



## EL RETO:

estar cerca  
a pesar de  
la distancia

ESTE AÑO ACELERÓ SIGNIFICATIVAMENTE LA ADOPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE *PICKUP* Y ENTREGA A DOMICILIO EN TODOS NUESTROS FORMATOS. LAS INVERSIONES QUE HICIMOS EN EL PASADO Y EL MODELO OPERATIVO QUE DESARROLLAMOS, NOS PERMITIERON RESPONDER RÁPIDO Y BRINDAR UN SERVICIO ESENCIAL A NUESTROS CLIENTES EN ESTA NUEVA NORMALIDAD





## INNOVACIÓN DENTRO Y FUERA DE LA TIENDA

En nuestra trayectoria como negocio, constantemente hemos trabajado para fortalecer e innovar nuestra infraestructura logística, capacidades tecnológicas, tiendas y plataformas digitales, y en los últimos años, nos enfocamos en transformar nuestra forma de trabajar para convertirnos en una organización ágil, diseñando soluciones de punta a punta y tomando decisiones basadas en datos.

**Gracias a esto, nuestros clientes pueden elegir entre diferentes canales de compra y distintas formas de recibir sus productos, siempre con los mejores precios**



# NOS TRANSFORMAMOS PARA OFRECER LA MEJOR EXPERIENCIA

Esta nueva forma de trabajar, más que una dirección, proporciona una visión. Nuestros asociados cuentan el día de hoy con una **mentalidad ágil que gira en torno a cuatro pilares**: conocer, empoderar, compartir y reconocer. Siempre con la estrategia como la Estrella Norte que guía nuestras decisiones.

Al momento de diseñar una solución, nuestros ciclos de aprendizaje son más rápidos, permitiéndonos evaluar y replantear soluciones de manera eficiente. Este año nuestras decisiones y liderazgo fueron guiadas por la transformación, a través de la ejecución de diversos planes de acción para mantener una posición sólida en el mercado, preparándonos para operar el negocio del futuro.

El talento de nuestros asociados y el uso eficiente de la tecnología nos ha llevado a construir un negocio omnicanal más firme y eficiente. Hemos apalancado este crecimiento del poder de conocimiento colectivo y la experiencia internacional que nos ofrece la capacidad de nuestra escala.

Impulsados por una de nuestras fortalezas, a la que denominamos *Powered by Walmart* (Impulsada por Walmart, por su traducción del inglés), probamos tecnologías y procesos que han sido exitosos en otros mercados de nuestro negocio. De esta manera logramos reducir tiempos de implementación y uso de capital, gracias a la adopción de mejores prácticas y conocimiento probado en otros países en donde Walmart tiene presencia.

Gracias a la evolución de nuestra operación y al **constante esfuerzo por innovar** en cada aspecto de nuestro negocio, hemos sido capaces de responder de forma exitosa ante los retos presentados por la disrupción del mercado.



**Nuestra transformación se relaciona con un proceso de evolución constante. Este año, la madurez que alcanzaron nuestros equipos se vio reflejada en el crecimiento en cuanto a desempeño y resultados**

