



# LA PRIORIDAD: nuestros asociados y clientes primero

EN CADA DECISIÓN QUE HEMOS TOMADO,  
NUESTRA PRIORIDAD HA SIDO CUIDARNOS  
ENTRE TODOS PARA MANTENER LA SEGURIDAD  
DE NUESTROS ASOCIADOS Y CLIENTES





## La contingencia sanitaria que vivimos este año ha puesto al mundo entero en una situación sin precedentes, asimismo ha venido a transformar la manera en la que vivimos y trabajamos

Nuestro corazón está con cada una de las personas que fueron o están siendo afectadas por la crisis derivada de la pandemia.

Como nunca antes, nuestros servicios se han convertido en uno de los pilares fundamentales que fomentan la economía nacional y ayudan a facilitar la vida de las personas. Walmart de México y Centroamérica es una empresa de gente que trabaja para la gente y, por ello, es sorprendente la labor que realizan diariamente los más de 231 mil asociados que la conforman. [Queremos comenzar por reconocer la labor de todos aquellos asociados que están en las tiendas, clubes y en los centros de distribución, atendiendo diariamente a millones de clientes y socios.](#) Su trabajo es fuente de inspiración para todos los que formamos parte de esta empresa.

La labor de nuestros asociados es fundamental para que las 3,489 unidades que tenemos en México y Centroamérica puedan abrir sus puertas diariamente y servir a los 6 millones de clientes que atendemos al día en la región.

[Somos una empresa resiliente.](#) Históricamente, hemos sabido navegar bajo un sinnúmero de circunstancias, pero nunca nos habíamos enfrentado a algo como lo que estamos viviendo hoy. Nos hemos tenido que retar y adaptar sobre la marcha. Gracias a que transformamos nuestra forma de trabajar, somos capaces de tomar decisiones diarias de forma ágil, respondiendo a un entorno que cada día nos presenta situaciones complejas que cambian constantemente. Trabajamos de la mano de nuestra gente y de nuestros proveedores para lograr una colaboración estrecha y coordinada para poder salir adelante y poder fungir como un aliado para la sociedad.



# EL RETO NOS HACE GRANDES: COVID-19

Es en estos difíciles momentos por los que estamos atravesando como humanidad cuando tenemos que demostrar nuestro compromiso con cada uno de nuestros grupos de interés ya que confían en nosotros y en nuestra capacidad de seguir adelante a pesar de las circunstancias.

Como compañía nos enfocamos en cinco prioridades, las cuales son nuestra guía para llevar a cabo acciones contundentes que den respuesta a las múltiples necesidades de nuestros asociados, clientes, proveedores y las comunidades a las que servimos, surgidas a raíz de la contingencia sanitaria.

**Impulsar nuestra estrategia**, incluso en momentos de crisis

**Manejar el corto plazo de forma efectiva**, financiera y operativamente

**Apoyar a nuestros asociados** que trabajan diariamente en tiendas, clubes y centros de distribución

**Servir a nuestros clientes** brindando acceso a alimentos y productos esenciales, manteniéndolos seguros

**Ayudarnos unos a otros**, incluidas las comunidades a las que servimos y nuestros proveedores



# 1 APOYAR A NUESTROS ASOCIADOS QUE TRABAJAN DIARIAMENTE EN TIENDAS, CLUBES Y CEDIS



**Nuestro reconocimiento para todos nuestros asociados que, gracias a su esfuerzo, trabajo y dedicación, nos permitieron cumplir con nuestro propósito de ayudar a la gente a ahorrar dinero y vivir mejor**

Tenemos la gran responsabilidad de [cuidar y salvaguardar la salud y bienestar de todos los asociados](#) que conforman la Gran Familia Walmart, en especial de aquellos que atienden a nuestros clientes y socios en tiendas y clubes, y a los que operan el negocio en centros de distribución.

La pandemia exigió que nos adaptáramos rápidamente a los cambios, tomando medidas que, además de permitirnos continuar brindando nuestros servicios, nos proporcionaran la protección de nuestros asociados, quienes estuvieron en todo momento a la altura del reto.



