

gestión

Jorge Parra
El poder del precio

Las expectativas condicionan la forma en que percibimos y valoramos las experiencias. Un experimento realizado por Dan Ariely, profesor de MIT, demostró el papel relevante que desempeña el precio de un producto a la hora de plantearnos nuestras expectativas sobre el mismo. Después de que un equipo de médicos explicara detalladamente a un grupo de personas afectadas de migraña el efecto beneficioso

de un nuevo medicamento, cuyo precio era de 2,5 dólares la cápsula, se les pidió que probaran el producto. Al cabo de una semana, prácticamente todos manifestaron que se encontraban mucho mejor. Posteriormente, se repitió el experimento con otro grupo similar, con la única variación de que se les dijo que el precio de la cápsula era muy inferior, de 10 centavos. En esta ocasión solo la mitad afirmó que había experimentado una

mejoría. El precio puede modificar notablemente la experiencia, produciendo un efecto placebo que aumente o disminuya la confianza en un producto. Por tanto, la gestión de precios, además de considerar oferta y demanda, costes, márgenes y competencia, debe adaptarse a diferentes segmentos de mercado y tener en cuenta sus efectos psicológicos.

jparra@smartpoint.es

empresas

con empuje

Del papel al interior de la tienda

Seventy Eight dirige y ejecuta proyectos de interiorismo para locales comerciales

Son jóvenes (33 años), pero con mucha experiencia. Trabajaban en un sector fuertemente golpeado por la crisis (la construcción). Y el escenario económico (hace un año) no era el más propicio para lanzarse a la aventura empresarial. Sin embargo, Ramón Pomar y José Manuel Terrén, aliados con su juventud, decidieron en 2010 crear su propio negocio. Seventy Eight llamaron a su empresa (saquen ustedes cuentas).

Ramón y José Manuel llevaban trece años trabajando en la empresa familiar del primero, integrada en el sector de instalaciones comerciales. Pero decidieron volar solos, aunque por la misma senda en la que hasta ahora habían desarrollado su trayectoria profesional: dirección y ejecución de proyectos de interiorismo para locales comerciales.

Tal y como estaba la economía y las dificultades para conseguir financiación tuvieron que oírse que eran unos locos, recuerdan los jóvenes propietarios. Pero ellos estaban convencidos de que precisamente la situación del sector y del entorno económico «nos iba a vacunar y a prepararnos para enfrentarnos a escenarios diferentes y en cualquier lugar del mundo», asegura Ramón Pomar. Entendían, además, que el sector de la construcción se había acomodado y no estaba preparado



José Manuel Terrén y Ramón Pomar en las instalaciones de Seventy Eight en Zaragoza. G. MESTRE

para atender un concreto nicho de mercado: el retail. Así que echaron «mucha imaginación» para conseguir el dinero necesario para la inversión y en 2010 se lanzaron «sin complejos» a lo que para algunos era el abismo profesional. «Nuestro objetivo es alcanzar la excelencia en calidad, servicio y precio», explican sus fundadores.

Su trabajo consiste, como detalla Pomar, en trasladar a la tienda del cliente el diseño que para esa marca ha realizado un «prestigioso» estudio de arquitectura. «Ejecutamos lo que otros diseñan. Primero lo estudiamos y damos soluciones de ingeniería y costes, de calidad y de servicio en plazo, y todo ello con la presión de los precios», destaca.

Asumían que su primer año sería «en blanco». Pero comenzaron con dos 'córners' (esquinas) de Hermenegildo Zegna en dos centros comerciales de Barcelona y Navarra, y un proyecto tras otro, lograron terminar el año con una facturación cercana a los dos millones de euros, una cifra que ya prevén duplicar en 2011. Incluso dieron el salto al mercado francés. Primero desde Zaragoza. Ahora con su propia filial, que acaban de inaugurar en diciembre en París.

Si se les pregunta cuál es la clave del éxito, utilizan un concepto que suena poco económico: ingenio. «Si estamos creciendo es porque hacemos algo distinto», dicen. Será por eso, que cuando miran al futuro, lo ven «complicado», pero «con optimismo».

CHUS GARCÍA

EMPRESA	ACTIVIDAD	MERCADOS	NÚMEROS	MEJORAS
SEVENTY EIGHT C/ Salvador Vicente Aznar, 4 local Santa Isabel 50016 Zaragoza 976 570 970 976 138 540 www.seventyeight.es info@seventyeight.es Socios y fundadores: Ramón Pomar José Manuel Terrén	Construcción de espacios interiores. Dirige y ejecuta proyectos de interiorismo para las principales firmas de moda, oficinas, clínicas, grupos de restauración, hoteles y todo tipo de locales comerciales. Su sede central está en Zaragoza pero ya cuenta con una filial en París.	Su principal mercado es el español, donde trabajan para marcas internacionales. El 80% de sus clientes son extranjeros, entre ellos Hermenegildo Zegna, Starbucks, o Swarovski. Destaca también su incursión en Francia, de donde procede el 30% de su facturación.	FUNDACIÓN 2010 PLANTILLA 6 titulados universitarios FACTURACIÓN 1.952.601,44 euros (2010) 4 millones de euros (previsión 2011)	Seventy Eight ha inaugurado en diciembre una empresa filial en París para atender al mercado francés. Además acaba de obtener la certificación ISO 9001 y 14001, en calidad y medio ambiente, lo que la sitúa a un alto nivel competitivo europeo.



Claudia, 4 años. Enferma de leucemia.

Los padres de Claudia nunca la dejarán sola.

Nosotros tampoco.



FUNDACIÓN JOSEP CARRERAS PARA LA LUCHA CONTRA LA LEUCEMIA

20 años luchando juntos contra la leucemia.

Hazte Socio.

902 240 480
www.fcarreras.org

POR AHORA PREFIERO PENSÁRMELO PERO DE TODAS FORMAS ME GUSTARÍA RECIBIR MÁS INFORMACIÓN DE LA FUNDACIÓN

Nombre y apellidos				Fecha de nacimiento		20 AÑOS
Calle				Nº	Piso	
Población				C.P.		Firma
Provincia				Teléfono fijo		Fecha
e-mail				Teléfono móvil		NIF

Sus datos se incorporarán a un fichero automatizado de la Fundación Internacional Josep Carreras, y serán tratados de forma confidencial y de uso exclusivo de la Fundación. En cualquier momento, puede acceder, rectificar o cancelar sus datos, dirigiéndose por escrito a: Fundación Internacional Josep Carreras. C/Muntaner, 383 2º. 08021 Barcelona. De la misma manera, en cualquier momento podrá revocar el consentimiento otorgado para el tratamiento de datos personales.