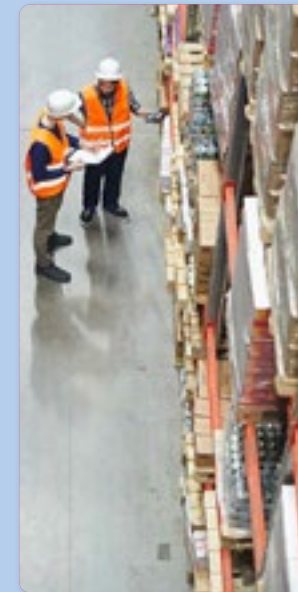
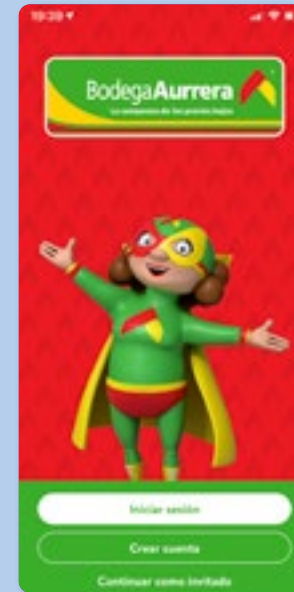
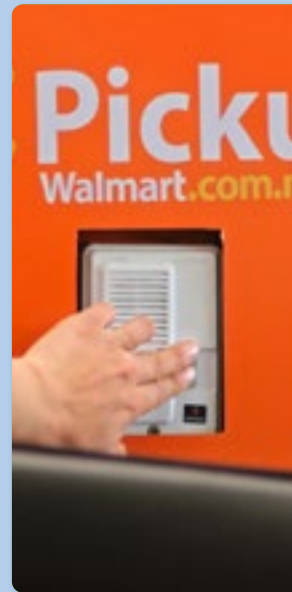
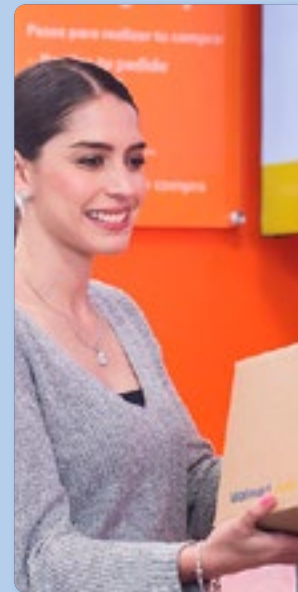




# EVOLUCIONAMOS NUESTRO *ECOMMERCE*

## Nos motiva ver el potencial que tenemos en el negocio omnicanal ante la evolución acelerada del mercado

La evolución de nuestras plataformas de *eCommerce* ha consistido en un camino de 15 años de constante esfuerzo e innovación. Con el compromiso de nuestra propuesta de valor de precios bajos y un alto nivel de servicio, continuamos invirtiendo para mantener nuestro liderazgo, la lealtad de nuestros clientes y la confianza de los que experimentan con las compras en línea por primera vez.



**2005**

Superama a domicilio

**2013**

walmart.com.mx  
MG

**2014**

walmart.com.mx  
SaD

60 tiendas con SaD

**2015**

154 tiendas con SaD

100% quioscos  
Walmart

superama.com.mx

Apps Walmart MG y  
Súper

**2016**

Actualización de  
sams.com.mx

Quioscos en  
Bodega Aurrera

SaD en 38 ciudades  
y 26 estados

Pickup Superama y  
Walmart

**2017**

Actualización de Apps

Marketplace

340 quioscos (Walmart  
y Bodega Aurrera)

200 vendedores en MP

**2018**

Ganar en *On Demand*

App de Bodega  
Aurrera

560 quioscos (Walmart  
y Bodega Aurrera)

650 tiendas con Pickup

**2019**

App MG actualizada  
Cedis Guadalajara /  
Monterrey

560 quioscos  
(Walmart y Bodega  
Aurrera)

+600 tiendas con  
Pickup  
+1,000 vendedores  
en MP

**2020**

Todos nuestros formatos  
cuentan con plataformas  
digitales, capacidades  
*On Demand* y entrega el  
mismo día

Inauguramos un *fulfillment  
center* para *eCommerce* y  
nuestros primeros dos Cedis  
omnicanal

MG: Mercancías Generales  
SaD: Servicio a Domicilio  
MP: Marketplace



## AMPLIAMOS NUESTRAS CAPACIDADES

SASB **CG-EC-000.B**, **CG-EC-000.C**, **CG-EC-000.A**

Sin duda, la mayor disrupción observada este año sucedió en el negocio omnicanal debido al cambio de comportamiento de los clientes derivado de la contingencia. En este contexto, [nos adaptamos y expandimos rápidamente](#) para atender una demanda creciente en la compra a través de medios digitales.

Logramos habilitar 63 áreas del servicio *On Demand* para Walmart y Superama, de las cuales 35 se habilitaron en menos de 72 horas. De estas habilitaciones, nueve se hicieron en ciudades donde no teníamos presencia anteriormente. Contamos con un total de 321 tiendas con operación *On Demand* que cubren 228 tiendas Walmart, y 93 de Superama más Walmart Express.

Al inicio de la contingencia sanitaria, en Bodega Aurrera no contábamos con la infraestructura necesaria para soportar la operación de Despensa a tu Casa. Sin embargo, durante el año logramos habilitar 101 unidades, posicionando nuestra propuesta de valor en 18 estados de México. En Sam's Club habilitamos los 164 clubes con capacidades *On Demand*, iniciativa que ha sido muy bien recibida por nuestros socios.

