



**XI CONVENCION IBEROAMERICANA DE EXCELENCIA EN
LA GESTION**

SUPER DE ALIMENTOS

Historia de Aprendizaje





**Premio Colombiano a la
Calidad de la Gestión
2008**



Generalidades Super de Alimentos

- Fundada en 1948.
- 1400 Colaboradores en Colombia.
- 150 Colaboradores en mercados internacionales.
- Exportamos a 32 países.
- Ocupamos el segundo puesto en el mercado confitero Colombiano.
- Contamos con mas de 30 productos en el mercado, 120 referencias de productos y 10 marcas lideres



Fuente: Construcción Propia Super de Alimentos

Pensamiento Organizacional

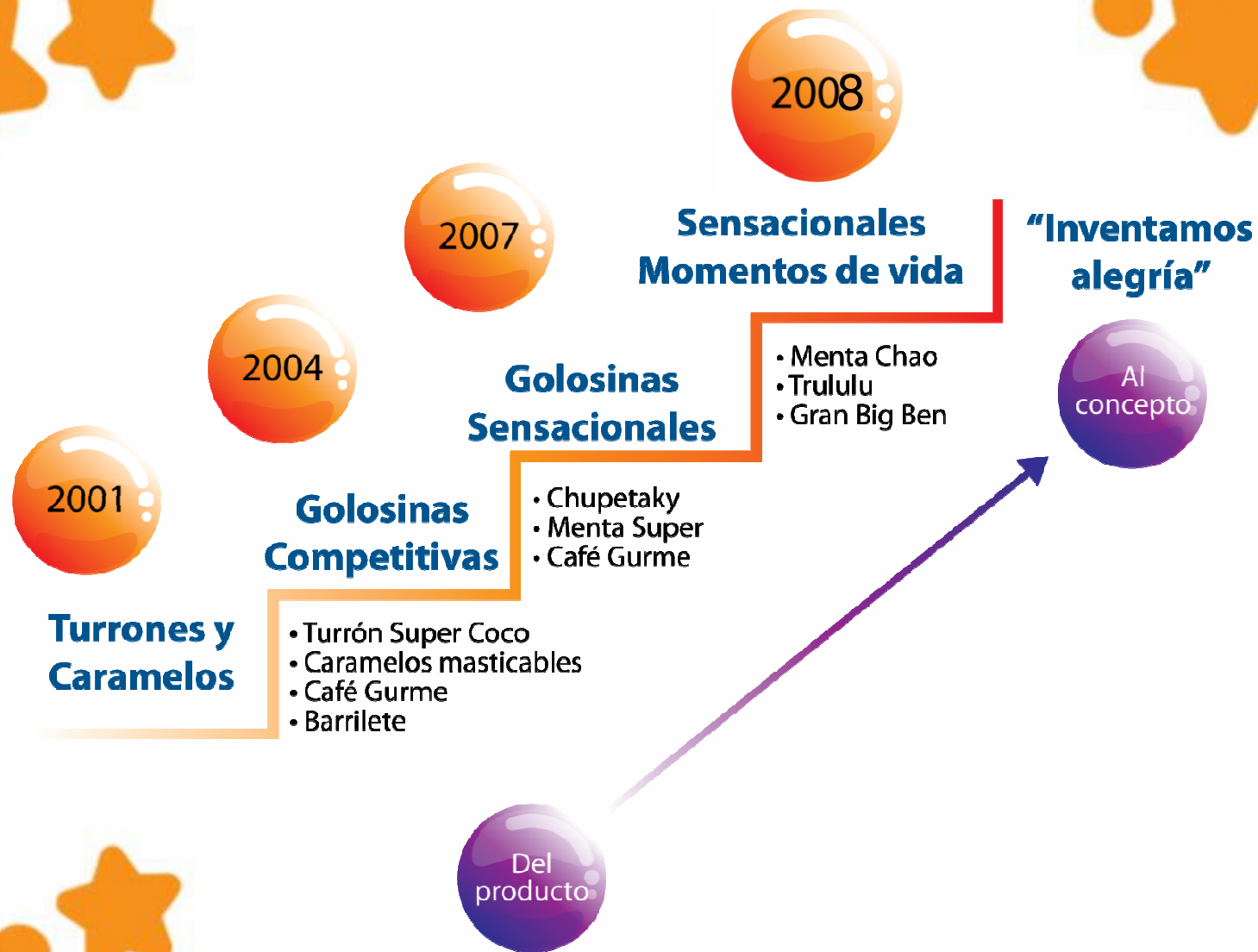
- Creemos que somos **mucho más que fabricantes** y comercializadores de golosinas... **compartimos alegría**.
- Creemos en el **consumidor como principal razón de ser** y fuente de inspiración.
- Creemos en el **Desempeño Superior** como la posibilidad de **crear Valor Superior** en todo lo que hacemos para nuestras vidas, los consumidores y la organización.
- Creemos en las **personas con espíritu joven**: Vitales, abiertas, apasionadas, alegres, flexibles, innovadores y con más sueños que historias.
- Creemos en la **libertad para transformar** y convertir los sueños en realidades.

