

Aniversario Éxito, tras cumplir 72 años, la marca le apuesta al *Smart Data* y la construcción de país

- *Estrategias comerciales de la marca, como Aniversario Éxito, que este año se realizará desde el 24 de febrero al 15 de marzo, son una oportunidad para la reactivación de la economía y para brindarle positivismo al país.*
- *Todos los almacenes Éxito, cuentan con las más estrictas medidas de bioseguridad como lo son: acrílicos en los puestos de pago, desinfección permanente y toma de temperatura en accesos. También se podrá vivir la experiencia desde casa en éxito.com, App Éxito, línea de domicilios, Rappi o a través del servicio de Compra y Recoge.*
- *Gracias a la transformación digital y estrategias de Smart Data, hoy Éxito tiene la capacidad de conocer a su consumidor, para así ofrecerle descuentos en lo que más le gusta. Por ejemplo en Bogotá; se sabe que, de 10 ciudadanos, 4.9 han visitado el Éxito en los últimos años (49%), con estos clientes, se llenaría 108 veces el Estadio El Campín y en Medellín, 4 de cada 5 paisas han visitado el Éxito en los últimos 4 años, lo que representa el 73% de la población del Área Metropolitana. Con estos clientes, se podría llenar 65 veces el Estadio Atanasio Girardot.*



Éxito wow Laureles, en Medellín



Éxito wow Villamayor, en Bogotá

Durante 1949, Gustavo Toro abre el primer Éxito en el país y desde entonces, la marca se ha caracterizado por mantener vigente una propuesta de valor basada en su vocación al servicio y conocimiento del cliente. Es por esto que hoy, en sus 72 años de aniversario, Éxito busca seguir consolidando su estrategia comercial y así innovar conforme siguen cambiando los valores y hábitos de consumo de sus públicos.

“Se requiere de mucha resiliencia y capacidad de cambio para cumplir 72 años en el mercado y mantenerse vigentes siendo el almacén preferido por los colombianos. Con orgullo, podemos decir que, en Éxito, le seguimos apostando a darle al cliente

el valor que se merece, hoy más que nunca trabajamos por conocerlo a profundidad, por comprender sus necesidades y sus intereses. Para nosotros, cada consumidor es único y se considera no sólo parte del negocio, sino parte del ADN de la marca”, expone Jorge Jaller, gerente marca Éxito.



En la actualidad, gracias a las nuevas dinámicas de consumo y de transformación digital, herramientas como el uso del mercadeo basado en datos *Smart Data*, le han permitido a Éxito generar nuevas estrategias en torno al conocimiento profundo de cada consumidor, a partir del análisis inteligente de sus patrones de compra.

Esto le permite a la marca, cada vez ser más oportunos en los productos y ofertas personalizadas que les recomiendan a sus clientes con base en sus intereses y necesidades.

Esta información, le permite a Éxito por ejemplo conocer que, de 10 bogotanos, 5 han visitado el Éxito en los últimos años (50%), con estos clientes, se llenaría 108 veces el Estadio El Campín.

Por su parte, 4 de cada 5 paisas han visitado el Éxito, lo que representa el 73% de la población del Área Metropolitana. Con estos clientes, se podría llenar 65 veces el Estadio Atanasio Girardot y el 43% de los caleños han visitado el Éxito en los últimos cuatro años, con estos clientes, se llenaría 23 veces el Estadio Pascual Guerrero.

Aniversario Éxito, cada vez más cerca del cliente

Para celebrar estos 72 años en el mercado, la marca realizará varios descuentos en productos como frutas, verduras y carnes, pero también en televisores, pequeños electrodomésticos, celulares, ropa exterior e interior y bicicletas.

“Este año, nuestro Aniversario Éxito será muy especial, ya que lo celebramos con cada uno de los colombianos, con estos, hemos forjado una relación única; con algunos llevamos 10 años de relación, con otros celebramos 1.000 compras de un producto y con otros más, festejamos las 250 veces que han ido a Éxito a comprar las verduras que más les gusta. Cada colombiano o colombiana puede conocer un poco de esa historia a lo largo de los años con nuestra marca Éxito y además disfrutar descuentos especiales para cada uno ingresando al [enlace personalizado de la activación](#)”, explica Camilo Reina, vicepresidente de mercadeo de Grupo Éxito.

Democratización de los hábitos de vida sana, otra de las prioridades de la marca



Otro de los factores diferenciales de la estrategia actual de Éxito, es la calidad de sus productos con altos valores nutricionales a precios asequibles. **“El crecimiento en el 2020 del portafolio de productos balanceados, fue del 21% en la cadena Éxito. Además, le hemos venido apostando a nuevas opciones que son beneficiosas para la salud, con puntos de Yogurts Bar en alianza con Alpina y los Green Salad (barras de ensaladas y bowls) en varios de nuestros almacenes bajo el formato Éxito wow. Nuestro propósito es democratizar la comida saludable, nos interesa mejorar la calidad de vida quienes nos visitan,** resalta también el gerente de marca Éxito Jorge Jaller.

Construcción de país

Otro de los propósitos de la marca, es la solidaridad como principio de actuación. Por ejemplo, desde la Fundación Éxito, gracias al aporte de clientes, proveedores y colaboradores de Grupo Éxito y la empresa misma, **se han entregado a la fecha más de 254.766 paquetes nutritivos a niños y niñas menores de 5 años y sus familias en 276 municipios del país.**



Asimismo, dentro de esta apuesta por construir país, también se ha venido trabajando con fuerza el tema de moda sostenible confeccionada por manos colombianas. Actualmente, el 93,4% de las prendas que se comercializan son compradas en Colombia y el 80% de la tela utilizada en la confección de las prendas de marca propia Éxito es colombiana. **También, se promueven cerca de 8.000 empleos, de los cuales el 70% es ocupado por mujeres en 285 talleres ubicados en cuatro departamentos y se exportan 342.235 prendas de las marcas propias a 12 países,** lo que fomenta el crecimiento de la industria textil.

Otro de los grandes retos, sigue siendo fortalecer la compra local, en la actualidad, el 90,15% de las frutas y las verduras que se comercializa en las tiendas se compra en el país. **De estas, 82,48% se adquiere de manera directa, sin intermediarios, a través de más**

de 651 asociaciones de agricultores y familias campesinas. 92% de la carne de res, cerdo, ternera y búfalo es comprado en Colombia a 140 asociaciones de productores.

Además, se adquirieron 84% del pescado y mariscos a través de pescadores nacionales, con el propósito de apostarle a la compra nacional y directa, para así impulsar la economía del país, generar empleo, contribuir al bienestar de las comunidades y las poblaciones y desarrollar cadenas de abastecimiento más sostenibles, esta y otras acciones son visibilizadas por la compañía a través de la estrategia Juntos Construimos País.

- Para descargar imágenes de Éxito clic [aquí](#)
- Para conocer la estrategia de Aniversario Éxito clic [aquí](#)

Dirección Comunicaciones Grupo Éxito

Correo: prensaexito@grupo-exito.com

Teléfono (57+4) 6049696 Ext 306507 / Celular 3146827148

Síguenos en: facebook.com/GrupoExitoColombia - Twitter: [@grupo_exito](https://twitter.com/grupo_exito)

Puede consultar esta y otras noticias en nuestro sitio web

www.grupoexito.com.co/es/sala-de-prensa