

BELLOTA, DE LEGAZPI AL MUNDO

La historia de Bellota es la historia de la superación y el esfuerzo basados en un modo de entender las cosas bien hechas

BELLOTA es un tributo a los bosques Guipuzcoanos, donde los robles abundan y cuya madera se usaba para la obtención de carbón vegetal en la Ferrería. Famoso por su madera dura y resistente, el roble y su fruto (la bellota), simbolizan la calidad, la dureza y la resistencia inigualable de las herramientas de la marca. Mientras otros ponían por marca nombres de lugares o de familia, **Patricio Echeverría, fundador de Bellota**, optó por una marca que transmitiera un mensaje: resistencia; y le confirió un valor: calidad.

Presente en más de 120 países, BELLOTA fabrica alrededor de 20 millones de unidades de herramientas al año, tiene en su haber 11 marcas registradas, 18.000 referencias y un equipo de 1.400 personas. Esta es la carta de presentación de Bellota, un proyecto que comenzó de la mano de Patricio Echeverría en el año 1908.

El origen de BELLOTA se centra en los productos agrícolas, pero en la actualidad su negocio se diversifica también en la división de Herramientas para los usuarios de la construcción, la jardinería y el calzado de seguridad.

Fiel a una trayectoria inicial

Bellota pone siempre al usuario en el centro de su estrategia. Lo que hacía en sus orígenes, es algo que sigue haciendo, pero ahora de una manera más personalizada. En el plan de marketing de la empresa, BELLOTA trabaja un concepto que lo ha llamado "radares del usuario". Este concepto lo explicó muy bien el **presidente de Bellota, Pablo Izeta**, en una entrevista concedida a L'informatiu y que lo plasmó con este ejemplo: en un primer círculo nos encontramos un albañil que utiliza unas determinadas herramientas, y que son sus herramientas y que no se las deja a nadie. En un segundo círculo, también tiene otras herramientas, pero que ya son de la cuadrilla; es decir, no son tan personales y se comparten. Y finalmente,

tenemos un tercer círculo que son las herramientas de especialidad. Con estos tres círculos, **BELLOTA** detecta las necesidades del usuario en todas y cada una de las distintas fases de una obra.

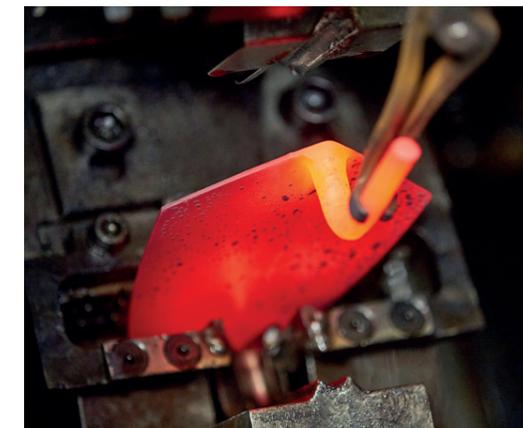
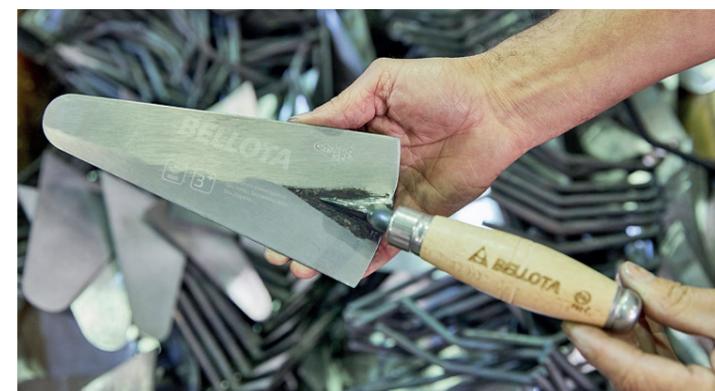
El compromiso con la calidad y la innovación en la gestión, orientados siempre a la satisfacción **del cliente, las personas y la sociedad**, han sido siempre las claves en la trayectoria de la compañía. Uno de los aspectos que caracterizan los productos de BELLOTA es que se han desarrollado partiendo de las necesidades de los profesionales. Partiendo de esta premisa, cada región, cada país, cada actividad tiene sus particularidades y, en este sentido, todos los proyectos se estudian y analizan para su posterior desarrollo. Para ello, además del mejor producto y un amplio catálogo, **BELLOTA** ofrece planes para los puntos de venta, formación a equipos de venta, acciones promocionales y catálogos personalizados.



▲ El equipo comercial de Bellota siempre al lado de la distribución de materiales de construcción, con su presencia en ferias, eventos y diferentes demostraciones de producto. De izquierda a dcha.: David Masip, especialista del usuario; Javier Muela, delegado zona centro; Andrés Mendigacha, responsable canal profesional; Salvador Mas, delegado zona levante; y Bienvenido Calvo, director comercial.

Un producto que ha marcado la trayectoria de la compañía

Quizá la **paleta es la herramienta que mejor define** la filosofía, el carácter, el trabajo y la historia de la compañía. Es una herramienta donde se controla todo el proceso de producción para garantizar la calidad final del producto. Para el profesional que la utiliza, más que una herramienta, la paleta se convierte en una "compañera" que siempre está junto a ti, y que nunca la dejas a ningún compañero de trabajo. **Es una herramienta muy personal**, y cada profesional tiene su forma de usarla y de gastarla. Por este motivo, en cada zona de España se emplean, en función del tipo de construcción y de los materiales empleados, diferentes tipos y modelos de paleta. En una herramienta manual como es la paleta es difícil mejorar el producto, pero BELLOTA constantemente está focalizando la mejora del producto, básicamente, **en la ergonomía del mango para conseguir** que no se deslice de la mano, y que puedes trabajar lo más cómodo posible. Una herramienta aparentemente sencilla, pero que transmite toda la fuerza y el compromiso de la marca.



▲ Parte del proceso de fabricación de la paleta. Fabricada en línea continua y forjada en una sola pieza, la paleta está fabricada en acero especial Bellota.

Nuevos horizontes con el mismo espíritu

Los cortadores de azulejos de la marca Bellota son cortadoras de baldosas que te permiten realizar cortes muy precisos y perfectos. Son muy duraderos y de alta calidad, y se adaptan perfectamente a las cerámicas de cualquier tamaño y realizan todo tipo de cortes rectos y diagonales.

La gama de cortadores se presenta en cinco modelos distintos: LEAN, TECH, PRO, FIT, POP y PASS, y cada uno de ellos presenta diferentes características de uso dependiendo del tipo de corte que se quiera realizar y adaptadas, también, a los diferentes tipos de profesionales que las van a usar.

► Un proceso de fabricación muy cuidado y elaborado, donde se transmite toda la filosofía y el espíritu de la marca al producto.