## Buscando el bienestar de nuestros asociados para que cuiden de su salud y la de su familia, implementamos diversas medidas que les permiten permanecer seguros

### LA SALUD ES LO PRIMERO

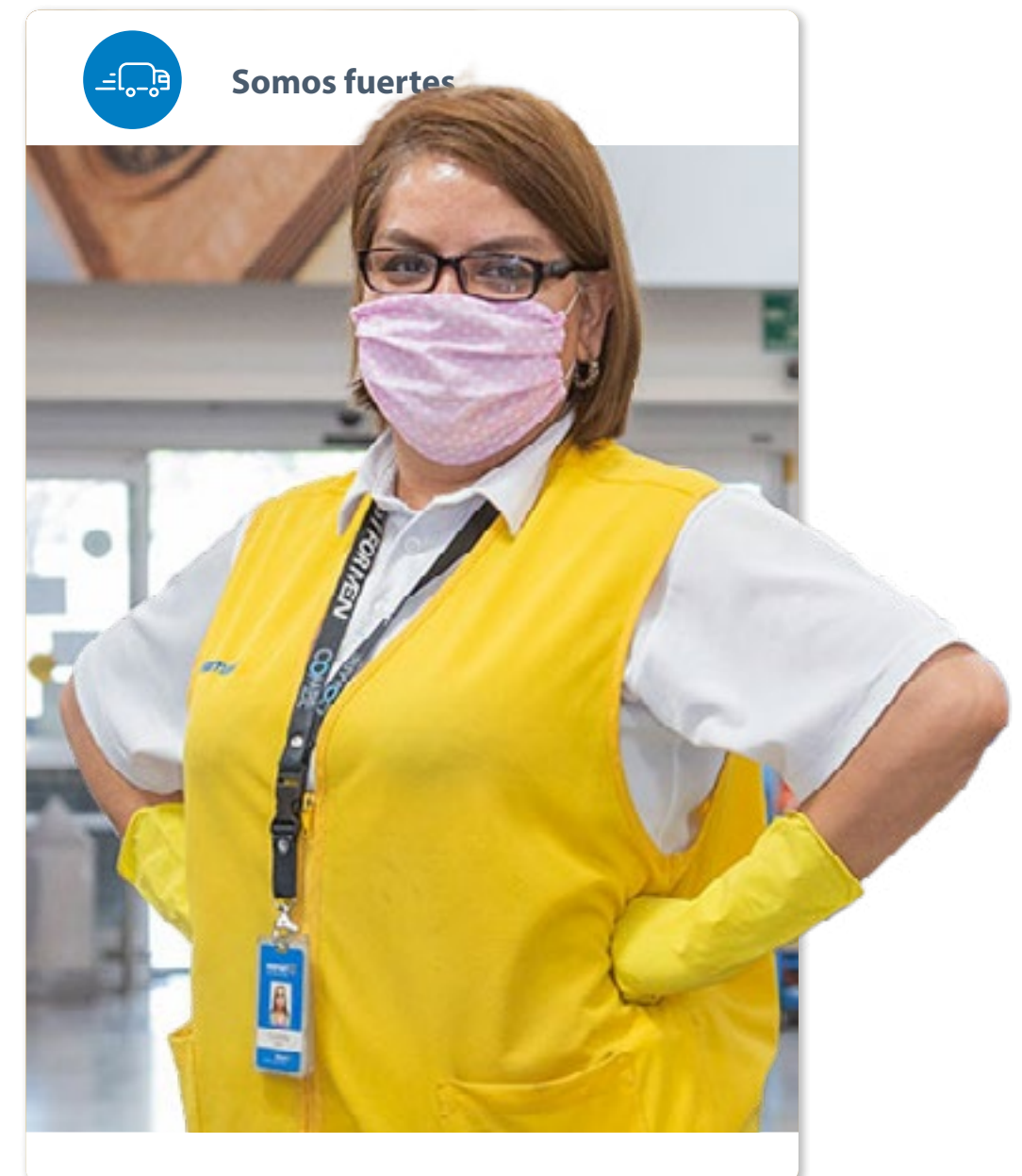
Con el objetivo de cuidar a la población vulnerable, otorgamos permiso de ausentarse con goce de sueldo a [más de 23,000 asociados en México y Centroamérica](#), entre ellos, mujeres embarazadas y adultos mayores de 60 años, tanto en tiendas, clubes, centros de distribución como en oficinas corporativas por un período inicial de 14 días, que se extendió hasta el mes de agosto debido a las circunstancias.



