

El protagonista

NOËL PRIOUX

Carrefour no subirá el IVA «como criterio general»

El director de Carrefour España, Noël Prioux, aseguró ayer que no repercutirá el IVA «como criterio general», aunque en algunos artículos deberá hacerlo.

La frase

«Soy partidario de que en las cajas de ahorros se intervenga lo menos posible»

Marcelino Iglesias

PRESIDENTE DEL GOBIERNO DE ARAGÓN

**El producto****Reproductor Blu-ray con conexión a internet**

Pioneer propone para los aficionados a ver cine en casa un reproductor Blu-ray con BD-Live, como el BDP-320, con el que asegura una alta calidad cinematográfica en la reproducción de discos Blu-ray, DVD y CD. El sistema BD-Live combina los contenidos almacenados en discos Blu-ray con contenidos descargados de internet, que pueden

almacenarse gracias a sus 2 GB de memoria interna. Además, ofrece la posibilidad de conectarse on line a chats cinéfilos a través de los cuales los aficionados a disfrutar del séptimo arte en casa pueden descargar imágenes y participar en juegos.

**Opinión**

JAIME SANAÚ

PROFESOR DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**El 'sí de Figueruelas**

El miércoles pasado los trabajadores de GM España respaldaron por amplia mayoría (el 65,2% de los votos válidos emitidos) las arduas y prolongadas negociaciones entre la dirección y el comité acerca de la reestructuración, el plan de ahorro, el plan industrial y el convenio colectivo. Aunque se han de concretar los acuerdos y cerrar muchos flecos, se trata de una excelente noticia por motivos muy variados difíciles de sintetizar en esta breve columna.

Hace casi tres décadas la puesta en funcionamiento de esta factoría -que fue precedida de polémicas propias de la época- marcó un antes y un después en la historia económica de Aragón, al elevar las dotaciones regionales de capitales físico, humano y tecnológico e impulsar la productividad de los factores variables, todas ellas claves para explicar el crecimiento de la economía.

Gracias a esta empresa, la primera de la región, Aragón presenta hoy especialización indus-

REPORTAJE**Del carrete al 'fotolibro'**

Fotoprix, creador del imperio del revelado, se reinventa para adaptarse a los hábitos de los consumidores, que ahora encargan un número reducido de copias de sus fotos digitales

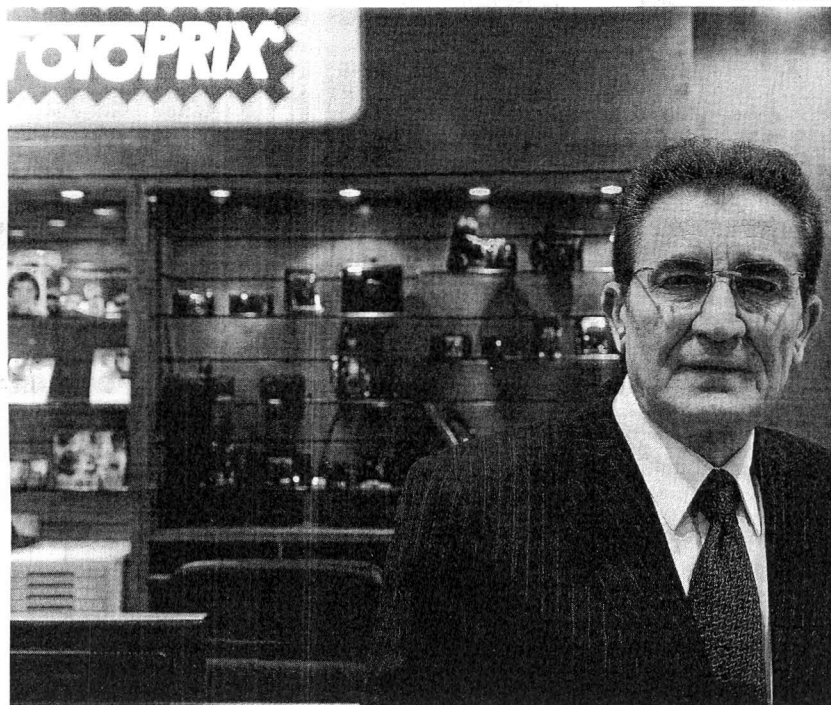
MANEL TORREJÓN
eparagon@elperiodico.com
BARCELONA