Innovamos e invertimos en tecnología para mejorar nuestra productividad y [facilitar el trabajo de nuestros asociados](#) con el uso de herramientas y plataformas que les permitan resolver problemas de servicio y mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes.

**En México, contamos con un total de 586 tiendas ofreciendo servicio de entrega el mismo día, *On Demand***



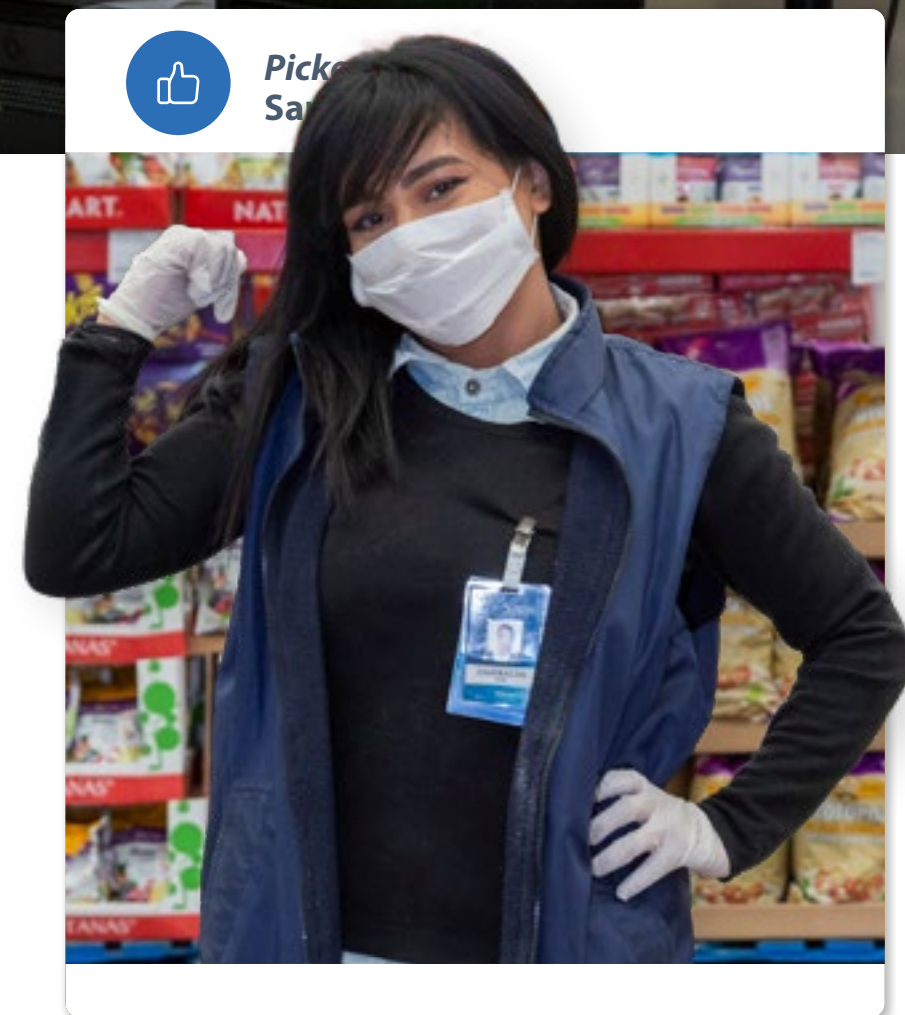




**Ante un año tan retador, nos enorgullece haber podido responder de forma rápida ante la situación y seguir innovando para evolucionar la experiencia de compra de nuestros clientes y socios**

Durante el año desarrollamos más de diez aplicaciones que nos han permitido conocer, evaluar y mejorar procesos internos de producción, distribución, servicio, atención al cliente e incluso de seguridad. Entre ellas está *Ticket audit* de Sam's Club, que nos permite verificar los *tickets* de compra sin tener fricción con nuestros socios, evitando pérdidas en tienda y logrando reducir el tiempo de espera para la revisión del mismo al salir del club.