Pensamiento Organizacional

- Creemos en las **relaciones respetuosas, transparentes y confiables** con nuestros colaboradores, clientes, proveedores y demás grupos de interés.
- Creemos en la **gestión del conocimiento** (investigación, innovación y aprendizaje) para la generación de Valor Superior.
- Creemos que la organización posibilita retos, aprendizaje, **crecimiento a sus colaboradores a cambio** del talento, compromiso, pasión y **Desempeño Superior**.
- **Creemos en el desarrollo humano integral como fuente fundamental del desarrollo y crecimiento de la organización.**



Evolución Estratégica



Planteamiento Estratégico

Propuesta de Valor Superior:

Super ofrece de manera claramente diferenciada a sus grupos sociales objetivo:



“Deliciosas y reconocidas golosinas que generan mágicas y poderosas conexiones emocionales en el consumidor”

Conocimiento del Cliente y el Consumidor

Categorías Emocionales

y Comunidades de Innovación

Lúdica y Diversión



Comunidad de Innovación

Ingeniero de Producto
Líderes de Marca
Investigador del Consumidor
Creativo de Diseño y Comunicaciones

Seguridad y Vida Sana



Comunidad de Innovación

Ingeniero de Producto
Líderes de Marca
Investigador del Consumidor
Creativo de Diseño y Comunicaciones

Status y Tradición



Comunidad de Innovación

Ingeniero de Producto
Líderes de Marca
Investigador del Consumidor
Creativo de Diseño y Comunicaciones

Marcas y Registros

Diversificar portafolio con innovación y variedad

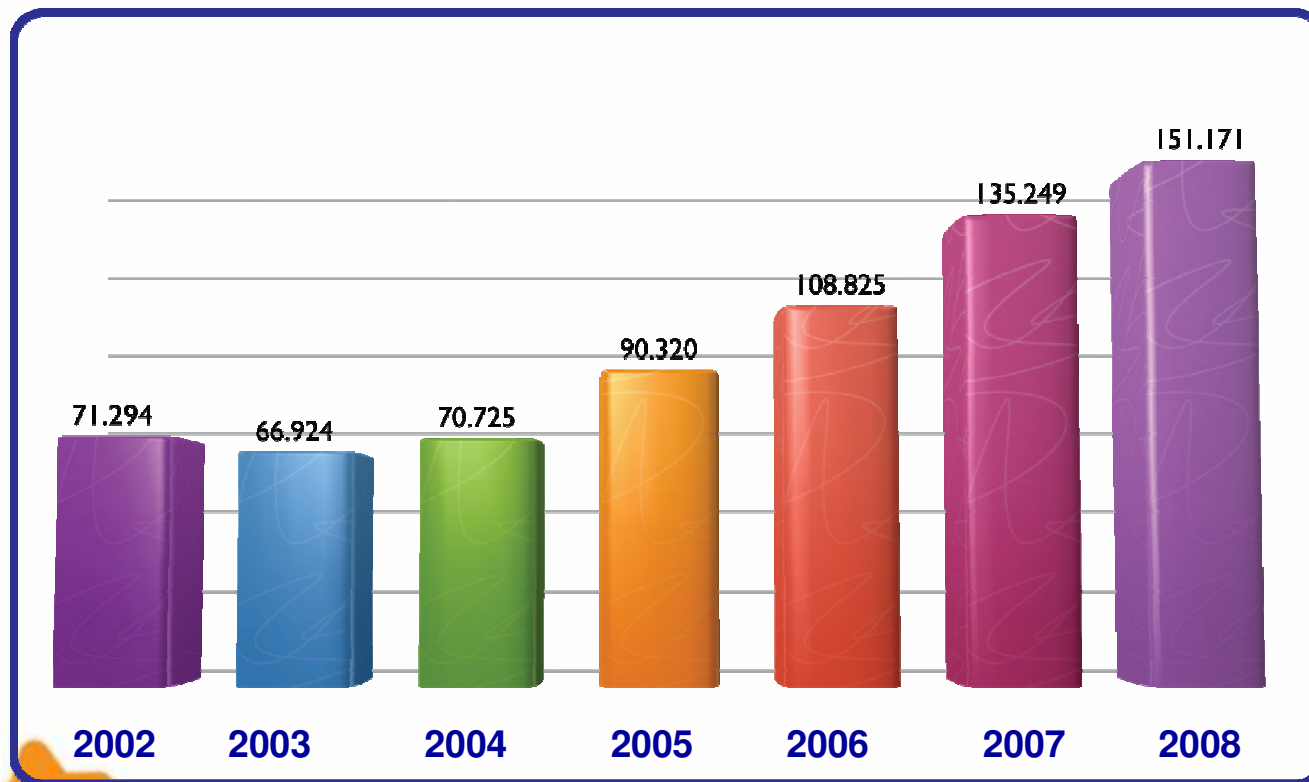


- 25 Desarrollos de producto en promedio al año
- 6 lanzamientos Promedio año
- El 30% de las ventas son generadas por innovaciones
- Desarrollo de conceptos exitosos en 4 los sentidos: Visual, Textura, Gusto, Aroma.
- Nuevas Presentaciones y empaques
- Unidad de investigación del Consumidor