**Creamos 225 protocolos de comportamiento seguro y materiales de apoyo para que los asociados conocieran la forma correcta del uso del cubrebocas y todas las medidas de protección sanitaria para evitar contagios**

En México, cambiamos la periodicidad de pago del sueldo de nuestros asociados de línea, de quincenal a semanal, política que ya seguíamos en Centroamérica. Asimismo, brindamos apoyo en transporte en aquellas localidades en las que se dificulta el acceso y otorgamos dos bonos extraordinarios a nuestros asociados de línea en México y Centroamérica como reconocimiento por su desempeño en esta contingencia.

Se implementaron pruebas rápidas para la detección del COVID-19 y se desarrolló la campaña ¡Ponte Vivo! a través de la cual invitamos a todos nuestros asociados a tomar conciencia sobre la pandemia y a cumplir con las medidas preventivas en todo momento, tanto en casa, trayectos y en las unidades bajo el lema de [Si te cuidas tú, cuidas a quienes más quieres](#) y el [hashtag #NosCuidamosEntreTodos](#).



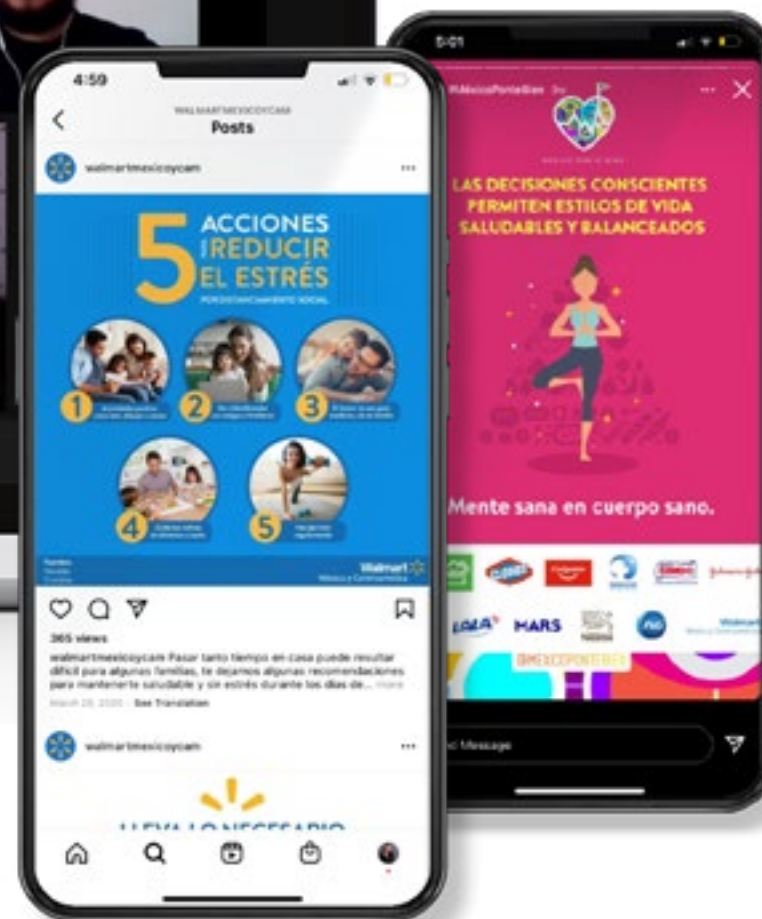


## Desde principios de marzo, establecimos el trabajo remoto en nuestras oficinas centrales de México y Centroamérica

Desarrollamos iniciativas como la Semana de la Salud Emocional, con la intención de [hacer frente al estrés y trabajar de una forma más productiva](#). En esta iniciativa se otorgaron clases virtuales de yoga para toda la familia, sesiones grupales para mamás trabajadoras y pláticas sobre cómo crear una mentalidad resiliente, gestión efectiva del tiempo, pensamientos y estrés.

Además, se brindaron consultas médicas gratuitas y con costo preferencial para familiares directos, así como descuentos en farmacia e implementamos, a través de nuestro Programa de Asistencia Integral (PAI), un [canal de atención médica gratuito para asociados y familiares directos](#), las 24 horas del día, los siete días a la semana, en el que médicos profesionales brindan atención, asesoría y seguimiento.

