

## DIPO

## Solidez en constante renovación

Comercializadora de productos de consumo masivo de marcas nacionales e internacionales

En los años 40, Fernando Oller Zamora abrió en el garaje de su casa, en Heredia, una pequeña pulpería. Una década después, mientras la pulpería crecía de manera exitosa, la familia Oller se diversificó estableciendo una panadería, una fábrica de fideos y un depósito para la importación de harina, manteca y papel para pan.

Ya en 1960, los hermanos Fernando y Enrique Oller Zamora, se inician en la comercialización de esos insumos en San José, y marcan el inicio de la empresa Pedro Oller S.A.

Un año después, la familia Uribe Pagés abrió el primer supermercado Más X Menos en Cuesta de Moras y se constituyó en el primer supermercado cliente de DIPO. Desde entonces, Pedro Oller S.A. empezó a distribuir cereales de Kellogg's que, hasta ese momento, se consumían solamente por receta médica. y que a través de años de trabajo, se ha posicionado hoy como la marca líder de cereales en Costa Rica.

Al igual que con Kellogg's, DIPO se preocupa por cultivar largas y duraderas alianzas de negocio con todos sus proveedores, basadas en principios de trabajo, ética y honestidad y reforzadas en el prestigio, estabilidad financiera, cobertura nacional, poder de negociación, uso de tecnología de avanzada y especial dinamismo en el mercado.

Hoy en día, además de comercialización, DIPO ofrece a sus proveedores servicios de ejecución en punto de venta, "merchandising", lanzamiento, eventos promocionales, facturación y operación logística. Esto le ha permitido seguir incorporando en su cartera marcas de alto prestigio como Red Bull, Novartis OTC y Glaxo SmithKline, las tres más recientes.



Ing. Roberto Linares, director de Logística; Ing. Sergio Gutiérrez, gerente de Compras; Ing. Fernando Leñero, presidente ejecutivo; David Herrera, gerente de Ventas; Ing. Mauricio Ulloa, gerente de Logística; Ileana Chavarría, auditora interna; Adrián Monge, gerente de Recursos Humanos; Alejandra Cárdenas, gerente de Mercadeo, y Miguel Veja, contralor.

#### La innovación como impulsor de éxito

Desde un inicio, la compañía se ha enfocado en el desarrollo de marcas para alcanzar, conjuntamente con sus proveedores, el liderazgo del mercado. Con Frijoles Don Pedro, por ejemplo, se planteó una revolucionaria estrategia de comercialización del frijol en grano empacado, lo cual marcó un antes y un después, en la industria de los granos básicos, y Don Pedro es ahora la líder absoluta del mercado de frijoles seleccionados y empacados.

Este estilo creativo ha sido reconocido a través del tiempo por proveedores y clientes. Destacan en los años más recientes los reconocimientos de Corporación de Supermercados Unidos, tres años consecutivos, como socio comercial con "Excelencia sin Barreras"; el premio otorgado por Procter & Gamble LAGE al Mejor Distribuidor de América Latina para la marca Pringles en el 2007 y el Galardón anual de la Cámara de Comerciante Detallistas, distinción que ha recibido durante los últimos tres años seguidos.

Pero, más allá de los premios, este dinamismo se refleja en el significativo aumento de las ventas de las marcas que distribuye DIPO: Pringles (Costa Rica es hoy el mercado de mayor consumo per cápita de Pringles en el mundo), Ferrero Rocher (quintuplica ventas en 3 años), 3M (Costa Rica es el segundo país con mayor venta de Scotch Brite en el mundo) y Glaxo SmithKline (Costa Rica obtiene el mayor crecimiento en ventas en el 2007 en Centroamérica), entre otros muchos casos de éxito. El apoyo a las marcas trasciende a la distribución y, junto con los proveedores, se desarrollan planes de inversión y de promoción concordantes con las estrategias de cada marca y además, aprovechan las sinergias entre ellas, para promociones a mayor escala.



#### Alta penetración de mercado

DIPO distribuye sus productos semanalmente en más de 10.000 comercios. Esto implica que triplicó su penetración en los últimos 5 años. Cuenta con una flota de 66 unidades que recorren 2.5 millones de kilómetros al año, para servir a los clientes de los diferentes canales en cualquier rincón de Costa Rica.

De manera adicional, se ha fortalecido la atención de las zonas más alejadas gracias a la apertura de sucursales en Puntarenas, Liberia, San Carlos, San Isidro de Pérez Zeledón y Guápiles, con las que garantiza una cobertura amplia y con entrega oportuna, a todo el mercado de detallistas del país.

#### Calificado equipo humano

El equipo humano de DIPO lo integran 575 colaboradores que sirven tanto en mercados de San José y áreas aledañas como en las cinco sucursales; esta estructura es otro de los pilares que fundamentan el desarrollo de la compañía y que distinguen a DIPO.

"El respeto, la capacitación continua y la valoración del trabajo diario son algunos de los elementos que caracterizan la exitosa relación de DIPO con sus colaboradores" opinó Adrián Monge, director de Recursos Humanos.

A su vez, en los últimos meses DIPO fortaleció su organización gerencial incorporando al Ing. Fernando J. Leñero, como presidente ejecutivo; al Ing. Roberto Linares, en la dirección de Logística; Alejandra Cárdenas como gerente de Mercadeo y al Ing. Sergio Gutiérrez, en la gerencia de Compras, con el fin de potenciar el liderazgo y la efectividad de la organización.

"En DIPO estamos creciendo de forma acelerada; cultivamos una filosofía de renovación permanente, tanto en la infraestructura tecnológica como en los conocimientos y desarrollo de habilidades de su gente, así como en el estilo de liderazgo que guía los destinos de la empresa por un camino de excelencia", expresó Fernando J. Leñero.