



bd
bilbao
dendak

Un total de 15 comercios de Bilbao galardonados en la cuarta edición de los Premios al Comercio



El comercio es un elemento vertebrador de la actividad social. FOTO: DEIA

BILBAO. La cuarta edición de los Premios al Comercio, organizados por Bilbao Dendak y La Guía, ha reconocido la labor de 15 comercios de la ciudad, en distintas categorías.

Cerca de 60 negocios presentaron sus candidaturas para estos galardones.

La importancia del comercio en Bilbao es evidente: cerca de 7.000 empresas, que dan empleo a 17.000 personas y representan la cuarta parte de la actividad económica de la ciudad.

El comercio es un motor económico pero también un elemento vertebrador de la actividad social. La primera categoría de los premios Tradición con futuro busca

reconocer a un comercio o saga de comerciantes que hayan sido capaces de conjugar la tradición comercial con el futuro gracias a una buena gestión y a la necesaria adaptación del comercio a las demandas del nuevo consumidor y de un mercado cada vez más competitivo. Este año, el negocio Zubiri, de Bilbao Centro, se ha llevado el premio.

La segunda categoría hace referencia a la Campaña de Marketing más creativa. A la hora de otorgar este premio, se tienen en cuenta criterios de creatividad, variedad de soportes, originalidad en los contenidos y esfuerzo inversor en función del volumen de la empresa.

El Club Marco Polo, del Casco Viejo, ha logrado el galardón.

Por su parte, la categoría Mejor Idea Comercial valora la originalidad de la idea comercial, su adecuación a las necesidades de Bilbao, así como su enfoque innovador en el tipo de producto, en el público objetivo o en los servicios ofrecidos al cliente. La zapatería Trippen, en Bilbao La Vieja, ha sido líder en este área.

En definitiva, los premiados son tanto comerciantes de toda la vida que han sabido mantener sus raíces, como gente joven con ideas nuevas y a personas que dentro de su barrio o de su entorno más próximo se han posicionado de forma idónea.

Sabin Zubiri (Bilbao)

Zubiri

Cómo sienta un premio de estas características después de 100 años de trabajo?

Un premio siempre sienta bien, pero lo importante es la labor que hemos hecho desde el año 1908 cuando abrimos la primera tienda y lo que queda por hacer en el futuro. Detrás de este proyecto está el trabajo de 3 generaciones que hemos intentado mejorar día a día

el servicio que ofrecemos. Además, tan sólo media hora antes de que se me comunicara que me otorgaban el premio murió mi aita. Este premio, al fin y al cabo, es para él.

¿Cuál es el secreto para mantenerse durante tantos años?

El mejor secreto es ofrecer un buen servicio y atender a la clientela como se merece. Nunca hay que olvidar que los tiempos cambian y hay que adaptarse a las nuevas exigencias del mercado.

**Juan del Hoyo (Bilbao)**

Club Marco Polo

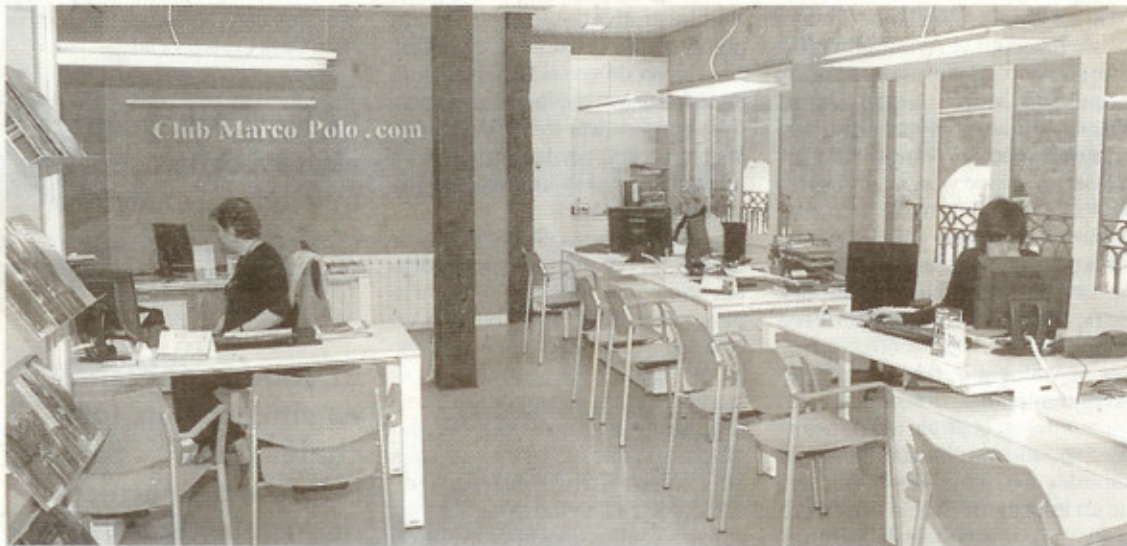
¿Que ha supuesto para Club Marco Polo haber ganador de premio a la campaña más creativa?

Este premio supone el reconocimiento a la labor social que venimos desarrollando durante los últimos 3 años. Además, supone un incentivo para todo el equipo que creemos ciegamente en el proyecto. Pensamos que teniendo presente esta sencilla pregunta "¿Eres solidario?" nos recordará siempre que la solidaridad y la colaboración con otros pueblos es posible. Si ganar el premio sirve para que esta idea mantenga su raíz y puedan surgir nuevos proyectos

empresariales en éste sentido, estaremos muy felices.

¿Consideráis la creatividad parte fundamental del éxito de vuestro negocio?

Si, al cien por cien. La creatividad es un elemento indispensable en nuestro negocio. Normalmente una empresa de estas características no invierte tanto en publicidad ni marketing, pero mi equipo y yo consideramos fundamental trasladar la filosofía de la empresa a través de la creatividad y la originalidad. Pensamos que lo que nosotros proyectamos es muy importante, de ahí que dediquemos una parte importante del presupuesto en marketing y en desarrollo-web.

**Josu Albinarrete (Bilbao)**

Trippen Bilbao

Premio a la Mejor Idea Comercial, ¿cómo es esa idea ganadora?

Lo más importante de todo el proyecto es el producto que vendemos, pero es cierto que alrededor de éste existen muchos factores que engloban toda la idea comercial del negocio. En un viaje al extranjero mi socia y yo conocimos los zapatos Trippen y nos encantó, pero fue la filosofía social y ecológica de la empresa la que nos sedujo. Es un concepto diferente al que no estamos acostumbrados.

¿Qué aporta Trippen Bilbao al**comercio de la Villa?**

Una forma de entender, hacer y vender un producto. Nos dimos cuenta que existía una necesidad que podíamos cubrir: El calzado, elaborado artesanalmente, tiene un diseño muy novedoso y no desechable, además puedes elegir tú mismo el tipo de suelas, los colores... un calzado a la carta. Este tipo de calzado no se encuentra en ninguna otra parte del Estado, somos los primeros en tenerlo. Nos hemos situado en la Calle Hernani, junto al Muelle de la Merced, porque nos gusta esta zona y porque, como nuestro producto, representa futuro.

