



## Innovación, sostenibilidad y alimentación balanceada: las apuestas que mantienen vigente a Carulla durante 116 años

Con 97 almacenes en todo el país, de los cuales 16 funcionan bajo el modelo *fresh market* y 14 bajo el formato *Express*, y más de 4.500 colaboradores y colaboradoras, Carulla cumple 116 años fruto de la adaptación al mercado, visión e innovación, un maridaje que han mantenido vigente a la marca.



“

“Carulla es una marca que ha estado a la **vanguardia**, su adaptación al mercado ha sido fundamental para mantenerse vigente, hoy celebramos 116 años de esta marca que ha **transformado la manera en que los colombianos hacen sus compras**, con nuestro cliente siempre en el centro trabajamos por **innovar en la experiencia de compra, fortalecer nuestros canales de comercio electrónico y directo** y continuar **construyendo país** a través de la compra local y la sostenibilidad como eje fundamental de nuestro actuar, seguiremos trabajando para **llevar toda la frescura** a los hogares de los colombianos por muchos años más”, afirma Guillermo Destefanis, gerente corporativo de Carulla.



”

### Tecnología al servicio de las experiencias de compra sin fricciones

La adaptación, ha sido sin duda, una de las habilidades de la marca durante estos 116 años, es así como en 1953 la marca fue pionera en implementar el sistema autoservicio y por primera vez en Colombia sus clientes manejaron los carritos de mercado dentro de los almacenes, lo que representó un hito en el comercio en Colombia. Asimismo, en el último año ha integrado la tecnología en sus tiendas con el objetivo de generar experiencias de compra sin fricciones, se destacan:

- **Fruver scan**, pionero en América latina: sistema de reconocimiento automático de imágenes que identifica las frutas y verduras al momento del autopago. Con esta tecnología, desarrollada en alianza con Google Cloud, el cliente solo deben poner el artículo sobre el scanner del punto de pago y dejar que el modelo, que ya ha sido entrenado a través de *machine learning*, reconozca con exactitud de cuál producto se trata y posteriormente realizar el pago.



- **Smile ID:** se trata de una funcionalidad que le permite al cliente realizar el pago de sus productos a través del reconocimiento facial, fue desarrollada en conjunto con Redeban, pionero en facilitar su uso en Colombia. Este desarrollo nació en el Carulla SmartMarket, el laboratorio de innovación de la marca.

Además, la marca cuenta con una iniciativa que apoya los nuevos negocios, se trata de **Fábrica de innovación Carulla**, una plataforma de la marca que tiene como objetivo promover el crecimiento de emprendimientos nacionales a través de la comercialización de productos innovadores, nutritivos y amigables con el medio ambiente en los almacenes de Carulla bajo el formato FreshMarket. Son cerca de 30 emprendimientos los que actualmente hacen parte de esta iniciativa.

### **Carbono neutralidad: la meta de Carulla con su formato *fresh market***

La marca reafirma su compromiso con la reducción, compensación y conservación ambiental, es así como viene implementando prácticas sostenibles que le permitan reducir su huella de carbono, a la fecha cuenta con 12 almacenes certificados como **'carbono neutro'** por el ICONTEC y espera certificar otros nueve en lo que resta del año. Estas son algunas de las acciones que viene implementando en materia sostenible:

- **Sistema de energía renovable:** Grupo Éxito cuenta con un plan para la reducción y generación de energía propia a través de paneles solares y granjas solares, en el caso de Carulla, su tienda ubicada en la calle 140 en Bogotá, implementó, en alianza con GreenYellow, un sistema de energía renovable que integra 362 paneles solares lo que reducirá la emisión de 60 toneladas de CO2 al año.
- **Migración a un sistema de refrigeración natural:** las recientes renovaciones de Carulla, ahora cuentan con un sistema de refrigeración natural que reemplaza refrigerantes tradicionales lo cual reduce al mínimo el potencial de contribución al calentamiento global, la emisión de gases efecto invernadero y el impacto a la capa de ozono. Este sistema será integrado en las próximas renovaciones de la marca y hace parte de su compromiso con la reducción de su huella de carbono.



- **Primer *retail* accesible:** la marca viene realizando adecuaciones locativas que permitan mejorar el tránsito de personas con movilidad reducida en sus almacenes, además cuenta con un programa de capacitación a sus colaboradores y colaboradoras para acompañar y atender a población en condición de discapacidad. Actualmente estas iniciativas están presentes en Carulla FreshMarket 140, Carulla FreshMarket Santa Bárbara y Carulla FreshMarket Tesoro.
- **Poliestireno expandido (icopor) cero:** la zona de comidas preparadas y la sección de frutas y verduras cuenta con empaques y recipientes en materiales compostables eliminando el uso del poliestireno expandido (icopor) y plásticos de un solo uso. Desde el 2015 la compañía ha reducido en un 61% el uso de bolsas plásticas en los puntos de venta.

- **Ganadería sostenible:** Grupo Éxito implementó su **modelo de ganadería sostenible** que contribuye a la conservación de ecosistemas y el bienestar animal. En los almacenes del formato *fresh market* los clientes podrán encontrar carne auditada bajo prácticas sostenibles.



### La apuesta por la alimentación balanceada y gourmet

El entendimiento de las tendencias y hábitos de consumo han sido fundamentales a través de la historia de Carulla, es así como viene realizando una apuesta por la alimentación balanceada, con un portafolio gourmet, apalancado en sus dos nuevos conceptos que hacen parte del formato *fresh market*:

- **Carulla FoodMarket:** la renovación de la sección de comidas preparadas, fue diseñada en conjunto con el colectivo de chefs “A tres bandas” y cuenta con una oferta de alimentación balanceada, nutritiva y gourmet.
- **Carulla GreenMarket:** en consonancia con ‘Vida Sana’ uno de los pilares de la estrategia de sostenibilidad de Grupo Éxito que busca promover hábitos de vida saludable, la marca Carulla creó una sección dedicada a los clientes que buscan una gran oferta de productos adaptados a diferentes tipos de dieta, bajos en azúcar y sin gluten.



En el marco de la celebración del Cumpleaños Carulla la marca tendrá, en el Teatro Julio Mario Santo Domingo, un concierto con Andrés Cepeda para sus clientes, colaboradores y colaboradoras. Además, hasta el 12 de septiembre habrá descuentos en sus tiendas y canales de comercio electrónico y directo como parte de la celebración de su aniversario.

[Descargue aquí fotografías de Carulla](#)

Dirección Comunicaciones Externas - Grupo Éxito

✉ [prensaexito@grupo-exito.com](mailto:prensaexito@grupo-exito.com)

☎ +57 314 682 7148

🌐 [www.grupoexito.com.co](http://www.grupoexito.com.co)

Síguenos en nuestras redes corporativas

📘 @GrupoExitoColombia

📷 @grupoexito

🐦 @Grupo\_Exito

🌐 @GrupoExitoColombia

📺 Grupo Éxito Colombia

