

Especialización en Mercadeo

## FICHA TÉCNICA

**TÍTULO** : De Amores y Odios

**ESPECIALIZACIÓN:** ESPECIALIZACION EN MERCADEO

**PROMOCIÓN** : XXX

**PALABRAS CLAVES:** ventas, cliente, Retail, producto, activación comercial, evento, toma de almacén, recompra, cadenas, almacén de cadena, redención, canal moderno, consumo masivo, promoción e imagen

**TEMAS CUBIERTOS:** Ventas - Dinámica Promocional – Fidelización

### RESUMEN DEL CASO:

El presente caso ilustra una de las actividades promocionales mas controversiales, ganadoras, incluyentes, innovadoras y masivas pero a su vez desordenada y sin garantías, que llevo a cabo una empresa de consumo masivo sin precedentes en Colombia y que puso en juego la seguridad de una cadena de almacenes del País, que además implico el cierre de varias tiendas de esta gran cadena por varias horas la cual sirvió como zona de encuentro de su gran estrategia, largas filas de clientes/consumidores por varias horas, insatisfechos y decepcionados y lo mas triste se vio involucrada la perdida de una vida humana.

**NOMBRE REAL DE LA EMPRESA:**

**CONTACTO EMPRESA** :

<b>AUTORES</b>	<b>TELEFONO</b>	<b>E-MAIL</b>
Francisco Javier Mejia Yepes	3218033162	Fmejia28@hotmail.com

## DE AMORES Y ODIOS

¿A cuántos de nosotros nos gusta que las marcas nos premien por nuestra fidelidad? ¿A cuántos nos gusta que las marcas nos sorprendan, o que nos consientan, a cuantos nos gustan adquirir productos con descuento?...la sensación de pagar menos por algo que vale más, es grandiosa.

A comienzo de Febrero de 2011, se dio inicio a la actividad promocional y de recambio más grande y controversial que se haya visto en nuestro país “**GANA OLLAS**” una actividad de Deli Costilla, la marca de caldos de costilla que pertenece a la gran empresa **PANDA**; líder de muchas categorías en las que participa.

Esta actividad tuvo como gran aliado a la cadena de retail más grande de Colombia: **GRUPO TRIUNFO** (este grupo tiene más de 400 tiendas en el país entre sus tres marcas Triunfo, Cadenal y SurtiTodo, las cuales participan con el 50% del mercado de cadenas). Las tiendas **Triunfo** serian el lugar de entrega de las ollas de la actividad de Panda, sin imaginar que más adelante se convertirían en “zona de guerra”.

Para el desarrollo adecuado de estas actividades, el Grupo Triunfo, contaba con los Auxiliares PGC quienes en cada región apoyan las estrategias y campañas de sus proveedores. Para la Región occidente que comprende a Cali y eje cafetero, el encargado en ese momento era Javier. Javier es un joven ingeniero informático, alegre, creativo y de gran carisma. Es soltero, vive solo y le encanta su trabajo.

### **Especialización en Mercadeo**

Para la época en que se desarrollaba la actividad “**GANA OLLAS**”, Javier llevaba 7 años trabajando con el Grupo Triunfo.

Como Auxiliar PGC (Productos Gran Consumo) dentro de sus diversas funciones estaba servir de puente entre el grupo y sus proveedores, con el fin de mantener en excelente estado las relaciones y comunicación. En el caso de PANDA y por ésta oportunidad en particular, debía además, supervisar la actividad.

Gana Olla, una estrategia ganadora y diseñada para aumentar el consumo de caldos de costilla en el país, estaba pensada para la base de la pirámide es decir, estaba muy enfocada en estratos 1, 2, y 3; aunque posiblemente impactaría también a algunos niveles socios económicos más altos.

La mecánica de la actividad era muy sencilla, entendible y de fácil comunicación.

El GANA OLLA de Deli Costilla, consistía en canjear una olla a presión Corona de 6 litros, a las consumidoras que llevaran 50 envolturas + \$12.000. (Anexo 1)

Las ollas serían entregadas en puntos de canje ubicados en supermercados Triunfo del país, y se entregarían de inmediato sin rifas ni sorteos. Los puntos de canje se abrirían desde el 30 de abril, durante 4 fines de semana los días Sábado y Domingo de 8.30am a 4.30pm.