En apoyo a su economía familiar, a partir del 1º de abril, ofrecimos un descuento de 6% a todos nuestros asociados para compras de abarrotes, perecederos y farmacia en tiendas, clubes y en línea.





**2**

## SERVIR A NUESTROS CLIENTES BRINDÁNDOLES ACCESO A PRODUCTOS ESENCIALES, MANTENIÉNDOLOS SEGUROS

Nos enfocamos en brindar a nuestros clientes la tranquilidad de que, en todo momento, contamos con suministros de productos de primera necesidad en nuestras tiendas y la confianza de que nuestras instalaciones cumplen con todas las normas establecidas y que nuestros asociados están cumpliendo con las medidas de distanciamiento y desinfección recomendadas por las autoridades.

Nos dimos a la tarea de implementar y difundir, por distintos medios, una serie de medidas y recomendaciones para que los clientes y socios que visitan alguna de nuestras tiendas o clubes tomen todas las medidas de prevención posibles y, de esta manera, cuidarnos entre todos.

### Ofrecemos a nuestros clientes una experiencia de compra segura y sin fricciones



#NosCuidamosEntreTodos





### Entre las medidas implementadas y recomendaciones se encuentran:

- Colocación de acrílicos para protección en más de 14,000 cajas
- Recepción de clientes y socios con solución antibacterial en los accesos
- Distribución de cubrebocas para todos los asociados de tiendas, clubes y Cedis
- Actualización de la medida de sana distancia a un metro y medio para mayor protección y colocación de marcas en el piso para indicar la distancia correcta entre las filas

- Indicaciones de seguridad al acceso a tiendas y clubes para que solo pudiera ingresar una persona por familia y en caso de ser posible, brindar orientación a los adultos mayores y embarazadas al realizar sus compras
- Desinfección y labores de limpieza profunda en carritos, zonas de alto tráfico, de contacto y uso común
- Operación continua en horarios habituales en la gran mayoría de unidades



- Implementación de medidas adicionales de limpieza y seguridad en la entrega de productos a domicilio
- Procurar no utilizar efectivo
- Al llegar a casa, lavar correctamente manos y víveres
- Limpiar constantemente las bolsas reutilizables





## RESGUARDAMOS LA SALUD Y SEGURIDAD EN *ECOMMERCE*

Junto con otras empresas del sector y asociaciones afines, participamos en la creación de la Guía para la preparación, compra y entrega de pedidos de comercio electrónico durante la pandemia de COVID-19, en México. Esta guía, busca procurar las medidas de sanidad pertinentes en las etapas de un pedido en línea, para resguardar la salud de todos los involucrados y mantener la confianza de los consumidores que desean recibir sus compras a domicilio.



### Algunas de las buenas prácticas recomendadas por esta guía, y a las que nos hemos apegado son:

- Reforzar y vigilar el cumplimiento de rutinas de aseo general de alta frecuencia
- Generar planes de desinfección continua en lugares de uso común
- Desinfectar diariamente artículos como carritos, cascos, montacargas, llaves, manubrios y el interior del vehículo utilizado para el manejo y entrega de los productos
- Procurar el contacto mínimo con manijas, portones, picaportes, barandales y rejas que no sean fundamentales para concretar la entrega





Conscientes de la importancia de [cuidar a las personas en situación vulnerable por COVID-19, que requieren hacer sus compras sin salir de casa](#), asignamos un horario preferente de entrega a domicilio a través de nuestras plataformas de *eCommerce* de los distintos formatos. El sistema les permite llenar su carrito con los artículos de su preferencia y una vez seleccionada la dirección de envío o la opción de *pickup*, pueden elegir la fecha y el horario especial para grupos de riesgo, que se trata del primer horario disponible de cada día.

Con este esfuerzo, beneficiamos a la población vulnerable, como adultos mayores, mujeres embarazadas, personas con discapacidad, trabajadores del sector salud y personas que padecen enfermedades inmunodepresivas, cardíacas, pulmonares, renales, hepáticas, sanguíneas o metabólicas, como lo indica la Secretaría de Salud Federal.



