 50% de los beneficios de esas campañas (nuevo error de la confederación). Las previsiones que Indoor realizó, y la comercialización que llevó a cabo, fue un verdadero desastre; se vendieron campañas como si nada en agosto cuando gran parte de los puntos de venta estaban cerrados, o se reservaron a clientes campañas con un supuesto circuito de 1.500 soportes cuando sólo estaban instalados 750. Al final otra oportunidad en la cuneta.

Cuando el proceso estaba en las últimas apareció en escena un nuevo jugador, el diario Público que en aquellos días estrenaba su número uno y cuya política de precios reducía a la mitad los ingresos de los vendedores. Publicitarse en las máquinas fue el arreglo que este diario alcanzó con Covepres y alguna otra asociación para igualar los ingresos a los vendedores (que evidentemente hasta ese momento se negaban a comercializarlo). Así revivió la publicidad de las máquinas durante muchos meses pero finalmente, al igualar Público el precio con el de su competencia, la “pseudo publicidad” también se acabó. Doy fe de que todos estos ingresos publicitarios los liquidaba Covepres a las asociaciones en proporción al número de asociados que cada una de ellas tenía, sería cada asociación la que debería distribuirlos a sus asociados como considerase apropiado.

Ni siquiera la “O” con el canuto

Escrito por Administrator

Domingo 25 de Marzo de 2012 11:39

Desde el inicio Pellor cometió un grave error, pensó que los quiosqueros cumplirían su parte del acuerdo y respetarían los canales contratados por las tabaqueras, pobres ilusos, esos canales no fueron respetados jamás y los ingresos de Pellor se fueron poco a poco menguando hasta desaparecer, como también desapareció ella misma,... y se abrió un tiempo de tranquilidad y de vacío legal donde nadie ponía el cascabel al gato, las máquinas pertenecían a un par de bancos a los cuales la desaparición de Pellor había dejado colgados con el muerto de unas máquinas de difícil capitalización. La tranquilidad duró hasta hace pocos meses en los que una empresa llamada Corelli adquirió a precio de saldo las máquinas a los bancos y ahora pretende venderlas a los quiosqueros depositarios.

Tal como reflejaba Reme en su columna, el precio inicial era de 400 € mas su correspondiente IVA, pero tras largas negociaciones entre Covepres y Corelli parece que han cerrado un precio final de 250 € mas IVA, que incluye el mantenimiento gratuito durante el primer año. Colean ahora 10 eurillos que pagarán adicionalmente los quiosqueros a Covepres para que ésta intente reactivar con tabaqueras y publicistas la gallina de los huevos de oro.

... y colorín colorado este cuento se ha acabado.