Para lograr el impacto que se quería, y se lograra un aumento en las ventas de la subcategoría de caldos de costilla; se contó con todo un plan de mercadeo 360° apoyada en sus canales de distribución, redes sociales y TV.

Caso de grado realizado por Francisco Mejia para acceder al título de Especialista en MERCADEO.  
Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente.

**Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q.** Santiago de Cali – Colombia. 21 de Marzo 2014

### **Especialización en Mercadeo**

Para este último, se generó un plan publicitario en el que se incluyó como validador de la marca a un personaje muy reconocido en el medio de la televisión, el señor **CARLOS CALERO**, quien lleva más 15 años en ella.

Su paso por Caracol Noticias marcó un rumbo en su carrera profesional; estuvo al frente de la información general y deportiva, pero cada experiencia le fue mostrando lo que en realidad le producía éxtasis: la alegría de la gente. Por eso, con paso firme decidió convertirse en presentador de entretenimiento, y hoy se consolida como uno de los mejores de la televisión colombiana.

Para Panda, el canal tradicional es el canal más importante; por tanto la campaña iba a estar muy enfatizada en el TAT (Tienda a Tienda) y por tal razón el despliegue de comunicación en este canal fue total. (Anexo 2)

En el canal moderno (grandes superficies), se mantuvo una dinámica comercial diferenciadora con material de apoyo, exhibiciones adicionales, tomas de almacén (grupo de personas realizando impulso, degustación y entrega de premios instantáneos por compras) durante el tiempo que duro la actividad.

El 27 de Abril, los Administradores Regionales PGC (Productos Gran Consumo) del grupo Triunfo, fueron notificados de toda la logística de la actividad por parte de la Sra. Yamile Mendoza (Asistente Mercadeo del Canal Supermercados de Panda); es decir, la encargada de todas las actividades de Panda con grandes superficies. Yamile es una joven e inteligente mujer, administradora de empresas y con gran experiencia en el canal moderno.

## **Especialización en Mercadeo**

El e-mail enviado a las personas de las regionales de Triunfo, fue el siguiente:

*Buenos días a todos!!!!*

*De acuerdo con lo hablado con ustedes durante esta semana, adjunto afiche del canje para que lo conozcan, y presentación con la Dinámica y Puntos de Venta del Grupo Triunfo donde desarrollaremos la actividad.*

*Lo anterior, para que tengamos todos la misma información y podamos informar a todo los Puntos de Venta; pues tenemos claro que los consumidores de Deli Costilla asistirán a los Puntos de Venta de todo el País y es súper útil que podamos dar la información más completa posible para evitar malos entendidos.*

*Adicional a lo anterior, adjunto archivo con el listado del personal de Scheck Producciones por cada Punto de Venta; quienes desarrollarán toda la actividad durante las jornadas habilitadas para el canje de ollas, como ya lo hablamos, ellos deberán hacer ingresos en los PDV el día de mañana en todas las ciudades pues nuestro canje empieza este sábado 30 de Abril.*

*A manera de información, les comparto que el contacto a nivel nacional de la empresa Scheck Producciones es Juan Andrés Farías, su teléfono es 311 11 12 y su correo electrónico es: [comercial@sheckproducciones.com](mailto:comercial@sheckproducciones.com), él está coordinando toda la logística de la actividad y el personal que estará en nuestros puntos de Canje.*

*Al Grupo Triunfo, nuevamente muchas gracias por el gran apoyo que nos han dado en esta actividad como alianza comercial. Por favor, cualquier novedad*

### **Especialización en Mercadeo**

*notifíqueme de inmediato a mi o por intermedio de nuestro equipo de ventas en cada ciudad, quienes también están copiados en este mail.*

*Estamos seguros de que nuestro “GANA OLLA”, será todo un Triunfo gracias a nuestro trabajo conjunto!!!!*

*Saludos.*

**YAMILE MENDOZA**

*Asistente Mercadeo al Canal - Supermercados*

**PANDA S.A.**

*Tel. 311 11 11*

El Administrador PGC, jefe de Javier; le muestra el email enviado por Yamile y le pide que se comunique con ella, se ponga al tanto de los detalles, supervise la actividad y lo mantenga informado.

Javier le pide a Yamile, todas las condiciones de entrega de las ollas definida previamente por Panda y grupo Triunfo; pues él debía garantizar que estas condiciones se cumplieran a cabalidad y así garantizar el buen desarrollo de la actividad.