**Nuestros productos****GARANTIZAMOS EL ABASTO CON  
PRECIOS BAJOS TODOS LOS DÍAS**

Ante la urgente demanda de productos básicos al inicio de la contingencia, trabajamos incansablemente para [garantizar el abasto para nuestros clientes](#) de productos como papel higiénico, frijol, arroz, leche, perecederos, abarroses básicos y productos de limpieza, entre otros. De esta manera, les brindamos a nuestros clientes la certeza de que en nuestras tiendas siempre encontrarán lo que necesitan para ellos y sus familias.

Hoy más que nunca honramos nuestra filosofía de [Precios Bajos Todos los Días](#). Para cuidar de la economía familiar de nuestros clientes, trabajamos con nuestros proveedores y socios comerciales para contener los precios de los productos que más demanda tuvieron durante la crisis sanitaria, poniendo [especial énfasis en la canasta básica de productos esenciales](#), en cada uno de los países en los que operamos.



Tomando en consideración las dificultades económicas por las que muchas familias atraviesan, creamos en conjunto con el gobierno de la Ciudad de México, un [programa integrado por más de 300 artículos](#), desde alimentos hasta productos de higiene personal y limpieza del hogar, con los precios más bajos del mercado y con la promesa de mantener los precios durante 60 días sin cambio que llamamos [Los Esenciales](#). En un inicio, este programa fue creado para comercializarse en las tiendas del formato Bodega Aurrera del Valle de México por el periodo antes mencionado. Sin embargo, debido a su gran aceptación y beneficio económico, el programa se extendió todo el año, en todo el país y a todos los formatos de autoservicio de la compañía. Adicional a esta campaña, en apoyo a la economía de los estudiantes mexicanos, se lanzó [Los Esenciales para este Regreso a Clases](#), para mantener precios bajos en más de 60 artículos básicos de la lista escolar en las más de 2,000 Bodegas Aurrera a nivel nacional durante mes y medio. Es así como a partir de un esfuerzo conjunto entre nuestra compañía, proveedores y las autoridades, encontramos otra manera de mantener nuestra promesa de tener Precios Bajos Todos Los Días en beneficio de las familias del país en los momentos que más lo necesitan.

La pandemia ha venido a cambiar los hábitos de todos, desde la manera de relacionarnos hasta en la que trabajamos y en la que compramos. Poner al cliente en el centro de nuestras decisiones nos llevó a entender el nuevo estilo de vida de las familias para tomar medidas que satisfagan sus nuevas necesidades.



**Atendiendo a estos cambios, en Bodega Aurrera reforzamos la campaña Morralla, la cual contiene una selección de varios productos con puntos de precio a partir de 5 pesos, incluyendo Nuestras Marcas, con lo cual las personas no sólo incrementaron la cantidad de artículos adquiridos, sino que obtuvieron productos de alta calidad a precios accesibles**

Otra estrategia implementada es la campaña Cañonazos, enfocada en reforzar los artículos de mayor volumen, de marcas y productos más vendidos con la mejor propuesta de valor y precio, con el fin de potencializar su venta.





**3**

## AYUDARNOS UNOS A OTROS, INCLUIDAS LAS COMUNIDADES A LAS QUE SERVIMOS Y NUESTROS PROVEEDORES

Somos una compañía comprometida con las comunidades a las que servimos y sabemos que hoy más que nunca son momentos de ser solidarios. Gracias a este compromiso, logramos impactar positivamente en la vida de nuestros asociados, proveedores y comunidades, y ser un aliado del gobierno en beneficio de la sociedad.



## SOMOS UNA EMPRESA DE GENTE, SIRVIENDO A LA GENTE

Ante una crisis como la que vivimos, en la que las comunidades necesitan de nuestro apoyo y respaldo, realizamos una donación de 130 millones de pesos para financiar la Unidad Temporal COVID-19 que fue adaptada en las instalaciones del Centro Citibanamex para la atención de pacientes que requieran oxigenoterapia, espacios de terapia intermedia, áreas destinadas a médicos, laboratorio y el traslado de pacientes que requieran cuidado intensivo.

