

# BELLOTA

tu mejor ayuda.



...nienta de Taller



Abrasión

## Pablo Izeta

### Presidente de Grupo Bellota para Europa y Sudamérica

Bellota esta presente en más de 120 países, y 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. Con domicilio social en Legazpi (Guipúzcoa) y con tres plantas de fabricación en España (Legazpi, Zumárraga y Olloqui), la empresa cuenta además con 7 plantas de fabricación repartidas por todo el mundo: Illinos y California, en Estados Unidos; Fortín de las Flores (México); Manizales (Colombia); Indaial (Brasil); Hovedgard (Dinamarca); y Nashik (India).

#### ¿Cómo nace Bellota?

Bellota nace de la mano de Patricio Echeverría, un industrial que ahora lo etiquetaríamos como un emprendedor y que, además, sabía trabajar muy bien el metal y que tenía también mucha sensibilidad comercial. Lo que hacía básicamente era ir al campo para ver como trabajaban los agricultores, y se fijaba en las herramientas que utilizaban en cada zona para posteriormente mejorarlas e industrializar su producción. 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 y la jardinería.

Por lo que respecta al negocio de Agricultura, Bellota ofrece soluciones y produce componentes para maquinaria agrícola. En estos momentos, más de 200 fabricantes y distribuidores de todo el mundo equipan sus máquinas con piezas fabricadas en las plantas de fabricación de: Europa (España-Legazpi), América (USA-Illinois) y Asia (India-Sinnar)

Por su parte, el negocio de Herramientas desarrolla las mejores herramientas para los usuarios de Construcción, Agricultura y Jardinería, y por su proximidad geográfica a los mercados y a los distintos usuarios, se desarrollan los planes a través de tres Direcciones de Negocio ubicadas en Europa, Latinoamérica y USA, y Canadá.

#### ¿Son dos divisiones totalmente separadas e independientes?

Si, están totalmente diferenciadas y son independientes. Piense que el agrícola es un mercado global, mientras que el de la herramienta es un mercado local. Cada herramienta es distinta en función de la zona donde se utiliza. Es un tema de costumbre y de diferentes sistemas constructivos. En este contexto, uno de los

“**Uno de los aspectos que caracterizan los productos de Bellota es que se han desarrollado partiendo de las necesidades de los profesionales”**

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.

Para nosotros, 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 claves en la trayectoria de la compañía.

“**El trabajo de prescripción sirve para generar demanda y es muy importante para la distribución**”

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, detectamos las necesidades del usuario en todas las fases distintas de la obra. Nosotros como marca queremos ser relevantes para estos usuarios.

**¿Y todo esto como lo trasladan al mercado?**

En todos los mercados tenemos dos figuras: vendedores y especialistas de usuario. Este especialista de usuario tiene que ir donde se concentran usuarios finales con dos finalidades: entender muy bien que necesita el usuario, y cómo podemos ser más relevantes

como marca para ellos. Cuantos mas productos tengamos y que sean relevantes para nuestros clientes, como marca vamos a ser mas relevante para ellos.

La segunda función es la función de prescripción: el trabajo de prescripción sirve para generar demanda y es muy importante para la distribución. Esto lo hacemos en todos los mercados. Es un trabajo a largo plazo, pero muy importante para la implementación de la marca.

**¿Donde se basa el éxito de Bellota?**

Creo que uno de los éxitos de Bellota es que somos reconocidos como fabricantes. El producto de

Bellota esta todo diseñado aquí y fabricamos también todos lo subproductos. Esto tiene mucho valor.

*Texto: Ramon Capdevila  
Foto: L'informatiu*



**Una trayectoria que se mantiene igual desde sus inicios...**

Nosotros ponemos al usuario en el centro de nuestra estrategia. Lo que hacía Bellota en sus orígenes, es algo que seguimos haciendo, pero ahora de una manera mucho más profesionalizada.

**¿Cómo lo hacen?**

En nuestro plan de marketing, nosotros trabajamos una cosa que llamamos radares del usuario. Le pondré un ejemplo: por un lado, un albañil utiliza unas determinadas herramientas que son sus herramientas y que