Además, hemos implementado más de 20 nuevas funcionalidades al Flex POS, nuestro sistema para administrar el punto de venta, el cual permite tener más opciones de pago como auto-escaneo, auto-cobro y servicios financieros, con el propósito de adaptarnos a nuevas regulaciones, construir nuevas oportunidades de negocio y digitalizar procesos.



## MEJORAMOS NUESTRA ENTREGA A DOMICILIO

Para soportar la demanda de entregas a domicilio, duplicamos las unidades de transporte en los picos de la pandemia e incrementamos 2.5 veces la plantilla de pickers en contraste con la que contábamos previo a la contingencia. De igual forma, implementamos una iniciativa de picking y entrega externa (*crowdsourcing*), que da servicio a 28 tiendas y nos dio la oportunidad de servir a más clientes.

Contar con un equipo de *picking* fortalecido nos permitió innovar para agilizar el trabajo y que las tareas de recolección de pedidos en tienda fueran más eficientes. Fue así como desarrollamos el *Multipicking*, donde nuestros pickers se organizan por área específica y realizan varias recolecciones de productos de la misma área para diferentes clientes. De esta forma generamos especialización, mejoramos la calidad de selección en el caso de perecederos y disminuimos el tiempo de entrega.



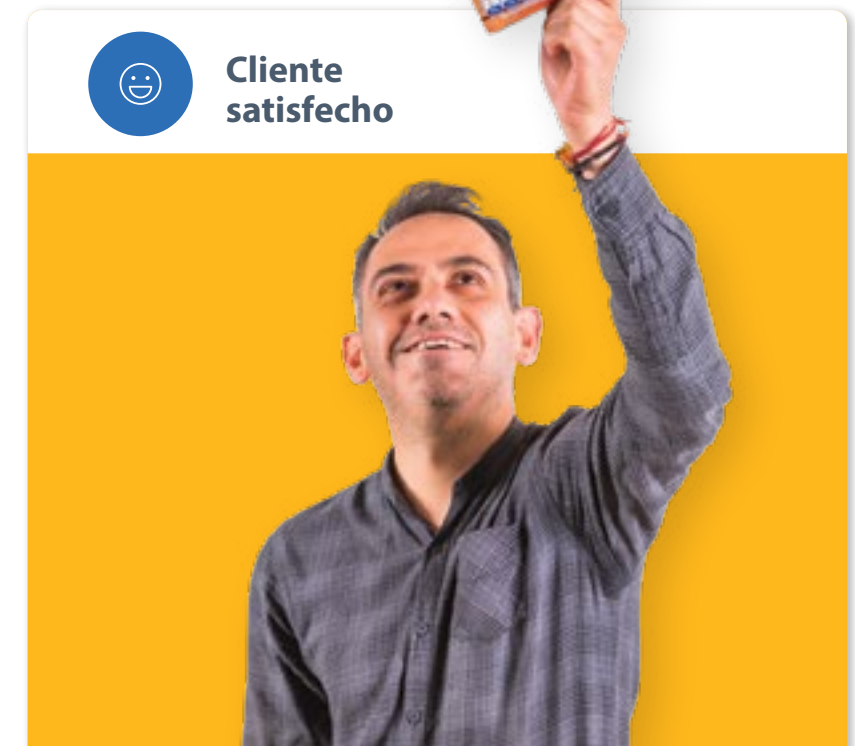
**Gracias a nuestra disciplina, trabajo e inversión, nos adaptamos a las necesidades de nuestros socios y clientes, y extendimos nuestra oferta de entrega a domicilio el mismo día para todos los formatos**



