ABC (EDICION NACIONAL)
MADRID
04/02/13
Prensa: Diaria
Tirada: 258.329 Ejemplares
Difusión: 190.749 Ejemplares
Cód: 66708382
Página: 60
Sección: MADRID Valor: 21.901,00 € Área (cm2): 804,9 Ocupación: 97,12 % Documento: 1/2 Autor: MIGUEL OLIVER MADRID Núm. Lectores: 1517000

Un supermercado futurista para

▸ La Comunidad estudia un proyecto para convertir los pasillos del suburbano en expositores virtuales para que los viajeros puedan hacer la compra

MIGUEL OLIVER
MADRID

Puede sonar a ciencia ficción, pero está más cerca que nunca de convertirse en realidad. Metro de Madrid guarda como oro en paño el proyecto de instalar un supermercado virtual en sus principales estaciones. Se trata de una iniciativa para la que no se necesitaría mucha inversión y que permitiría que el suburbano madrileño diera otro paso más en su objetivo de potenciar la investigación, el desarrollo y también la innovación.

La experiencia ya ha tenido éxito en países como Corea del Sur, Estados Unidos y Australia. En nuestro país, sólo una estación de Barcelona (Sarriá) lo ha puesto en marcha a modo experimental. Se trata de que los usuarios que recorren los pasillos del Metro puedan realizar la compra mientras esperan la llegada del tren. Para ello sólo necesitarían un «smartphone», como el que ya utilizan el 90% de los usuarios, y descargarse la aplicación necesaria.

El proyecto consiste en la colocación de un panel gigante, que podría colocarse en el vestíbulo, pasillos o andenes de la estación, que contaría con fotografías de cientos de productos. Cada uno llevaría adjunto su precio de venta y un código QR. Los usuarios que quisieran hacer la compra tan sólo tendrían que pasar su teléfono por encima de cada uno de los códigos de los alimentos deseados. Una vez cargado el «carrito virtual», la operación se completaría con los datos personales del usuario. El pedido se gestionaría mientras el cliente viaja en el suburbano para que, al llegar a casa, pueda recibir la compra a la hora deseada.

Los números del proyecto ya están sobre la mesa del consejero de Transportes, Pablo Cavero. La inversión no superaría los 60.000 euros y tendría una rápida rentabilidad. Los cálculos prevén que este supermercado futurista pueda atraer entre un 10 y un 15% de los pasajeros que deambulan cada día por los pasillos de la estación... que no son pocos.

Fuentes de la Consejería revelan que el intercambiador de Nuevos Ministerios podría ser el lugar elegido para estrenar esta iniciativa. Esta estación cuenta con 750 metros cuadrados de superficie diáfana para poder instalarlo.

Marcas comerciales

Importantes marcas como Women' Secret, Suchard o Sanitas han alquilado este mismo espacio durante el pasado año para dar a conocer sus productos.

Con el teléfono móvil
Paneles de varios metros de longitud recorrerían los pasillos: sólo habría que fotografiar los productos

Emplazamiento
El intercambiador de Nuevos Ministerios podría ser la estación escogida para estrenar la iniciativa

Otra grandes compañías como Microsoft están actualmente patrocinando la estación. Se disputan como clientes los casi 45 millones de viajeros que circulan al año por este intercambiador de transporte. En Nuevos Ministerios confluyen tres de las líneas de Metro más utilizadas (6, 8 y 10) además de todas las líneas de Cercanías.

La intención del Gobierno regional es convertir toda la red del suburbano en un gigantesco centro comercial. En el futuro se intentará que las primeras marcas de moda y grandes restaurantes puedan tener su espacio en el suburbano.

Metro de Madrid, por otra parte, también está estudiando la instalación de escaparates de ropa con códigos QR dirigidos para que aquellos pequeños empresarios que no tienen establecimientos comerciales puedan dar a conocer sus productos al gran público mediante el alquiler de estos espacios publicitarios.

