

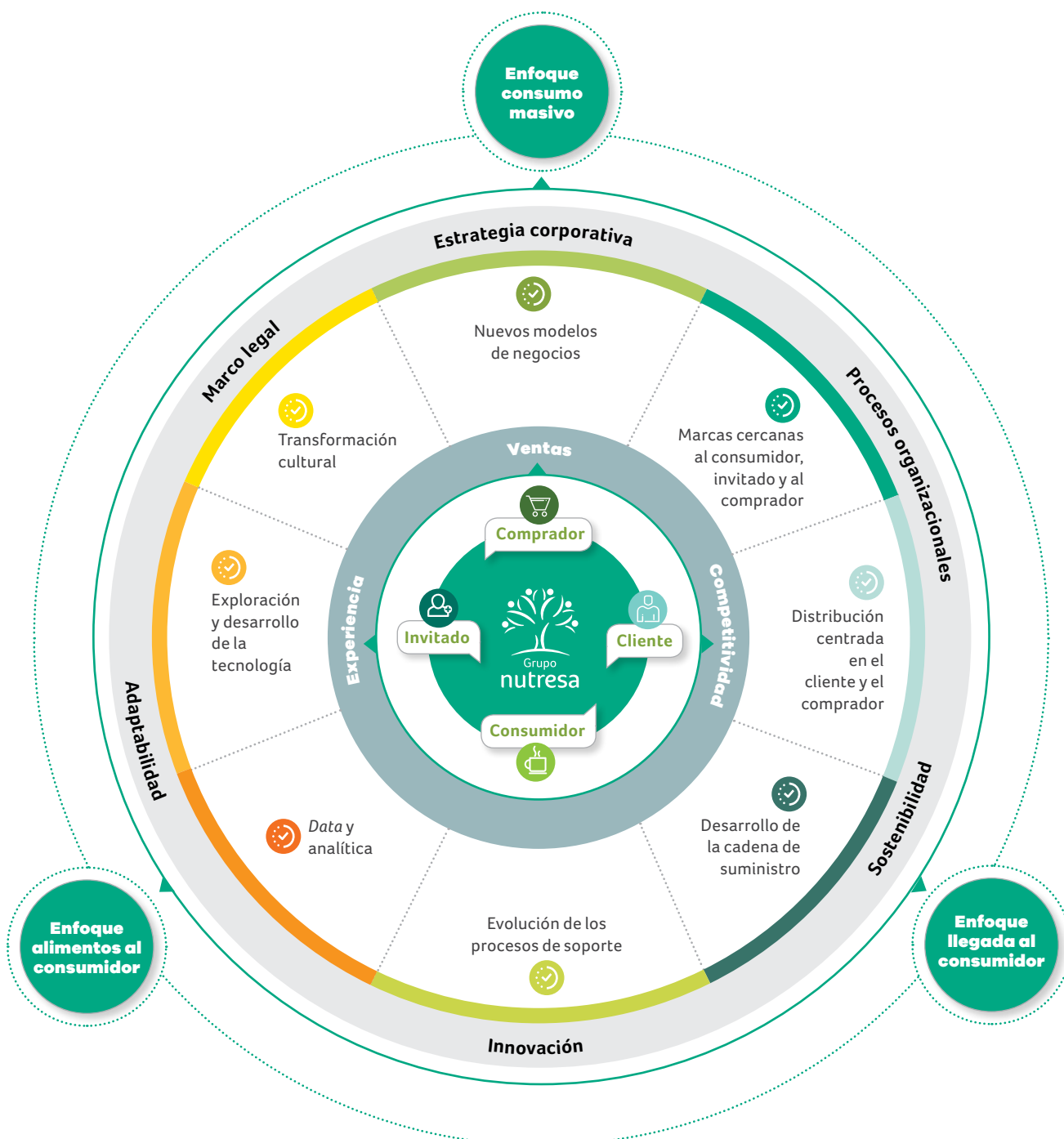
Transformación digital

En Grupo Nutresa la transformación digital es una estrategia para el fortalecimiento de capacidades que contribuyen al crecimiento sostenible y la innovación permanente. Es una capacidad corporativa para el logro de las metas 2030 de la Organización.

El desarrollo de servicios digitales relevantes y atractivos para los grupos relacionados, en especial clientes, consumidores y compradores, apalancan el

crecimiento en ventas, la mejora en competitividad y la generación de experiencias únicas y memorables.

Esta transformación aplica para todos los procesos organizacionales y se soporta en los siguientes pilares: exploración de nuevas tecnologías, desarrollo de capacidades, evolución de la llegada al mercado, talento y cultura.



Avances 2020 en la transformación digital



Exploración de nuevas tecnologías

- » Identificación de las tecnologías de la Cuarta Revolución Industrial en convergencia con los modelos de Negocio: impresión 3D, inteligencia artificial (*machine learning*, Automatización Robótica de Proceso –RPA–), *chatbots*, analítica predictiva), *blockchain* e internet de las cosas (*IoT*). Sobre estas se generaron casos de uso para su entendimiento aplicado en los Negocios. En un modelo de *Hubs* de Aprendizaje los colaboradores aprenden resolviendo problemas reales de sus procesos.
- » En medio de la Feria de Nuevas Tecnologías se generó sensibilización y conocimiento en los equipos. Se contó también con más de 81 eventos, 12 de ellos liderados por invitados externos a Grupo Nutresa, y una participación interna de 4.136 personas y más de 100 invitados externos.



Desarrollo de capacidades

- » Planteamiento estratégico de los focos de trabajo y las palancas de gestión: ventas incrementales, aumento de competitividad y mejora de la experiencia de clientes, compradores, consumidores e invitados.
- » Activación de un equipo de estrategia y experiencia digital encargado de liderar el desarrollo de la transformación digital, incubar y acelerar los servicios digitales y la negociación, y articular diferentes canales digitales de llegada, especialmente a clientes y consumidores.



Evolución de la llegada al mercado

- » Identificación y definición del ecosistema comercial-digital para responder a las necesidades de los grupos relacionados. Avance en la identificación y el desarrollo de capacidades necesarias para la aproximación a este ecosistema, incluida la generación de alianzas y la exploración mediante pruebas piloto.



Talento y cultura

- » Diseño e implementación de estrategias de venta y mercadeo específicas para el entorno digital para mejorar posicionamiento y *equity* de las marcas.
- » Desarrollo de capacidades internas, entrenamiento de los equipos comerciales y fortalecimiento de la relación con clientes y proveedores de los canales digitales de venta y medios.
- » Los líderes trabajan en incorporar elementos de adaptabilidad, mayor sensibilidad a la experimentación controlada y el desarrollo de los elementos de liderazgo necesarios para este nuevo entorno. Se han mapeado y ejecutado procesos de *reskilling* y *upskilling* digital y de nuevas tecnologías para equipos en toda la Organización.