



**MOLINOS DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.**  
**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, C.A.**

San Salvador, Septiembre 2013

A quien corresponda:

**MOLINOS DE EL SALVADOR**, División Galletas; una fábrica de amplia Gama de productos de clase mundial, con presencia en toda la región centroamericana, Belice, Panamá, República Dominicana, Haití, México y Estados Unidos; desarrolló en conjunto con **London ConsultingGroup** el proyecto **CON ORIENTACIÓN A RESULTADOS "COR2013"**, con el objetivo de incrementar los resultados y consolidar el crecimiento en los canales de venta Detalle, Mayoreo y Supermercados.

El proyecto, con una duración de 28 semanas entre enero y julio 2013, desarrolló los Sistemas Comerciales, Sistemas de Negociación de Insumos y Sistemas de Administración de Devoluciones y Repuestos Obsoletos. Las principales soluciones y sus resultados son:

**Detalle:**

- Incremento en 6% de la efectividad de compra.
- Incremento en un 15% del ticket promedio del portafolio total.
- Incremento en un 14% del ticket promedio de la categoría galletas.
- Diseño e implementación del Sistema Comercial en toda la fuerza comercial (prevendedores, supervisores y jefe).
- Segmentación de clientes y Depuración del portafolio de productos como estrategia para rentabilizar el canal.
- Depuración de la base de datos de clientes para contar con indicadores de gestión más precisos.
- Optimización y maximización del uso de herramientas para el control del canal (Compra 0, Cobertura, XTE, Hand Held).

**Mayoreo:**

- Incremento en un 2% en el margen de contribución del canal en la categoría de galletas.
- Incremento de 30.5% en empaques de alto valor.
- Diseño e implementación del Sistema Comercial en toda la fuerza comercial (prevendedores, supervisores y jefe).
- Segmentación de clientes y Depuración del portafolio de productos como estrategia para rentabilizar el canal.

**Supermercados (Especiales):**

- Incremento en 8% del promedio de venta scanner mensual en cajas.
- Incremento en un 15% de las ventas promedio de uno de los productos estratégicos del canal.



**MOLINOS DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.**  
**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, C.A.**

- Diseño e implementación del Sistema Comercial en toda la fuerza comercial (degustadoras, displays, supervisores y jefe).
- Segmentación de salas y Depuración del portafolio de productos como estrategia para rentabilizar el canal.
- Desarrollo e implementación de Metodología "Matriz de Boston" para optimizar planogramas y rentabilizar góndolas.
- Optimización y maximización del uso de herramientas para el control del canal (Venta Scanner e Inventarios por Sala).

Al finalizar el proyecto se alcanzó un retorno a la inversión proyectada de 1.8 a 1 de finalizado el proyecto, como resultante de la implementación de las soluciones por parte del personal de MOLSA, el involucramiento y cambio cultural en la Organización.

Cabe resaltar la efectividad de la metodología de London ConsultingGroup, que asegura el compromiso de todos los niveles de la organización y la permanencia de resultados a largo plazo.

Me permito recomendar ampliamente a London Consulting Group, como una empresa profesional, comprometida y que ayuda a las empresas a obtener más de su negocio.

Atentamente,

Adolfo Salume  
Presidente