La idea sería similar a la del supermercado pero dirigida a micro proyectos empresariales que sólo tienen tienda en internet. De esta manera, se instalarían vitrinas divididas en varios espacios, cada uno de los cuales podría ser alquilado por un pequeño empresario para mostrar alguno de sus productos junto a un código QR que ofrezca toda la información necesa-



ABC (EDICION NACIONAL)
MADRID
04/02/13
Prensa: Diaria
Tirada: 258.329 Ejemplares
Difusión: 190.749 Ejemplares
Cod: 66708382
Página: 61
Sección: MADRID Valor: 21.957,00 € Área (cm2): 807,0 Ocupación: 97,37 % Documento: 2/2 Autor: MIGUEL OLIVER MADRID Núm. Lectores: 1517000

el Metro

ria y la posibilidad de adquirirlo.

Metro de Madrid está inmerso en la búsqueda de nuevas vías de obtención de ingresos al margen del servicio de transporte, con el objetivo de ser más eficiente desde el punto de vista económico. Una de ellas es la potenciación de los ingresos comerciales a través de la explotación y el alquiler de sus instalaciones, que se han convertido a lo largo del pasado año en un gran escaparate publicitario para importantes marcas nacionales e internacionales que han utilizado el suburbano para lanzar sus productos.

Diez millones de ingresos

La compañía ha ingresado ya ocho millones de euros con estas iniciativas, así como con la gestión de los soportes publicitarios. La previsión es que esta cifra se incremente hasta los diez millones en breve.

Además de los espacios emblemáticos, varias empresas privadas han utilizado las instalaciones de Metro para la organización y presentación de sus iniciativas. En este sentido, cabe destacar el lanzamiento del Samsung Galaxy Note en la estación de Sol, la celebración del Metropipe de Red Bull en la estación de Chamartín y la celebración de la Tercera Semana del Deporte Inclusivo, en Nuevos Ministerios, patrocinada por la Fundación Sanitas.



El Mercado de Motores, ayer CAM

El despegue del Mercado de Motores

El mercadillo de la Nave de Motores de Metro en Pacífico, que se celebra el primer fin de semana de cada mes con entrada libre, se ha consolidado en la oferta de ocio con más de 5.000 visitas desde noviembre. El consejero de Transportes, Pablo Cavero, recorrió ayer este mercado «vintage», el primero de estas características en la región, que reúne a particulares y empresas que ponen a la venta objetos originales y exclusivos, en un histórico edificio industrial convertido en museo. Aquí se pueden adquirir muebles antiguos, piezas de decoración, ropa, flores o complementos.

En 2012 fueron veinte las empresas que alquilaron las instalaciones del suburbano para llegar a más público con sus productos. Entre ellas, la marca Women' Secret, que mostró recientemente en Nuevos Ministerios su nueva colección de pijamas, a través de la organizaron varias actividades de entretenimiento donde tanto modelos como viajeros pudieron participar en un concurso, con el fin de patrocinar la firma. Suchard y el grupo Maldita Nerea, quienes presentaron en Nuevos Ministerios la canción «Hecho por tus Sueños», lanzaron un proyecto solidario para ceder fondos a la ONG Banco Alimentos y ayudar a miles de familias a celebrar la Navidad.

Los rodajes tanto publicitarios como de cine suponen otra fuente de ingresos. En los últimos meses, una importante entidad bancaria ha utilizado las instalaciones de Metro para grabar su próxima campaña publicitaria en televisión. El año pasado se estrenó en el cine «La fría luz del día», con Bruce Willis, donde diversas estaciones del suburbano madrileño sirvieron como lugar de rodaje para las persecuciones que protagonizaron los actores de esta película de acción. En 2011 los espectadores pudieron ver el Metro en la serie de televisión «Ángel o demonio».

Todas estas iniciativas ayudan a enjuagar las cuentas de la compañía y a hacer más llevadero el reto de ahorrar 100 millones de euros, que es la cifra prevista para recortar en 2013.



RECREACIÓN DEL PROYECTO. ELABORACIÓN PROPIA