El objetivo de esta acción solidaria fue combinar la especialidad logística e infraestructura inmobiliaria de CIE (Corporación Interamericana de Entretenimiento), CODERE (Centro Citibanamex) y otros aliados, con la experiencia y el prestigio de instituciones como la Fundación Carlos Slim para planear, construir y habilitar una Unidad Temporal, misma que es operada por la UNAM y el Gobierno de la Ciudad de México. Esta unidad ha servido para atender a 6,592 mil pacientes, de los cuales ya se dieron de alta poco más del 88%.

Asimismo, Fundación Walmart de México en conjunto con el Centro Mexicano para la Filantropía desarrolló Fondo de Despensa MX, para recaudar fondos y ayudar a familias que perdieron sus ingresos derivado de la pandemia. Esta alianza permitió que 7,273 familias mexicanas contaran con alimentos en sus mesas durante esta crisis, a través de la entrega de tarjetas de ayuda redimibles en nuestras tiendas Walmart Supercenter, Bodega Aurrera y Superama.


**26.3 millones**

de pesos recaudados


**7,273**

familias destinatarias


**40,165**

despensas entregadas

## Reconocemos la gran labor que realizan miles de profesionales día con día para salvar vidas y hacer que la sociedad siga en marcha

Como una forma de agradecimiento a los médicos, enfermeras y otros profesionales de la salud, bomberos, policías e integrantes del ejército y la marina, y de protección civil, les otorgamos el 10% de descuento en productos de farmacia en todas nuestras tiendas. Por su parte, Sam's Club abrió sus puertas para que estas personas pudieran realizar compras sin necesidad de tener membresía en los 164 clubes a nivel nacional durante la emergencia sanitaria, con el único requisito de presentar una identificación del lugar de trabajo.







**Estos esfuerzos fueron resultado de la cooperación conjunta, demostrando que, en tiempos difíciles, unidos podemos hacer la diferencia en la vida de muchas personas**

En Centroamérica, apoyamos a diferentes entidades de ayuda en toda la región con la donación de 7.4 millones de pesos en abarrotes, productos de cuidado personal, aseo, higiene y bioseguridad, beneficiando a más de 328,900 personas.

Adicionalmente, activamos el programa Manos Amigas en Costa Rica, Guatemala y El Salvador, el cual consistió en la instalación de centros de acopio dentro de las tiendas, donde los clientes podían depositar sus donativos en productos de primera necesidad, para ser entregados posteriormente a las autoridades de ayuda, quienes lo distribuyeron entre la población afectada. A través de este programa logramos donar 1,422 kilos de productos. En Costa Rica también donamos un espacio del centro de distribución ubicado en Santa Ana a la Comisión de Emergencias, que fue utilizado para el resguardo de insumos para la emergencia.



## HACEMOS EQUIPO CON NUESTROS PROVEEDORES Y SOCIOS DE NEGOCIO

En México y Centroamérica tenemos 41,186 proveedores, de los cuales un alto porcentaje son micro y pequeñas empresas que, ante la pandemia, enfrentaron situaciones que dificultaron su operación. Con el fin de contribuir a impulsar su crecimiento, creamos el Plan de Apoyo para Micro y Pequeñas Empresas.





## Entre los apoyos que otorgamos a través de este plan se encuentran los siguientes:



El Programa de Financiamiento a través de Factoraje a tasas competitivas, por medio del cual nuestros proveedores pueden convertir sus cuentas por cobrar en efectivo de forma inmediata. Este programa está orientado a satisfacer sus necesidades de capital de trabajo, proporcionándoles mayor liquidez y apoyándoles para cumplir sus compromisos y ciclo de producción.



Reducimos los plazos de pago a las micro y pequeñas empresas que son proveedores de bienes y servicios para la compañía de forma indefinida.



Condonamos dos meses de renta a micro y pequeños arrendatarios de locales, ya sea dentro de la propia unidad o colindando con ésta.



Adicionalmente, ocupamos la capacidad ociosa de nuestros socios comerciales y contratamos a miles de personas de manera que pudiéramos hacer frente a las entregas de pedidos, a la vez que generamos trabajo.

Con el fin de promover la digitalización de las Pymes, a finales de año lanzamos [Walmart Reemprende Digital](#), un programa de capacitación digital diseñado para emprendedores que han sido afectados por la contingencia y que necesitan apoyo para enfrentar la crisis. Hicimos este programa posible a través de la alianza de Fundación Walmart de México y Fundación ProEmpleo Productivo, y de esta manera contribuimos a la reactivación económica del país.



