

Un viejo reclamo

La firma bilbaína Basoa cumple 25 años con un amplio catálogo de regalo para ayudar a fijar la imagen de marca

IRATXE BERNAL

BILBAO. Que levante la mano quien no recuerde la pelota azul de Nivea. Sencilla a más no poder, identificable al primer vistazo, bastante duradera y, encima, vinculada al ocio y las actividades al aire libre y, por tanto, a la exposición al sol. Publicitariamente, todo un acierto. Aquel simple balón de playa es un hito para los 'reclamistas', encargados de fijar la imagen de una empresa ya sea en un reloj grabado, la etiqueta de un buen vino o en un modesto llavero o caramelo. «Qué es lo que no vendo habría que preguntarme», ríe Santiago Carrillo, fundador de Basoa, firma bilbaína que cumple ahora 25 años.

Una permanencia nada fácil en un sector muy heterogéneo en el que cabe un poco de todo y en el que la crisis ha dejado en casi la mitad la demanda. «Todo el mundo ha tenido que apretarse el cinturón y esta es una de esas partidas que encabezan las listas de recortes. Esto se ha notado especialmente en los encargos institucionales, que han caído mucho», señala. Además, en el caso de los encargos hechos desde el sector público los 'reclamistas' también han sido víctimas colaterales del uso que en algunos escándalos de corrupción se ha hecho del regalo de empresa. Un concepto en el que también cabe de todo. «Un artículo promocional no es un soborno. No tiene nada que ver. Aquí de lo que se trata es de lucir una marca, de sacarla a pasear», reivindica Carrillo. Además, aunque algunas empresas aún encargan obsequios caros, los artículos que generan más movimiento y, que por tanto dan más visibilidad a la marca, son los de un coste medio o bajo.

En su catálogo, Basoa cuenta hoy con más de 16.000 referencias: tazas, paraguas, navajas, pendrives, linternas, rompecabezas, albornoces... «Puedes regalar lo que quieras. En realidad el secreto está en la asesoría, en descubrirle al cliente cuántas posibilidades tiene pero, a la vez, saber limitarle las opciones a aquellas que resulten más acertadas a su imagen y tipo de negocio. Siempre hay cosas que resultan más adecuadas que otras», subraya.

Aunque hay una recomendación que si vale para cualquiera. «Es mejor regalar un buen bolígrafo que un producto más llamativo pero de peor resultado. Todos cogemos cariño a ese boli que no falla o esa camiseta de algodón para correr que hemos lavado mil veces, y esa es la sensación con que se va a quedar el público, con la que va a relacionar tu marca. La calidad es fundamental; es la imagen de tu empresa, es con lo que el público va a identificarte. Por eso es mejor regalar calidad en un artículo sencillo que irte a la gama más baja de otro producto más sofisticado. No di-



Santiago Carrillo es el fundador de Basoa. :: IGNACIO PÉREZ

gamos ya cuando hablamos de empresas que quieren 'uniformar' a sus trabajadores. No puedes pedir a un comercial que vaya bien vestido y darle una pluma mala con tu logo grabado, y para acertar ahí es imprescindible conocer muy bien el mercado y hacer una buena selección de proveedores», explica Carrillo.

En auge las baterías externas

Ese es uno de los aspectos en que más ha cambiado el sector en los últimos años. «Inevitablemente se recurre mucho a la producción en China y en ocasiones porque aquí hay industrias de una calidad inigualable que casi han sido desmanteladas, como las de la piel. También hay que tener en cuenta las modas. Hoy por ejemplo se imponen los artículos relacionados con la tecnología, desde las fundas para tablets a los altavoces Bluetooth pasando por las powerbanks o baterías externas, el artículo que en todos estos años más he visto crecer», reconoce Carrillo. En cambio otros han caído en el olvido pese a su eficacia más que probada. «Los mecheros eran estupendos. Los fumadores hasta se los quitaban entre

ellos, pero hoy no estaría bien visto que una empresa regalara encendedores», explica. Basoa, que cerró el año pasado con una facturación «cerca a los 750.000 euros», encara ahora los siguientes 25 pendiente de las incontables opciones. «Si vas a la feria PSI de Düsseldorf, que es la mayor que se celebra en Europa dedicada a los artículos de regalo, te puedes pasar dos días recorriendo el primer pasillo», ríe.

El comité de empresa de Vicrila rechaza despidos para salvar la compañía

Advierte de que «no habrá acuerdo» con ningún fondo de inversión «si no se cesa a la actual dirección»

EN SU CONTEXTO



► **Empresa centenaria.** Vicrila se fundó hace más de 126 años. Fabrica vidrio de mesa en su sede de Lamiako, en Leioa.

► **La plantilla.** La compañía cuenta con 310 trabajadores y unos 50 eventuales.

► **Concurso de acreedores.** Se presentó a mediados de octubre de 2016 al tener una deuda que asciende a 50 millones.

II. UGALDE

BILBAO. El comité de empresa del fabricante vizcaíno de vidrio de mesa Vicrila dejó claro ayer cuáles son sus condiciones para salvar de la desaparición a la compañía, en concurso de acreedores desde octubre de 2016. Los trece representantes de los trabajadores firmaron un comunicado «unánime» en el que sostienen que para que haya un acuerdo con cualquier fondo de inversión, deben respetarse dos exigencias. «No admitiremos despidos y no acordaremos ningún plan mientras no se cese a la actual dirección».

Para los representantes sindicales «es intolerable que se marchen inocentes y se queden los culpables». Así lo manifestaron en alusión a que es la plantilla de 310 trabajadores la que hace posible «que la empresa siga funcionando». Por el contrario, consideran a los responsables de Vicrila «los culpables de la actual situación» que les ha llevado a tener una deuda que supera los 50 millones de euros.

La administración concursal de Vicrila ha recibido cuatro ofertas para hacerse con la propiedad de la empresa, que produce principalmente vasos y copas en su sede de Leioa. Las propuestas, sin embargo, no han sido aceptadas por el comité porque plantean recortar sueldos y el número de empleados. Uno de los interesados era el fondo de inversión norteamericano Cambium, que se retiró de la puja el 16 de enero al argumentar que los sindicatos no están dispuestos a asu-

mir «sacrificios». También mostró interés el inversor catalán Ferrer Pages, el fondo español Sherpa Capital y otro inversor privado.

El comité criticó ayer que Cambium propusiera «90 despidos, un 20% de bajada salarial, 100 horas de aumento de jornada, pérdida total de los beneficios sociales y mantener a la dirección». Asimismo, lamentaron que Ferrer Pages abogue por suprimir 50 empleos, reducir los salarios y dar continuidad a los directivos e incluso «incentivarlos con acciones de la compañía».

Fuentes conocedoras de las negociaciones advirtieron ayer del «riesgo» que se corre si no se alcanza «rápidamente» el consenso. Recordaron que se acercan «meses malos de venta», que los trabajadores siguen cobrando sus sueldos «integrantes» y que, de seguir así, «podría llegarse a la insolvencia a mediados de febrero».

OPORTUNIDAD ÚNICA

SE VENDE
Pabellón industrial
en Sondika

Magnífica ubicación junto a carretera principal
Superficie 900 m² con playa opcional de 600 m²

T. 800 749 353
venta1600@hotmail.com

«Es mejor dar un buen bolígrafo que un producto más llamativo pero de peor resultado»