**Picker  
Walmart**



**Cliente  
satisfecho**







**Dimos pasos sólidos en nuestra estrategia omnicanal, ahora podemos entregar más de 52,000 productos el mismo día**

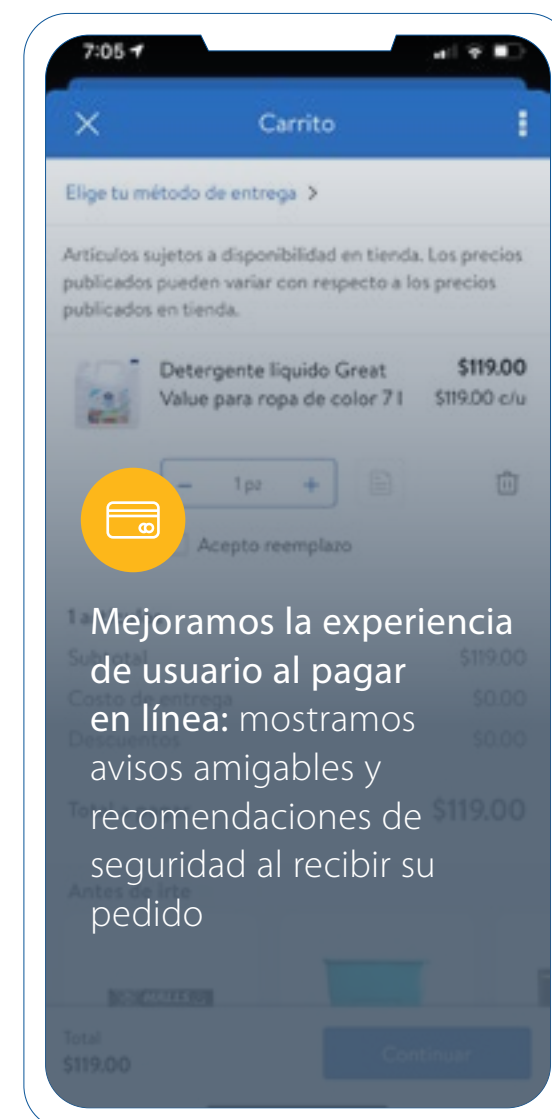


## EXPERIENCIA DE COMPRA DIGITAL

Desarrollar una estrategia adaptada al negocio omnicanal, se convirtió en un diferenciador importante este año. Nuestra visión *Powered by Walmart* nos permitió aprender rápidamente de las adversidades y responder de forma más rápida ante la emergencia.

Con medidas como estas, logramos que nuestros cuatro formatos estuvieran dentro del top cinco en la preferencia y lealtad de los clientes, medido a través del indicador NPS.

**Ejecutamos planes de trabajo para ofrecerle a nuestros clientes una nueva y mejor experiencia de compra sin fricciones a través de las siguientes acciones:**







Oferta Omnicanal  
México



Formato

Unidades



Quioscos



Servicio On Demand



Ubicaciones Pickup



2,088

825

101

808



287

287

228

284



95

-

93

93



164

-

164

164

EXPERIENCIA DE  
COMPRA EN TIENDA

Los hábitos de compra están evolucionando más rápido que nunca. En Walmart, seguimos creciendo e implementando innovaciones tecnológicas para mejorar la experiencia de compra.

Expandimos nuestro servicio de auto-cobro en todos nuestros formatos, el cual ha ganado mayor relevancia por las medidas de distanciamiento. Bodega Aurrerá es actualmente el formato en donde más se utiliza este sistema debido a su tracción utilizando el servicio. En Walmart y Superama, este año implementamos el servicio en 38 tiendas más, 34 en Walmart y cuatro más en Superama. Actualmente, el 22% de las transacciones las tiendas habilitadas con el servicio, se realizan a través del auto-cobro.

Sam's Club, fue el primer club de precios con auto-cobro y, además, desarrollamos 80 nuevas funcionalidades y mejoras para el punto de venta.

En Walmart Heredia Este, ubicado en Costa Rica, implementamos nuestra primera tienda con sistema de auto-cobro de la región. Con la cual nuestros clientes tienen una experiencia de compra renovada, con menor tiempo de atención y mayor autonomía, manteniendo los protocolos de salud pública.