Javier debía estar pendiente del ingreso de personal de Panda a los almacenes, validar números de cédula, verificar eps y arp; para luego pasar en planilla esta información a gestión humana. También debía asegurarse de que los almacenes tuvieran el material POP indicado, estar pendientes de las tomas de almacén, garantizar el inventario de producto en almacén y su abastecimiento, enviar

Caso de grado realizado por Francisco Mejia para acceder al título de Especialista en MERCADEO.

Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente.

**Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q. Santiago de Cali – Colombia. 21 de Marzo 2014**

### **Especialización en Mercadeo**

información a Yamile sobre las ventas de la regional y en general, mantener la comunicación entre ambas partes sobre el desarrollo de la actividad.

Las condiciones de la actividad eran las siguientes:

#### **Cada zona de entrega estará dotada de:**

Carpa: 2 mt x 2 mt (dimensiones según condiciones del PDV)

Meson: 4 mt x 70 cm (dimensiones según condiciones del PDV)

#### **Recursos:**

El punto de canje tendrá 7 personas en la actividad.

#### **OLLAS**

Se repartirán en 35 puntos de canje. Para el primer fin de semana de canje se enviarán ollas de acuerdo a la ponderación de ventas del punto, para los siguientes fines de semana se hará redistribución con respecto al primer canje.

Cómo se reparten: Se llevarán diariamente las ollas necesarias para el canje de la jornada, al cierre del canje de cada día, Panda recogerá las ollas en caso de que sobren.

Espacio que ocupa: 54 ollas hacen una estiba de 1.20 metros x 1 metro.

## Especialización en Mercadeo

### MANEJO DEL DINERO

La gente entregará el valor de la olla a la asesora y la asesora utilizará los corresponsales no bancarios, para consignar el dinero a PANDA.

### HORARIO

Los puntos de canje se deben abrir los sábados y domingos, desde la apertura de cada punto de canje y se deben cerrar en el momento que se acaben las ollas; como máximo deben estar abiertos 8 horas. Se va a tener un número limitado de ollas en cada punto de canje y se entregará una ficha para canjear las ollas, cuando se acaben la asignación diaria, el punto de canje se cerrará. En el caso de sobrar ollas, se deben guardar para el día siguiente al canje y sólo PANDA puede autorizar más ollas por punto de canje.

### FECHAS

El primer día del canje, será el 30 de Abril y durante 4 fines de semana (sólo sábados y domingos), terminando el canje el domingo 22 de mayo.

### CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

Se pautaran 4.000 TRPS de la campaña, repartidos en 3 comerciales:

- 1) Campaña de expectativa, lanzamiento de la mecánica, desde la primera semana de Febrero hasta el 25 de Abril.
- 2) 8 días antes del canje (25 de Abril), se pautará el comercial que informará el inicio del canje y los puntos de venta donde se podrá canjear.
- 3) Finalmente a los 8 días del primer canje, empezarán a salir los testimoniales de las amas de casa que ya reclamaron la olla en el Triunfo. Saldrá fachada de



### **Especialización en Mercadeo**

algunos almacenes Triunfo en las Principales Ciudades (estos permisos ya se tramitaron por oficina central).

Todo estaba jugado por parte de DELI COSTILLA; sin embargo el Grupo Triunfo siempre se ha destacado por su organización y legalidad. Por tal razón, se debió diseñar una política para garantizar las responsabilidades de ambas partes; y para que las tiendas que servirían como zona de entrega estuvieran respaldadas desde el área jurídica de la organización, la política quedo diseñada de la siguiente manera:

#### **Objetivo:**

Realizar el canje de las envolturas de Deli Costilla, más un valor en efectivo para el evento “GANA OLLA DELI COSTILLA” el cual se realizara en algunos almacenes Triunfo a nivel nacional.

#### **Generalidades:**

1. El evento se realizara solo los días Sábados y Domingos
2. Las fechas del evento son: inicia el sábado 30 de abril, Mayo 1, 7, 8 14, 15, 21 y 22.
3. Las ollas se comenzaran a entregar a las 11:30 a.m.
4. El personal para dicha actividad, es en su totalidad del proveedor.
5. El proveedor es responsable de la logística de entrega de ollas, recibo de efectivo, transporte del dinero recaudado, almacenaje de las ollas sobrantes del día (se almacenan dentro de la carpa), de la seguridad de la mercancía, del efectivo y de todos los suministros que se requieran para el evento.
6. El proveedor suministrará las carpas para cada almacén, las cuales deben ser ubicadas conforme merchandising lo hubiera definido; en la gran

### **Especialización en Mercadeo**

mayoría de los casos las carpas se ubicaron en los parqueaderos de los almacenes en coordinación con el respectivo gerente.

