



REDES COMERCIALES SECAS

Colombia



Álvaro Arango Restrepo

[En Nutresa desde 2001 / edad: 56 años]

Presidente

ASPECTOS RELEVANTES 2016

- Fortalecimos el modelo de organización centrada en el cliente, consumidor y comprador para incrementar la satisfacción y lealtad de nuestros clientes, con la entrega de propuestas de valor competitivas y desarrolladas por segmento para responder a sus necesidades y expectativas.
- Avanzamos en el conocimiento del cliente, la gestión del punto de venta y la alineación en procesos y cultura, hasta alcanzar niveles de excelencia en satisfacción y lealtad.
- Desarrollamos capacidades en los clientes con entrenamientos y asesorías integrales para su negocio que soportan su sostenibilidad.
- Definimos estrategias innovadoras y diferenciadas en conjunto con clientes y compradores del canal autoservicios para lograr su fidelización.
- Evolucionamos el modelo de colaboración en el canal de grandes cadenas para llevarles a los clientes propuestas de valor y soluciones acordes con sus necesidades.
- Fortalecimos el Modelo de Gestión de Marcas y Redes para lograr la conexión de las marcas con el consumidor y el entendimiento de las misiones de compra del comprador.

Empleados



7.062

(Directos, indirectos y aprendices)

100%

Nacional

Internacional

0%



32,6%



67,4%

(Directos y aprendices)

PERSPECTIVAS 2017

- Avanzar en el conocimiento del cliente, comprador y consumidor con el fin de adaptar las propuestas de valor de acuerdo con la evolución de sus comportamientos y necesidades, para asegurar su lealtad.
- Enfocar las activaciones en el cliente con acciones que permitan mejorar la experiencia de compra para aumentar el valor de las marcas.
- Alinear el portafolio, las figuras de atención y los elementos de gestión comercial con las necesidades específicas de cada segmento de clientes.
- Fortalecer los canales de atención al consumidor para tener una mayor conexión, aprovechar las ventajas existentes y desarrollar capacidades digitales.
- Mantener el desarrollo de los clientes en alineación con nuestra propuesta de valor y nuestro marco de estrategia de fidelización.
- Avanzar en la masificación de los planes de fidelización de clientes del canal autoservicios, con el fin de apoyarlos en su sostenibilidad y obtener su lealtad.

Ventas totales

Miles de millones de COP

2016

2.895
10,4%

2015

2.621
9,9%

2014

2.383
6,6%

% de crecimiento

TACC 6,7%*

*Tasa Anual de Crecimiento Compuesto

Comercial Nutresa representa

33,4%

del total de las ventas de Grupo Nutresa

Redes Comerciales Secas incluye las ventas de Comercial Nutresa, Novaventa y La Recetta, las cuales se encuentran incorporadas en los negocios secos.