

El material contenido en este documento, tiene intenciones netamente académicas.

Algunos de los datos pueden haber sido modificados con fines didácticos.

La información de empresas que se recoge en este documento, corresponde en la mayoría de los casos a fuentes públicas, tales como prensa escrita, informes, sitios de internet y fuentes primarias.

Se reconoce plenamente que algunos párrafos e imágenes pueden ser de autoría de terceras personas.



TOTTO

“TOTTO está en el mercado boliviano desde 2003 a través de la empresa Sinfronteras SRL. La marca y la empresa están enfocadas en satisfacer las necesidades de nuestros clientes de forma original, cómoda y versátil, garantizando estándares de excelente calidad. Con presencia a nivel nacional con 18 puntos de venta en La Paz, El Alto, Cochabamba, Tarija, Santa Cruz, Potosí y Sucre, una amplia red de distribuidores y cadenas TOTTO se consolida siendo la marca líder en maletines, ropa y accesorios”. (Totto Bolivia, 2017)

La página web de la empresa, explica que en 1987, Yonatan Bursztyn, actual presidente de la empresa, decidió comprar una fábrica de cueros que estaba en bancarrota, y usando Iona creó una línea de morrales y bolsos. Esta marca está presente en más de 65 países y tiene más de 600 tiendas al rededor del mundo. (Totto US, 2017)

Sobre el trabajo que hacen, la empresa indica lo siguiente:

“Nos identificamos y esforzamos por transmitir a través de todo lo que hacemos los valores de amistad, confianza y amabilidad en las comunidades donde estamos. Queremos dejar un impacto positivo en las vidas de las personas en más de una forma, por lo que nos esforzamos por crear una cultura de compromiso con nuestro medio ambiente, empleados, socios y clientes. Nos apasiona ayudar a otros a lograr el éxito, por lo que trabajamos en conjunto con programas educativos y fondos de becas al rededor del mundo para ayudar a los niños acceder a la educación que se merecen. Prestamos con el corazón, ayuda a las personas necesitadas, a través de programas de desarrollo comunitario y recuperación, porque sabemos que una comunidad fuerte hace un mundo fuerte.”

La cartera de productos de Totto, incluye mochilas, maletines, accesorios, ropa y maletas de viaje. Todos estos productos se ofrecen en versiones infantiles y también juveniles, los productos combinan moda con funcionalidad y los diseños además de ser divertidos, son innovadores respecto a sus características de seguridad y compatibilidad con dispositivos tecnológicos.

En la ciudad de Santa Cruz, Totto tiene seis tiendas ubicadas en:

- **Centro Comercial Casco**
- **Fidalga BAnzer**
- **Ventura Mall**
- **Centro Comercial Las Brisas**



- Fidalga Palma
- Montero

Además tiene aproximadamente trece distribuidores autorizados entre los cuales figuran grandes tiendas como Acricolor, Multicenter y Farmacorp.

Por otro lado, desde hace un tiempo es posible hacer compras *online*. Sobre este último punto es importante destacar que algunas de las entregas de los productos en algunos de los hogares han sido hechas por personajes conocidos del medio como Oriana Arredondo; estas entregas han sido filmadas y viralizadas a través de Facebook.

Otra interesante innovación que ha hecho la empresa tiene que ver con la personalización de las mochilas a través de “Totto Labs”, de esta manera, los clientes pueden bordar sus nombres u otros detalles sencillos en sus productos obteniendo así un producto adaptado a su personalidad en menos de 20 minutos.

Tomando en cuenta que el *core business* (actividad principal) de Totto es la fabricación de bolsos, no se puede identificar una competencia directa, sin embargo otros negocios que se dedican al mismo rubro y compiten en el mismo segmento son Nike, Puma, Zennit e incluso Mitsuba.

Oriana Arredondo Oficial y Ezequiel Bazan Llegaron hasta la dirección de nuestras primeras clientes virtuales con su producto #TOTTO.



Figura 1, obtenida de la página de Facebook de Totto Bolivia

Cuestiones del caso:

1. Identifique las diferentes formas de comunicación que establece esta empresa, tanto las que se mencionan en el caso como otras que usted conozca.
2. Haga un comentario sobre la variable “evidencia física” de la empresa.
- 3.Cuál es la importancia de la variable “fuerza de ventas” para una empresa de este tipo.
4. ¿Cómo podría Totto usar estrategias de **inbound* marketing?
5. ¿Cómo puede esta empresa aplicar la variable “postventa”?
6. ¿Qué acciones de *buzz marketing* recomendaría usted a la empresa?



7. Tutto tiene un programa importante de promociones de venta, una de ellas fue: “Gana tu vacación soñada”, analice la pieza publicitaria para dicha promoción (adjunta al caso) y haga un análisis de los siguientes puntos:
- ¿Cuál es el objetivo comercial de la promoción?
 - ¿Cuál es el objetivo comunicacional?
 - La pieza gráfica, ¿cumple con los niveles de eficiencia deseables para una publicidad?

**El inbound marketing es una metodología que combina técnicas de marketing y publicidad no intrusivas con la finalidad de contactar con un usuario al principio de su proceso de compra y acompañarle hasta la transacción final.*