7. Las ollas para algunos casos no necesitarán ingresar por los recibos de los almacenes, ya que van directamente al parqueadero del almacén. Para los que ingresan por el recibo, se debe marcar cada olla con el sticker de muestra, degustación, ingresado o algún distintivo para que no se mezcle con la mercancía del almacén.

### **Mecánica:**

1. El evento es solo para mayores de edad.
2. Para el canje el cliente debe presentar 50 envolturas de cualquier presentación de Deli Costilla mas \$ 12.000
3. Solamente se entrega una olla por persona.
4. Solo se entregaran ollas los fines de semana.
5. Uno de los funcionarios del proveedor, se encargará de entregar los turnos en el orden de llegada de los clientes.
6. La promotora del proveedor entregará la olla, una vez reciba del cliente las envolturas y el dinero; verificando delante del cliente las partes de la olla.

Con este último procedimiento estábamos listos para garantizar una entrega de OLLAS segura, confiable y ordenada. (Anexo 3)

Durante la etapa de expectativa, que duró más de un mes y medio; Javier empezó a escuchar sobre el tema por parte de familiares, conocidos y amigos. Los comentarios crecían para el momento de la entrega...en los pasillos, en la calle era fácil escuchar “oíste estas coleccionando los empaques de Deli Costilla, no se te vaya a olvidar pa que reclamemos la olla a presión”, “será que si garantizaran

Caso de grado realizado por Francisco Mejia para acceder al título de Especialista en MERCADEO.  
Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente.

**Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q.** Santiago de Cali – Colombia. 21 de Marzo 2014

### **Especialización en Mercadeo**

la entrega de las ollas, a todo el mundo que conozco espera reclamar olla”, “que ganara Triunfo para que lo hubieran colocado como sede de la entrega de ollas”...

En cada revisión de negocio, Javier y Yamile, monitoreaban las ventas y se motivaban por el evidente crecimiento de las ventas de DELI COSTILLA; y por como venia apalancando la categoría de caldos. Solo unos días antes, se decidió revisar el tema logístico (lugares de entrega, horarios, personal de apoyo y todo lo concerniente al momento de entrega de la olla) es más, durante las revisiones de negocio nunca llegaron a hablar o a imaginar el impacto que esta actividad tendría en la comunidad y las consecuencias en las tiendas.

Se acercaba el momento crucial, la entrega de las ollas; solo unos días nos alejaban de tal momento...consumidores ansiosos por recibir lo que la marca les había prometido, lo que los medios les habían prometido.

Sorpresivamente, el 29 de abril siendo las 11:25 p.m. y faltando 9 horas para la apertura del almacén Triunfo San Fernando; ya había 30 personas haciendo fila para reclamar su olla. Desde ese momento, la tranquilidad que suele otorgar la noche se esfumo para algunos Policías y personal de seguridad de la tienda sin tenerlo programado su jornada laboral comenzaría.

Con carpas, almohadas improvisadas, sábanas y sacos para cubrirse del frió, que cada minuto se hacía dueño de la noche, los fieles compradores se tomaban cortas siestas para lograr estar bien al siguiente día, y poder estar temprano en sus casas disfrutando de su gran premio “La olla” y porque no, estrenándola con un delicioso sancocho o unos frijoles con todos los juguetes...

Caso de grado realizado por Francisco Mejia para acceder al título de Especialista en MERCADEO.  
Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente.

**Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q.** Santiago de Cali – Colombia. 21 de Marzo 2014

### **Especialización en Mercadeo**

Eran las 7:30 a.m. del sábado 30 de abril, y ya había en promedio unas 700 personas en la fila para recibir el premio que una de sus marcas de caldo les había prometido. Según la programación, las ollas se empezarían a entregar a las 11:30 de la mañana pero cada minuto que pasaba, la escena en almacén Triunfo San Fernando se hacía cada vez más tenebrosa; la gente iba apareciendo de forma masiva, familias enteras, mujeres, hombres, niños y jóvenes.

