

Grupo Éxito: Diferenciación e innovación en los formatos de sus almacenes

- *La innovación le ha permitido desarrollar nuevos formatos a Grupo Éxito como Éxito Wow, Carulla FreshMarket y Super Inter Vecino, a través de su estrategia centrada en el cliente.*
- *Los formatos innovadores continúan siendo importantes palancas de diferenciación y competitividad, durante el primer trimestre del año, Éxito Wow representó el 29,5% de las ventas totales de la marca; Carulla FreshMarket el 46,3%; Super Inter Vecino el 47% y Surtimayorista participó con el 4,7% de las ventas totales de la operación en Colombia.*

Para Grupo Éxito, la innovación en formatos continua consolidándose como una estrategia diferenciadora que permite brindar experiencias superiores a los clientes, formatos como Éxito Wow, Carulla FreshMarket, Super Inter Vecino y Surtimayorista, han tenido un destacado retorno a la inversión, que ha fortalecido la rentabilidad de la compañía. Grupo Éxito innova a través de la experimentación constante, lo que permite aprender, evaluar, corregir y al final, entregar al cliente una solución que le agregue valor a su experiencia.



“La innovación es uno de los pilares de nuestro negocio, construimos el hipermercado del futuro desde nuestro formato diferencial Éxito Wow que hoy cuenta con 29,5% de participación sobre las ventas totales de la marca, asimismo, Carulla FreshMarket brinda a nuestros clientes transformación tecnológica y consumo consciente consolidándose como el primer retail de alimentos carbono neutro y participando con el 46,3% sobre las ventas de la marca”, afirmó Carlos Mario Giraldo Moreno, presidente de Grupo Éxito.

La innovación en los formatos de nuestros negocios nos ha permitido desarrollar nuevas opciones que se ajustan a la tendencia del mercado con precios competitivos algunos conceptos son: Cocina de Mercado, que ofrece comidas preparadas; FoodMarket, un espacio para los que buscan alimentos nutritivos;

GreenMarket, un concepto que ofrece un portafolio balanceado para los que se cuidan y cuidan el planeta; sección renovada de licores; panadería; Delicatessen, entre otros.

Otros formatos innovadores a destacar, Super Inter Vecino, con el que se ofrece carnicería, frutas y verduras de calidad a precios asequibles y que hoy participan con el 47% de las ventas totales de la marca y Surtimayorista, formato *Cash & Carry*, que atiende las necesidades de clientes profesionales y consumidores finales, a través de la venta mayorista.

“La innovación nos habilita para responder oportunamente a los desafíos del mercado, en las renovaciones de nuestros almacenes hemos invertido en el desarrollo de nuevos conceptos y en mecanismos que permitan generar experiencias sin fricciones”, concluyó Carlos Mario Giraldo

Grupo Éxito continuará con su plan de expansión de formatos innovadores, que incluyen las marcas Éxito Wow, Carulla FreshMarket, Super Inter Vecino, Surtimayorista y Surtimax. Para este año, se renovarán entre 50 y 60 tiendas en Colombia y seis hipermercados que operaba La 14, además, se fortalecerá la omnicanalidad que permite seguir conectando el retail físico con el virtual en los almacenes.