

Fiesta le pone corazón a la nueva realidad

#LePonemosCorazón pretende agradecer y motivar a trabajadores, clientes y consumidores, mientras la compañía mantienen su producción y distribución durante el estado de alarma para responder al incremento del consumo de golosinas durante el confinamiento en el canal retail

La pandemia provocada por el COVID-19 está poniendo a prueba el sistema alimentario español. Por ello, la marca de dulces y confitería, Fiesta, ha lanzado la campaña #LePonemosCorazón para agradecer y reconocer, por un lado, la gran implicación de la compañía manteniendo su actividad, lo que ha permitido la distribución de sus productos durante el confinamiento, y por otro, lanzar a sus clientes y consumidores un mensaje de apoyo y motivación. A través de un vídeo corporativo, #LePonemosCorazón también se dirige a la sociedad en general para transmitir un mensaje de ánimo y de ilusión para acompañar esta nueva situación de la manera más dulce posible, agradeciendo toda la confianza puesta en la compañía.

La producción de Fiesta Colombina se mantiene activa durante el estado de alarma, adoptando las medidas de seguridad recomendadas por las autoridades competentes y siguiendo estrictamente el manual de buenas prácticas en la prevención frente al coronavirus.

La adopción responsable de este protocolo ha permitido garantizar la continuidad del servicio, manteniendo la distribución a través de la red de ventas y colaboradores, lo que ha transmitido seguridad, confianza y tranquilidad a sus clientes, valores esenciales en este tipo de emergencias.

“#LePonemosCorazón nace de la necesidad de poner en valor todo el esfuerzo de la compañía en conseguir el objetivo de hacer llegar los productos FIESTA al consumidor en unas condiciones óptimas de calidad, cumpliendo en todo momento con los protocolos de seguridad establecidos. Además, también nos gustaría agradecer a proveedores, colaboradores y consumidores la fidelidad y confianza puesta en la compañía a pesar de la situación”, comenta Agustín Fernández, director de Fiesta Colombina. “A través de esta campaña, pretendemos lanzar un mensaje positivo de futuro, de impulso hacia delante, siempre de la manera más dulce posible y poniéndole corazón”.

Fiesta Colombina ha querido poner su granito de arena en la lucha contra esta pandemia y ha sacado su lado más solidario, llevando a cabo diversas acciones destinadas a dulcificar el largo confinamiento. En los momentos más críticos de esta situación, se volcaron con el personal sanitario e hicieron llegar más de 20.000 piruletas FIESTA a centros hospitalarios de toda España para tener un pequeño gesto que aliviara su día a día. Además, con la acción #FIESTAenCasa, apoyando el necesario #YoMeQuedoEnCasa, se publicaron divertidos retos en redes sociales para compartir momentos en familia, premiando con packs de productos de la marca.

“La solidaridad debe seguir siendo el hilo conductor, ahora y después de la epidemia, por ello la compañía continuará con estas acciones, apoyando especialmente a la población infantil mediante donaciones a diferentes ONGs y ayudas a becas comedor”, declara Agustín Fernández.

Hacia una nueva realidad

El COVID-19 ha provocado cambios en las tendencias de consumo de los ciudadanos que obligan a las marcas a adaptarse a esta nueva situación mediante el desarrollo de nuevas estrategias y modificaciones en el planteamiento de ventas, producción y distribución. Fiesta Colombina asume el reto futuro de mantener la confianza con sus clientes mejorando su porfolio de productos, anticipándose y respondiendo a las necesidades del mercado.

Desde el punto de vista operativo, la venta online ha experimentado un crecimiento notable durante este confinamiento, ya que el consumidor ha seguido fiel a sus marcas de confianza, recurriendo a esta rápida opción ante la falta de acceso a una tienda física. Fiesta Colombina lleva apostando por este canal de ventas desde hace dos años, lo que ha permitido responder con solidez a este incremento de demanda.

Este aumento de las ventas online está alineado al incremento del consumo de golosinas y snacks durante el confinamiento, ya que, según datos de la compañía, tras el aprovisionamiento inicial de productos básicos, la categoría de dulces experimentó un crecimiento, sobre todo en el canal retail, donde FIESTA está presente con productos como Kojak, Piruletas y Lolipop.

Vídeo de la Campaña #LePonemosCorazón: https://youtu.be/Aco9FT_kW04

Acerca de Fiesta Colombina

Fiesta es una compañía referente en la fabricación y venta de dulces y confitería cuyo origen se remonta a los años 40, cuando comienza a fabricar los primeros caramelos con palo en Puerto Rico. En 1965 la empresa llega a España de la mano de su creador, José Ángel Mayoral y se establece en la localidad madrileña de Alcalá de Henares.

Entre sus productos más emblemáticos figuran el auténtico Kojak, el primer caramelo con palo relleno de chicle, su piruleta original con forma de corazón, los divertidos Fresquitos, el caramelo masticable con palo Lolipop y su amplia gama de regalices y caramelos de goma.

La marca lanza novedosos productos cada año: originales conceptos, formas, sabores y nuevas categorías como las galletas y los bollos con chocolate.

Desde su creación, la empresa no ha dejado de crecer en tecnología, calidad y transformación digital. En la actualidad, Fiesta Colombina, integrada en el grupo multinacional Colombina, tiene presencia en más de 30 países.

Datos de contacto:

Laura Hermida
917818090

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing Madrid](#) [Solidaridad y cooperación](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Ocio para niños](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>