En las filas, te encontrabas historias de todo tipo, desde el revendedor que venía por sus 50 ollas, hasta la persona que tuvo que viajar desde un corregimiento cercanos a reclamar su premio...personas sin desayunar, sin comer, solo estaban con lo del día anterior; pero con los ojos brillosos, contentos porque muy pronto tendrían su olla a presión, “y es corona” decían.

Se acercaba la hora de la entrega en el almacén Triunfo San Fernando y la tensión en la fila iba creciendo; el sol, el hambre, la sed, el cansancio empiezan a apoderar de la gente; el personal de Scheck Producciones (empresa encargada de la logística del evento) se encuentran en shock, los nervios se empiezan a apoderar de ellos. Eran solo 4 personas de logística para entregar 200 ollas a miles de personas...

Lo que más estrés les generaba, era la cantidad de ollas que tenían para esa primera entrega...no tenían idea de cómo saldrían a comunicar que solo entregarían 200 ollas, sin que se formara desorden ni algarabía. Las fichas que se entregarían ya estaban listas pero ellos no.

### **Especialización en Mercadeo**

Cuando una de las personas de logística me buscó y me comentó el pequeño inconveniente, a través de mi jefe gestioné la autorización para que 12 personas del almacén colaboraran y apoyaran al personal de logística. Triunfo era responsable solidario de la actividad. Dentro de esas 12 personas se incluyó personal de seguridad previendo que pudiera presentarse alguna situación de orden público.

Llega la hora decisiva 11:11 a.m, Pepe (Coordinador logístico de Sheck) y responsable de toda la operación de entrega de las ollas, se pone al frente de la situación. Con megáfono en mano, Pepe comienza a agradecer a todas las personas por su buen comportamiento y en nombre de PANDA reconoce la gran acogida de la actividad.

Adicionalmente hace extensivas las felicitaciones a todo el personal del grupo Triunfo, y a los clientes por creer en la actividad y por creer en Deli Costilla. Finalizados los agradecimientos da comienzo a la entrega de ollas, no sin antes recordar cuales serian las reglas de juego; reglas que nunca estuvieron claras para la gente, lo que provocaría la primera inconformidad.

*“Muy buena tarde para todos, les confirmamos que el día de hoy serán entregadas solo 200 ollas, a las cuales tendrán derecho las primera 200 personas”.* Dichas éstas palabras comenzaron los abucheos, silbidos y los comentarios de la gente... ¿Cómo era posible que muchos de ellos que llevaban horas haciendo fila, gente que había llegado a pie desde muy lejos a reclamar su olla y no les dieran nada?, ¡No era justo que se devolvieran sin su premio!

### **Especialización en Mercadeo**

Mientras avanzaba la fila, salían personas con su sonrisa de par a par...por fin la olla que tanto habían soñado era suya. En cada entrega la emoción, las lagrimas, los abrazos y los besos eran las acciones más comunes de aquellas personas que lograban “coronar su olla corona”. Cada una de las primeras 200 personas tenía una historia que contar, muchas de estas historias tocaron las fibras más profundas del personal logístico y acompañantes del grupo Triunfo; historias que generaron lagrimas de emoción...

Pero otra era la historia de aquellos que evidentemente no iban a alcanzar a tener su olla...No había finalizado la entrega de las 200 ollas; cuando las ofensas, los silbidos se apoderaban del parqueadero de Triunfo San Fernando (sitio asignados para la entrega), el lugar estaba a punto de colapsar. Alrededor de 3000 personas esperando por su soñada olla, muchos de ellos esperaban reclamar las ollas para hacer negocio, otros solo eran acompañantes de sus familiares y amigos... ahora bien, sabiendo que solo se garantizaría la entrega de 200 unidades, el personal de

Panda tuvo que pensar en ese momento rápidamente en un plan B...El plan B consistió en entregar 200 ollas más.

El desarrollo de la actividad tenía nervioso a Javier, pues el ambiente ya estaba muy tenso y era casi inminente un problema mayor... *¡Que mal!* pensaba Javier... *“Y saber que finalmente lo que quería el Grupo prestando los almacenes para la entrega de las ollas, era tener un mayor tráfico y obtener publicidad a través de Panda...la cosa no está saliendo como habíamos pensado”*.

Mientras tanto, Pepe de nuevo se acerca a la multitud...