## HOY MÁS QUE NUNCA VIVIMOS NUESTRA FILOSOFÍA DE PRECIOS BAJOS TODOS LOS DÍAS

Cumplir con nuestra filosofía de Precios Bajos Todos Los Días durante este año fue todo un reto. Frente al inesperado aumento en la demanda de ciertos productos al inicio de la crisis sanitaria, tuvimos que reaccionar de manera inmediata para impedir que esto ocasionara un incremento en los precios, afectando directamente a nuestros clientes.

Ante esta situación, nos vimos en la necesidad de adaptar nuestra operación para acelerar la cadena de abasto en una magnitud que no se tenía prevista. Implementamos estrategias logísticas de punta a punta, actualizamos la planeación comercial, fortaleciendo de forma importante la organización interna y la relación con nuestros socios comerciales. Esto facilitó la entrega de mercancías en centros de distribución, y de forma extraordinaria, algunos proveedores entregaron directamente los productos en tienda, lo que también implicó un ajuste en el catálogo.

Este trabajo en conjunto con nuestros proveedores y socios comerciales, permitió generar un acuerdo para contener los precios de los productos que más demanda tuvieron entre la sociedad en favor del cuidado de la economía de nuestros clientes.

Gracias a la suma de esfuerzos realizados fuimos capaces de expandir nuestro diferencial de precio en 50 puntos base.

La crisis sanitaria ha ocasionado que muchas personas sean más cautelosas con el gasto familiar. En este contexto, los productos de Nuestras Marcas fueron favorecidos con la preferencia de nuestros clientes, debido a su competitividad en precio y calidad, posicionándose así, como un aliado en la economía de las familias.



**4**

## MANEJAR EL CORTO PLAZO DE FORMA EFECTIVA, FINANCIERA Y OPERATIVAMENTE



### MEJORAMOS NUESTRA PRODUCTIVIDAD

Somos una empresa que trabaja constantemente en mejorar su propuesta de valor en cuanto a precio, servicio y surtido. La revisión y mejora de procesos en nuestra operación, así como la implementación de tecnología y digitalización para fortalecer nuestra estrategia omnicanal, fueron factores que nos permitieron mejorar la productividad y apalancar costos a través de iniciativas que facilitaron el acceso a productos pensados en los clientes.

Gracias a nuestra disciplina financiera, sin efectos no recurrentes, mantuvimos los gastos operativos en niveles similares a los del año anterior, pese a que tuvimos mayores gastos relacionados con la pandemia.

Balanceamos siempre el corto y el largo plazo en nuestras inversiones, los recursos invertidos en nuestro negocio omnicanal nos han puesto en una posición única para servir mejor a nuestros clientes durante los momentos de emergencia, mientras que con una visión de largo plazo seguimos construyendo capacidades e infraestructura para continuar entregando resultados favorables.

**A medida que crecemos y reinvertimos en el negocio, nuestra fortaleza financiera aumenta**

## Enfocándonos en entender y atender las necesidades de nuestros clientes, y así mantener su preferencia, reforzamos y mejoramos nuestro nivel de servicio

Al construir mayor capacidad, invertir y optimizar nuestra operación, fuimos capaces de mejorar considerablemente el NPS (*Net Promoter Score*), nuestro indicador para medir la lealtad y la satisfacción del cliente, incluso por arriba de los niveles de 2019. Este importante logro fue gracias al trabajo de nuestros asociados, que dieron siempre su mejor esfuerzo por ofrecer a nuestros clientes una mejorada experiencia de compra sin fricciones.

En Centroamérica, la pandemia también nos llevó a acelerar nuestros planes omnicanal. Contamos con más de 200 tiendas habilitadas con capacidades omnicanal, en las que los clientes tienen la opción de recoger sus compras a través de módulos *pickup* y/o a través de entrega a domicilio, otorgando a nuestros clientes de la región experiencias de compra sin fricción y con las medidas de seguridad e higiene recomendadas cuando acuden a nuestras tiendas.