Porfirio González (61 años) supo reinventarse en la crisis inmobiliaria de principios de los 80. Pasó de vender terrenos y torres a hacer revelado fotográfico. La falta de saber hacer en el oficio la suplió de sobras con mucha ambición comercial: «Aposté por técnicas que había empleado con éxito en el mundo del ladrillo, como el buzono de folletos con vales de descuento del 40%. Ofrecía precios muy bajos sin por eso sacrificar la calidad».

El secreto era alcanzar grandes volúmenes en un negocio que González definía entonces como «el jamón» de la fotografía: «El revelado era lo que daba más márgenes. Además, yo no tenía suficiente preparación para vender equipo». Se formaron colas y nació la cadena Fotoprix, que se convirtió en un referente del mercado hasta que irrumpió la fotografía digital. Entonces González tuvo que volver a reinventarse.

Merchandising personal

El modelo de negocio que tanto éxito le había dado tenía fecha de caducidad. En los últimos tres años, estima González, han cerrado 3.000 de los 7.000 establecimientos de fotografía del país. A las tiendas siguen llegando carretes, pero se les presume corta vida. Así que González se ha reinventado como impresor -con el apoyo de la central, las tiendas hacen tarjetas, catálogos, revistas, calendarios, puntos de libro...- y se ha apuntado al merchandising personal: «Imprima a su hijo en la taza en que toma el café cada mañana». Muchos encargos se hacen por internet, en la página web de Fotoprix, y el consumidor se



►► Porfirio González, en la sede de la compañía.

► FRANQUICIAS

Fotoprix suaviza el concepto con la figura del establecimiento asociado

► CRISIS

En tres años han cerrado 3.000 de las 7.000 tiendas de fotografía del país

acercar a recogerlo a la tienda más cercana.

En cuanto a la forma de crecer, con la crisis la franquicia se antoja cara, así que González ha suavizado el concepto con una nueva figura, el «establecimiento asociado», que se beneficia de la fuerza de compras de la central sin necesidad de cambiar nombre y decoración de la tienda. En el 2009 se abrieron 15 de ellos, que se suman a las 150 propias y a las 100 franquiciadas.

Respecto a la copia de toda la vida, este producto no pasa por el mejor momento, porque muchos usuarios se conforman con guar-

dar las fotos digitales en el ordenador. Para animar a los más perezosos, Fotoprix vende un producto que ya despegar: el álbum en papel hecho a través de un programa informático de edición, manejado por el cliente desde su casa o por el dependiente.

González, sabedor de que quien bautiza una cosa la hace suya, lanza a los cuatro vientos la marca registrada *Fotolibro*. «Hemos sido los únicos en hacer grandes campañas de publicidad. Antes, los fotógrafos de boda y los laboratorios lo llamábamos *álbum digital*». ≡

El acuerdo alcanzado en Figueruelas facilitará la salida de la recesión en Aragón

trial superior a los promedios español y de gran parte de los países europeos. Sólo la rama «fabricación de material de transporte» representa casi la quinta parte del VAB y el empleo industriales de Aragón, porcentajes a los que han de añadirse los efectos de arrastre e inducidos sobre el resto de ramas productivas. A su vez, las exportaciones de GM, suelen ser más elevadas que las del resto de las empresas aragonesas, permitiendo que la balanza comercial tenga con superávit y no déficit como la española. Todo ello ha contribuido a que Aragón presente niveles de bienestar mayores que los nacionales, desde hace años.

La última aportación no es baladí. En una situación de extremadas dificultades del sector a nivel internacional -y de la propia empresa, que podía haber incurrido en causa de disolución de no haber recibido un préstamo participativo- los trabajadores de Figueruelas, guiados por los gobiernos aragonés y español, han puesto toda la carne en el asador para que la fabricación de varios modelos siga en la región, lo que facilitará la salida de la recesión.

¡Ojalá que el éxito nos conciencie de que debemos perseverar en la mejora la competitividad y en la diversificación de la producción y empleos regionales!