### **Especialización en Mercadeo**

*“Les comunico a todos los presentes, que se entregarán 200 ollas mas y el resto de personas quedarán pendientes para el próximo fin de semana. Por favor hacer la fila para que reclamen su ficha, tanto los 200 adicionales como las personas pendientes de reclamar el próximo fin de semana”...*

Vaya sorpresa la que se llevaron todos, Pepe no había terminado de hablar, cuando un pequeño motín empezó a florecer. De inmediato, el jefe de Javier y el administrador del almacén deciden cerrar las puertas de acceso a almacén, llamaron a URI (Unidad de Reacción Inmediata) para evitar una posible alteración del orden público en el almacén o el parqueadero.

Lo que era un pequeño posible motín, 5 minutos después ya con el personal policiaco, se convirtió en una batalla campal. Muchos de los clientes lograron ingresar al almacén para protegerse, pero muchos también ingresaron a saquearlo.

Se dio la instrucción por parte de la administración del almacén, de no permitir el ingreso de nadie más. El pelotón de la URI se encargo de disipar el motín generado, lo que tuvo como resultados más de 100 heridos y muchas de las personas tuvieron que irse sin su premio y sin su ficha para la segunda oportunidad. La situación en otras ciudades del País fue similar, se especuló que hubo un muerto (sin confirmar).

A las 4 p.m. de ese sábado, las vicepresidencias de Gestión Humana y Operaciones del grupo Triunfo, se pronuncian oficialmente sobre lo acontecido con el siguiente comunicado:

Caso de grado realizado por Francisco Mejia para acceder al título de Especialista en MERCADEO.  
Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente.

**Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q. Santiago de Cali – Colombia. 21 de Marzo 2014**

## **Especialización en Mercadeo**

*Buen día para todos:*

*En la mañana de hoy, se presentó una situación compleja en algunos de nuestros almacenes al momento de realizar la entrega de unos premios (ollas a presión); conforme a una actividad promocional del producto Deli Costilla de PANDA, uno de nuestros proveedores. La actividad se realizó en 22 Almacenes Triunfo del país.*

*Deli Costilla programó la entrega de estas ollas a cambio de empaques del producto y un monto de dinero. Fue tal la cantidad de clientes de Deli Costilla que se presentó en los almacenes, que desbordó la capacidad de atención que el proveedor tenía preparada en nuestros puntos de venta.*

*Para que todos estemos bien informados al respecto, queremos enfatizar que Triunfo es sólo el lugar de entrega de estos premios. Durante toda la mañana de hoy, hemos unido esfuerzos junto con PANDA y con las autoridades de cada ciudad para darle un adecuado manejo a esta situación, y en este momento está controlada.*

*Agradecemos a los equipos de los almacenes por el adecuado, oportuno y responsable manejo de esta situación.*

*Les compartimos el archivo con el aviso de Deli Costilla y el comunicado oficial enviado por el proveedor:*

*Atentamente,*

**JUAN OCTAVIO PARDO**

*Presidente Operativo del Retail*

**LUIS ENRIQUE BEDOYA**

*Vicepresidente de Recursos Humanos*

Caso de grado realizado por Francisco Mejia para acceder al título de Especialista en MERCADEO.  
Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente.

**Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q.** Santiago de Cali – Colombia. 21 de Marzo 2014



### **Especialización en Mercadeo**

Ese mismo día, las directivas de Panda deciden cancelar el comercial de televisión y lógicamente cancelar las entregas oficiales de las ollas en las tiendas Triunfo. No podían seguir incentivando la compra de Deli Costilla sin tener más ollas para entregar.

Panda saca al aire en diferentes emisoras pequeñas cuñas y en los almacenes Triunfo comunicados (por escrito) donde explicaban lo acontecido con la actividad y a través de los cuales aclaraban dónde y cuándo se entregarían las ollas a las personas que no habían podido reclamarlas. En el caso de Cali, la actividad se llevó a cabo en el coliseo del Pueblo; donde más de 3000 personas reclamaron su olla.

Los daños ocasionados en los almacenes Triunfo del país, al igual que las perdidas por saqueos, fueron cubiertos por la aseguradora. Afortunadamente siempre se firman pólizas de cumplimiento... Es importante destacar, que La Presidencia de Panda envió disculpas oficiales al grupo Triunfo por lo sucedido.