Nuestro desempeño ha sido consistente y el crecimiento en ventas a unidades iguales continúa siendo el motor de crecimiento principal. Durante el año, en México la contribución de *eCommerce* al crecimiento de ventas totales se incrementó 2.5 veces contra el 2019. Además, nuestro GMV (*Gross Merchandise Value*) creció 164%.

Sabemos que nuestra oferta de *eCommerce* está resultando muy atractiva para nuestros clientes y que probablemente sigan comprando en línea una vez que la situación se normalice. Vamos por el camino correcto, somos un negocio resiliente y capaz de adaptarse a las situaciones. Nuestra fortaleza financiera nos permitirá seguir innovando e invirtiendo para mantener nuestro liderazgo y entregar resultados de forma simultánea.


**2.6%**

 contribución de *eCommerce* al crecimiento de ventas en México




**5**

## IMPULSAR NUESTRA ESTRATEGIA INCLUSO EN MOMENTOS DE CRISIS

Entendemos la difícil situación por la que atraviesan muchos sectores, nos ponemos en su lugar y somos conscientes de que se trata de una relación de interdependencia en donde si gana uno, ganamos todos. Nos llena de orgullo que, a través de un gran esfuerzo conjunto con nuestros asociados y proveedores, así como de la cooperación de la sociedad, hemos obtenido grandes logros para reforzar la actividad económica, y con ello, contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias mexicanas y centroamericanas.



**Continuamos invirtiendo en la región, a pesar de la incertidumbre del entorno, ya que creemos en su potencial de largo plazo**





**1.5%**aportación de las tiendas nuevas  
al crecimiento total en ventas

## INVERTIMOS EN INFRAESTRUCTURA PARA SEGUIR CONSTRUYENDO EL FUTURO

Desde nuestra llegada a la región, hemos sido fuertes impulsores de la economía. En la compañía tenemos la visión de invertir en infraestructura que favorezca no sólo al negocio sino el desarrollo y crecimiento de los países en los que operamos.

Ante el panorama económico retador, decidimos no detenernos y [continuar invirtiendo en México y Centroamérica](#) para generar fuentes de empleo, innovación tecnológica y oportunidades para las familias.

A causa de la emergencia sanitaria, tuvimos que aplazar la construcción de tiendas y remodelaciones dada la imposibilidad práctica de obtener permisos y licencias e incluso debido a las medidas de distanciamiento social. Sin embargo, durante el año retomamos nuestro plan de crecimiento de tiendas nuevas a un ritmo más rápido, siempre siguiendo las recomendaciones de las autoridades para las construcciones y asegurándonos de que las condiciones fueran seguras en todo momento. Redoblar esfuerzos por mantener nuestra estrategia, permitió que la aportación de las tiendas nuevas al crecimiento total en ventas fuera de 1.5%.





**Picker  
Bodega Aurrera**



## INVERTIMOS EN LOGÍSTICA Y EN ECOMMERCE

El incremento en la demanda de pedidos a través de nuestras plataformas de *eCommerce* fue tres veces mayor comparada con el 2019, por lo que robustecimos nuestra capacidad operativa, contratando a más de 2,700 nuevos *pickers*. Además, impulsando nuestra estrategia del año, inauguramos tres nuevos Cedis, por lo que ahora nuestra infraestructura tiene cinco operaciones dedicadas a *eCommerce*; tres *fulfillment centers* y dos Cedis omnicanal.

De igual forma, respondiendo a las necesidades del mercado, en México, [lanzamos los sitios Bodega Aurrera tanto para catálogo extendido como para Despensa a tu casa](#), así como la [habilitación del servicio On Demand para 101 tiendas en Bodega Aurrera y 164 tiendas en Sam's Club](#) que no se tenían planeadas habilitar en el año. Esto nos permitió llegar de forma rápida y eficiente a comunidades que se beneficiaron de nuestra presencia, ampliando nuestra cobertura en 70 ciudades con 586 tiendas, ofreciendo entrega a domicilio y más de 1,100 quioscos de catálogo extendido.

Sin duda fue un año de demostrar nuestra resiliencia y capacidad de innovación, lo que nos permitió entregar resultados favorables.

**Nos sentimos afortunados de operar un negocio que nos permitió estar cerca de nuestros clientes en los momentos en los que más lo necesitaban y aprender de ellos todos los días**