

17 de junio de 2021

Carulla
FreshMarket

grupo éxito

Generación de empleo, innovación y sostenibilidad, la fórmula de Carulla para reactivar la economía con sus dos próximas reaperturas



- Grupo Éxito le sigue apostando a la dinamización de la economía del país con dos renovaciones, Carulla FreshMarket Santa Bárbara en Bogotá y Carulla FreshMarket Tesoro (1 de julio) en Medellín.
- Las dos tiendas contarán con 187 colaboradores directos, 107 en Santa Bárbara y 80 en Tesoro.
- Carulla le apuesta a la cultura cafetera, lo hace, entre otras cosas, con la compra de café a 18 productores nacionales, además, en Carulla FreshMarket Tesoro implementará su '**Experiencia de Café**', una zona dedicada a los amantes de la bebida nacional con información sobre el cultivo del grano y una amplia oferta de cafés de origen.
- Estas tiendas también ofrecen alternativas a sus clientes para realizar compras a través de diferentes canales como: carulla.com, aplicación móvil Carulla, Domicilios telefónicos y el servicio 'Compra y Recoge'. Además contarán con puestos de auto-pago con el objetivo de agilizar el momento de pago de los clientes.

Junio de 2021. Carulla, la marca *premium* de Grupo Éxito, anuncia dos reaperturas: Carulla FreshMarket Santa Bárbara en el norte Bogotá el 17 de junio, y Carulla FreshMarket Tesoro en Medellín el 25 de junio. "Desde Carulla le estamos dando un mensaje de esperanza a los colombianos con estas dos reaperturas. Sabemos que dinamizar la economía es fundamental para el momento que vivimos como país, por eso le entregamos a **dos ciudades principales** almacenes renovados, que desarrollamos de la mano de nuestros **proveedores, aliados fundamentales en este proceso**. Estas reaperturas buscan impulsar la economía a través de la **generación de empleo, la oferta diferencial** para nuestros clientes y el **servicio superior**



como principio de la marca Carulla. Nuestro propósito es que bajo el concepto **One stop shop**, nuestros clientes encuentren todo lo que necesitan en un mismo lugar”, señala Sergio Fernández, Director de ventas y operaciones de Carulla.

Dentro de la apuesta en materia de innovación, las tiendas ubicadas en Bogotá y Medellín contarán con tecnología enfocada en experiencias de compra bioseguras y novedosas, se destacan **Smile ID** (auto-pago con reconocimiento facial), **Fruver Scan** (auto-pago inteligente de frutas y verduras desarrollado en alianza con Google Cloud) y **kioscos electrónicos**.

Con estas dos renovaciones, que se apalancan en los pilares de la marca Carulla: sostenibilidad, consumo consciente e innovación, se completan 16 almacenes en el país bajo el formato FreshMarket.

Sostenibilidad como eje del ‘Compromiso Carulla’

La marca reafirma su compromiso con la reducción, compensación y conservación ambiental, lo hace a través de la implementación de prácticas sostenibles que le permitan **reducir su huella de carbono**, entre ellas se destaca el cambio de su sistema de refrigeración tradicional, ahora las neveras y cavas de sus renovados almacenes cuentan con un **sistema de refrigeración natural** que reduce al mínimo la emisión de gases efecto invernadero y el impacto a la capa de ozono. Asimismo, Grupo Éxito continúa fortaleciendo su modelo de [ganadería sostenible](#), los clientes de Carulla podrán encontrar, en los almacenes del formato FreshMarket, carne auditada bajo la alianza GANSO que verifica prácticas sostenibles en su proceso de producción.

Carulla se consolida como marca pionera en ser **‘retail accesible’**, la marca *premium* de Grupo Éxito, continúa implementando prácticas en favor de la población con discapacidad o movilidad reducida, entre ellas realizaron adecuaciones estructurales, capacitaciones a sus colaboradores y la integración del servicio de compra guiada.

Experiencias frescas y novedosas

“Hemos visto que nuestros **clientes** son cada vez más **conscientes** al momento de hacer sus compras, en América Latina el **40%** de los hogares consumen más porciones de alimentos saludables y el **58%** pagarían más por productos orgánicos según Nielsen, esto refleja una tendencia que continúa consolidándose y tiene relación con el consumo de alimentos balanceados, además del apoyo a la **compra local y a los emprendimientos**. Carulla ha identificado estos comportamientos en el mercado y los materializa en sus almacenes a través de nuevas secciones como respuesta a sus necesidades. Asimismo, con estas renovaciones continuamos apoyando la compra del **91%** de frutas y verduras que adquirimos en el país”, explica Sergio Fernández, Director de ventas y operaciones de Carulla.



Con estas dos renovaciones, que se apalancan en los pilares de la marca Carulla: sostenibilidad, consumo consciente e innovación, se completan 16 almacenes en el país bajo el formato FreshMarket. Dentro de las novedades de los almacenes se destacan:

- **Carulla FoodMarket:** esta sección de comidas preparadas, en el caso del almacén de Santa Bárbara ubicada en la terraza del almacén, 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, 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.
- **La cava:** una sección con más de 1.500 referencias de vinos y licores, además de una zona especializada en Cervezas del Mundo.
- **Panadería artesanal:** una sección característica de la marca que contará una oferta diferencial de panes y amasijos artesanales.
- **Experiencia de café:** una zona dedicada a los amantes de la bebida nacional de Colombia con información sobre el proceso del cultivo, cosecha y producción del grano, además de una variada oferta de cafés de origen.
- **Mundo bebidas calientes:** los renovados almacenes contarán con una zona dedicada a bebidas calientes como té, infusiones y chocolate, será una sección exclusiva para que los clientes aprendan sobre las características de estas bebidas y cómo consumirlas.



Otras novedades:

- **La postrería:** la nueva oferta de postres y antojos de Carulla desarrollada en alianza con las marcas Bendito Arroz y Postres Mías, dos microempresas familiares bogotanas que han incursionado en el campo gastronómico elaborando postres tradicionales y postres 'sin culpa'.
- **Jungla:** una sección especializada en plantas, materas, hierbas aromáticas para que las personas puedan tener en su casa una huerta, esta iniciativa fue desarrollada en alianza con **GrowPlant**, un emprendimiento colombiano que promueve la tenencia de plantas en el hogar y apoya la formalización de viveristas colombianos.

Con las renovaciones de Carulla FreshMarket Santa Bárbara y Carulla FreshMarket Tesoro el Grupo Éxito continúa apostándole a la dinamización de la economía del país, en un momento en el que se está impulsando la reapertura económica de las ciudades principales. Estas tiendas también ofrecen alternativas a sus clientes para realizar compras a través de diferentes canales como: carulla.com, aplicación móvil Carulla, Domicilios telefónicos y el modelo 'Compra y Recoge' (un servicio creado por Grupo Éxito para que los clientes realicen sus compras de manera virtual o telefónica y lo reciban sin costo directamente en su medio de transporte en el almacén).

[Descargue aquí fotos del almacén](#)

Información para prensa
Vega & Jaramillo Comunicaciones
 Daniel Briñez
 Celular: 310 294 98 87
 Correo: dbrinez@vegajaramillo.com

Dirección Comunicaciones Externas - Grupo Éxito

✉ prensaexito@grupo-exito.com 📞 +57 314 682 7148 🌐 www.grupoexito.com.co

Síguenos en nuestras redes corporativas

📘 @GrupoExitoColombia 📷 @grupoexito 🐦 @Grupo_Exito 🌐 @GrupoExitoColombia 📺 Grupo Éxito Colombia