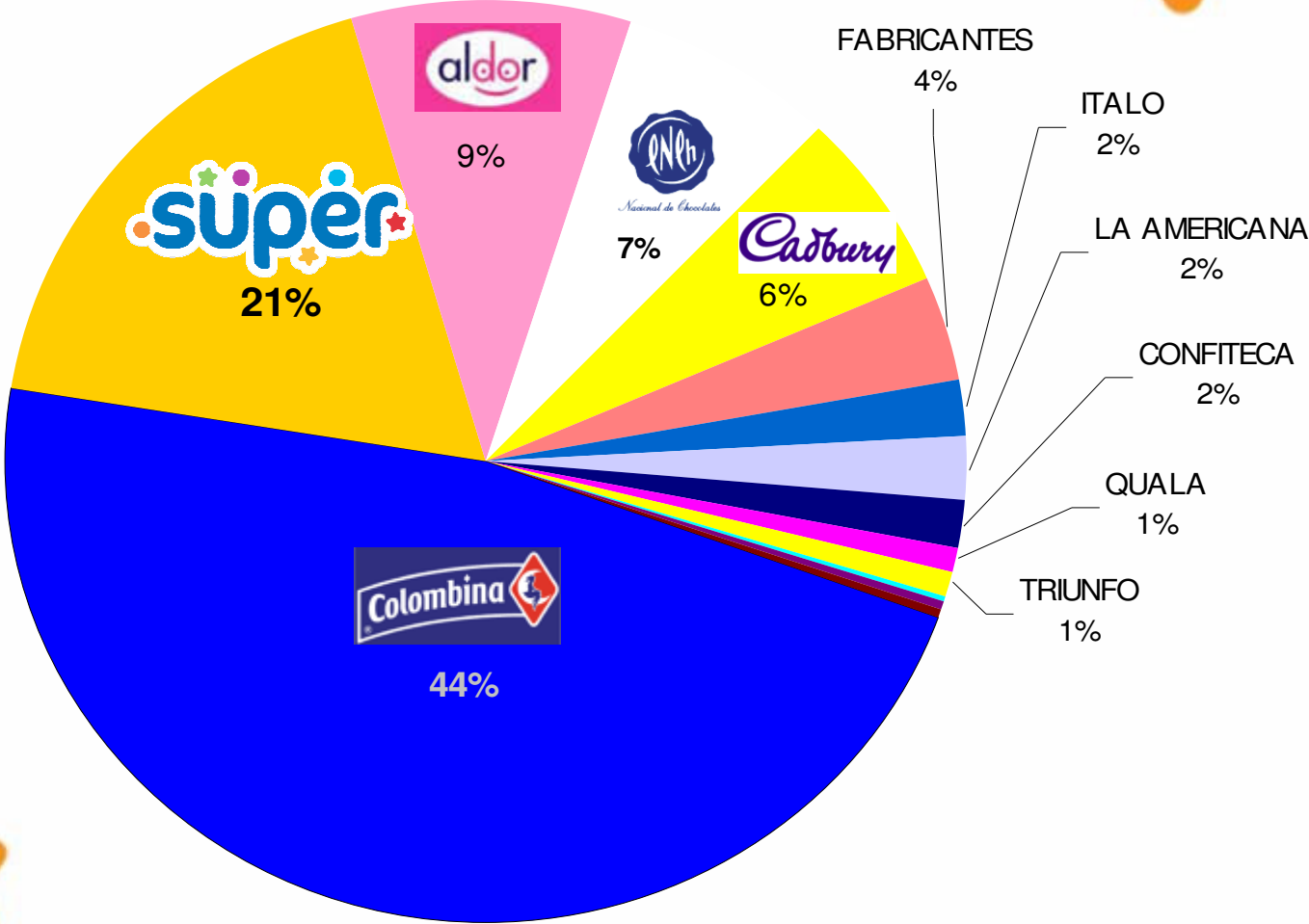
Gestión de las relaciones con Clientes y Consumidores



Relación del Valor para la
Sostenibilidad de la Organización



Participantes en la Categoría (Ton)



Cambio Imagen Corporativa



ANTICUADA
RIGIDA
DISTANTE
"INVISIBLE"



VISIBLE
ALEGRE
PRÁCTICA
ACTUAL
CERCANA
MÁGICA
MEMORABLE
ATRACTIVA