Después de todos los comunicados a las regionales, el tema quedo ahí. En adelante la situación se manejó a nivel ejecutivo entre Panda y el Grupo Triunfo.

En conclusión, se vetó en los almacenes Triunfo cualquier actividad masiva con los distribuidores debido a su complejidad. Sin embargo, para el Grupo Triunfo a pesar de los destrozos en algunos de sus almacenes; la actividad fue todo un éxito. No solo hubo un incremento sustancial en la venta de caldo Deli Costilla, sino que superaron de lejos los presupuestos establecidos para dicha actividad.

### **Especialización en Mercadeo**

A Panda le quedó, además de las millonarias ventas; un gran aprendizaje con respecto a la planeación y coordinación de este tipo de eventos, pues la imagen y la confianza de Deli Costilla y de Panda frente al consumidor, estuvieron a punto de quedar por el suelo.

**ANEXOS**

**Anexo 1**

Volante y Pendón



Caso de grado realizado por Francisco Mejia para acceder al título de Especialista en MERCADEO.  
Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente.

**Tutor:** Lic. Sory Carola Torres Q. Santiago de Cali – Colombia. 21 de Marzo 2014

## **Anexo 2**

### Comunicación en canal TAT



**60.000 tiendas a nivel nacional con afiches de la promoción**

Caso de grado realizado por Francisco Mejia para acceder al título de Especialista en MERCADEO.  
Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente.

**Tutor:** Lic. Sory Carola Torres Q. Santiago de Cali – Colombia. 21 de Marzo 2014

### Anexo 3

Volante con instrucciones de reclamación de la olla



**GANA OLLA**  
DE Ricostilla  
Caldo con Costilla

**LLEGÓ LA HORA DE RECLAMAR TU OLLA!**

**sin rifas**

**Fecha y Hora de Canje:**

- 30 de Abril
- 7, 14 y 21 de Mayo

El inicio de la entrega de las Ollas es a las 11:30 a.m., hasta agotar inventarios.

**Quién la puede reclamar:**

- Sólo una persona mayor de edad. Tiene que presentar la cédula de ciudadanía.
- Solamente se entregará una Olla por persona.

**Qué debes hacer para reclamar tu Olla**

- Lleva tus 50 envolturas de Ricostilla en buen estado más \$12.000.
- No existen intermediarios... No te dejes engañar.
- Se entregará la Olla según estricto orden de llegada.
- Los puntos de canje serán anunciados en la TV Nacional.

**Recuerda:**  
Sólo se entregarán Ollas los fines de semana

**SON CANTIDADES LIMITADAS, corre antes de que se agoten!**

\*Aplican condiciones y restricciones. Mayor información: ☎01-8000-9-10009

Caso de grado realizado por Francisco Mejia para acceder al título de Especialista en MERCADEO. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente.

**Tutor:** Lic. Sory Carola Torres Q. Santiago de Cali – Colombia. 21 de Marzo 2014

## Comunicado de Quala

### Aviso de prensa



**Ricostilla**  
**Caldo con Costilla**

**Informa a sus clientes:**

Nuestra actividad **Gana Olla de Ricostilla** ha tenido una acogida que sobrepasó todos los estimativos. Lamentamos las incomodidades causadas en la entrega de estos premios, y les informamos los pasos a seguir para poder cumplirle a los consumidores que han recolectado las envolturas para reclamar su olla:

- Dado que entregamos las ollas a miles de clientes y a muchas otras personas les suministramos las fichas de cambio para reclamarlas posteriormente, **esta actividad queda suspendida hoy domingo 1 de mayo.**
- Las personas que el día de ayer recibieron una ficha de cambio con sello de seguridad en los Almacenes Éxito definidos como puntos de canje podrán reclamar su olla en el lugar y fecha que les fue informado, presentando la ficha de cambio, los empaques y el dinero correspondiente.
- El próximo 21 de mayo reanudaremos la entrega de ollas o certificados de redención a las personas que el día de ayer no reclamaron su olla o ficha de cambio. Esto se hará en los puntos de canje que serán oportunamente informados por televisión.
- A partir del próximo lunes, la Línea 01 8000 9 10009 de Quala atenderá las inquietudes al respecto.



Caso de grado realizado por Francisco Mejia para acceder al título de Especialista en MERCADEO.  
Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente.

**Tutor:** Lic. Sory Carola Torres Q. Santiago de Cali – Colombia. 21 de Marzo 2014