LA RAZON
MADRID

17/12/13

Prensa: Diaria
Tirada: 125.851 Ejemplares
Difusión: 90.902 Ejemplares

Cód: 77153782

Página: 38

Sección: MADRID Valor: 9.951,00 € Área (cm2): 605,2 Ocupación: 65,69 % Documento: 1/1 Autor: P. Gómez Núm. Lectores: 230000

Isidro versus «Mind the gap»: el Metro hará caja con su propio merchandising

El suburbano busca potenciar su imagen de marca con nuevos productos de entre 3 y 36 euros

P. Gómez

MADRID- El turista que visita Londres tiene una cita casi obligada con alguna de las tiendas en las que se ofertan toda clase de recuerdos de su suburbano. El «tube» londinense, además de como medio esencial de transporte para la ciudad, ha sabido configurarse como un negocio, una máquina de hacer dinero a través de sus pósteres, tazas, camisetas y los siempre útiles paraguas en la capital inglesa. Además del célebre logo «Underground», sus responsables han sabido incluso convertir en lema explotables y con el que vender productos la advertencia «Mind the gap»–«cuidado con el hueco»– que advierte por megafonía a los usuarios del peligro de caer en la vía.

Metro de Madrid quiere seguir el ejemplo y el de otras ciudades con experiencia en este terreno como Nueva York, y, por ello, el consejero de Transportes, Pablo Cavero, presentó ayer una nueva línea de productos de merchandising que persigue potenciar la imagen de marca del suburbano, convirtiéndolo en un símbolo de la ciudad para madrileños y turistas. Se busca con esta iniciativa que los ingresos que se obtengan sirvan para financiar el transporte público en la región. Los nuevos productos podrán adquirirse en el Centro de Atención al Cliente situado en la estación de Vodafone Sol y en Nuevos Ministerios, dos de las estaciones con más afluencia de viajeros, tanto de madrileños como turistas. De hecho, el centro de atención de la estación de Vodafone Sol recibe una media de 7.000 visitantes mensuales y el de Nuevos Ministerios unos 5.000, que desde ahora se convertirán en posibles compradores de estos productos.

MAYOR TRÁNSITO
De momento, se comercializarán en Sol y en Nuevos Ministerios

La gama de merchandising se ve ahora ampliada con nuevos productos como bolígrafos, carcasas para móvil, tazas, camisetas, imanes y bolsas de algodón, después de que en 2012 ya se comenzara a comercializar un surtido de «souvenirs», entre los que se encontraban mantas, paraguas, gemelos, carteras, gorras y relojes. Y como pieza fundamental de esta estrategia, la mascota del suburbano, un mapache con el nombre del patrón de la capital, Isidro. Se trata en su mayoría de objetos cotidianos y su precio oscila entre los 3 euros que cuesta, por ejemplo, un imán, hasta los 36 del libro «90 años de historia».

CAM



El consejero Pablo Cavero presentó ayer los nuevos productos en el centro de atención al cliente de la estación Vodafone Sol

«Con esta iniciativa contribuimos a hacer más conocida y visible la marca Metro de Madrid, dentro y fuera de nuestras fronteras. Además, el aumento de ingresos contribuirá a reducir el déficit sin disminuir la calidad del servicio ofrecido a los ciudadanos», subrayó Cavero tras señalar que «Metro de Madrid es un referente internacional en transporte ferroviario y, además, es una marca conocida por los turistas que vienen a visitar nuestra región y eligen el Metro como la manera más rápida y económica de desplazarse». Respecto al hecho de que Madrid imite los «éxitos» del metro de Londres, el consejero precisó que el suburbano inglés también quiere replicar medidas puestas en marcha en Madrid como la publicidad de marcas en estaciones. Una medida que fue en su día ampliamente criticada por la oposición, que la comparó, como recordó Cavero, «con el oficio más antiguo del mundo». Por suerte, concluyó, «Metro de Madrid está en el siglo XXI».

Al estilo de lo que ya hace el suburbano, la Empresa Municipal de Transporte tiene proyectado dar forma también a su propia gama de productos. Una iniciativa que se aparcó por la crisis pero que, según fuentes municipales, es muy demandada por turistas y madrileños.

Camisetas, tazas y un mapache

✔ La tienda de Metro también tiene productos para los más pequeños, todos relacionados con Isidro el mapache, la mascota del suburbano madrileño.



✔ Hace un par de años se lanzó la primera serie de productos de merchandising del Metro de Madrid, entre los que se podían encontrar mantas, paraguas, gemelos, carteras para hombre, gorras y relojes, entre otros.



✔ En la nueva serie de productos, la Consejería de Transportes de la Comunidad de Madrid ha apostado por ampliar el surtido con bolígrafos, carcasas para móvil, tazas, camisetas, imanes y bolsas de algodón para llegar a un mayor número de viajeros.



✔ En otras grandes ciudades que cuentan con mucha tradición en la venta de productos relacionados con su transporte como Londres o Paris, se pueden comprar todo tipo de accesorios con el logotipo del «Tube» londinense o el «Subway» neoyorkino, incluso calzoncillos.