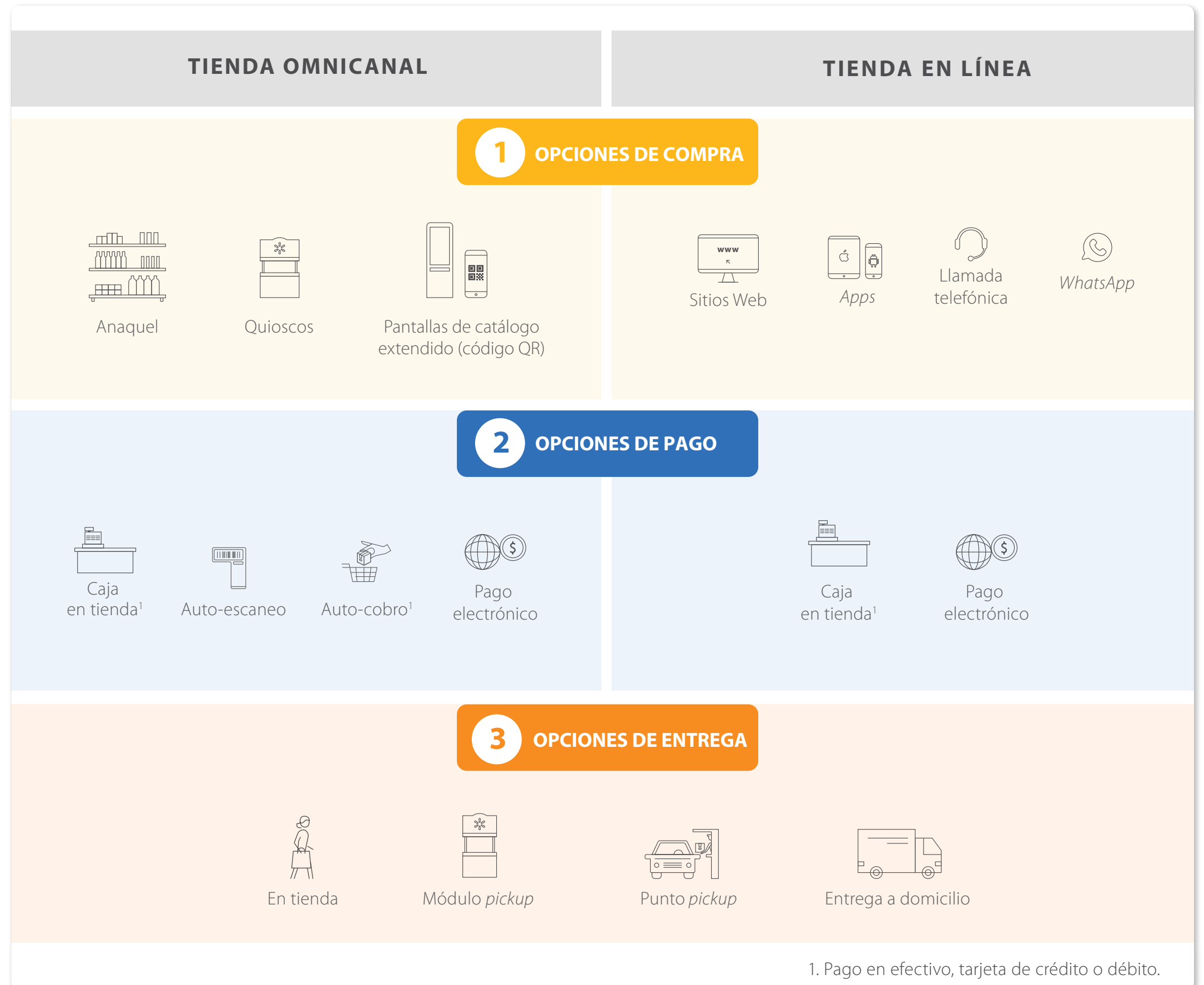


## EXPERIENCIA OMNICANAL

Ofrecemos una experiencia de compra completa, que permite realizar compras ya sea de forma presencial en nuestras tiendas, o digitalmente a través de nuestros sitios web y aplicaciones, e inclusive utilizando servicios de mensajería como *WhatsApp*. Asimismo, se pueden usar distintos medios de pago y elegir distintas alternativas de entrega, de forma fácil, integrada, sin fricciones y con los mismos beneficios.



**Transformando la experiencia en tienda y en plataformas digitales**



1. Pago en efectivo, tarjeta de crédito o débito.





## INNOVAMOS PARA AGREGAR VALOR



**Como parte de nuestra transformación, continuamos innovando con conceptos que se integran y agregan valor a nuestra propuesta. De esta manera, utilizamos nuestra escala de manera positiva para contribuir con el bienestar y cuidado de las familias y comunidades de la región**



## WALMART EXPRESS



**Entre otras cosas, los clientes en la actualidad buscan encontrar en un supermercado una experiencia de compra práctica y segura, adaptada a sus estilos de vida y nuevas necesidades, con oferta omnicanal y que los acerque a productos de calidad con precios bajos**

Como respuesta a las necesidades de los clientes actuales, este año le dimos la bienvenida a Walmart Express, un nuevo formato que dentro de sus características ofrece:

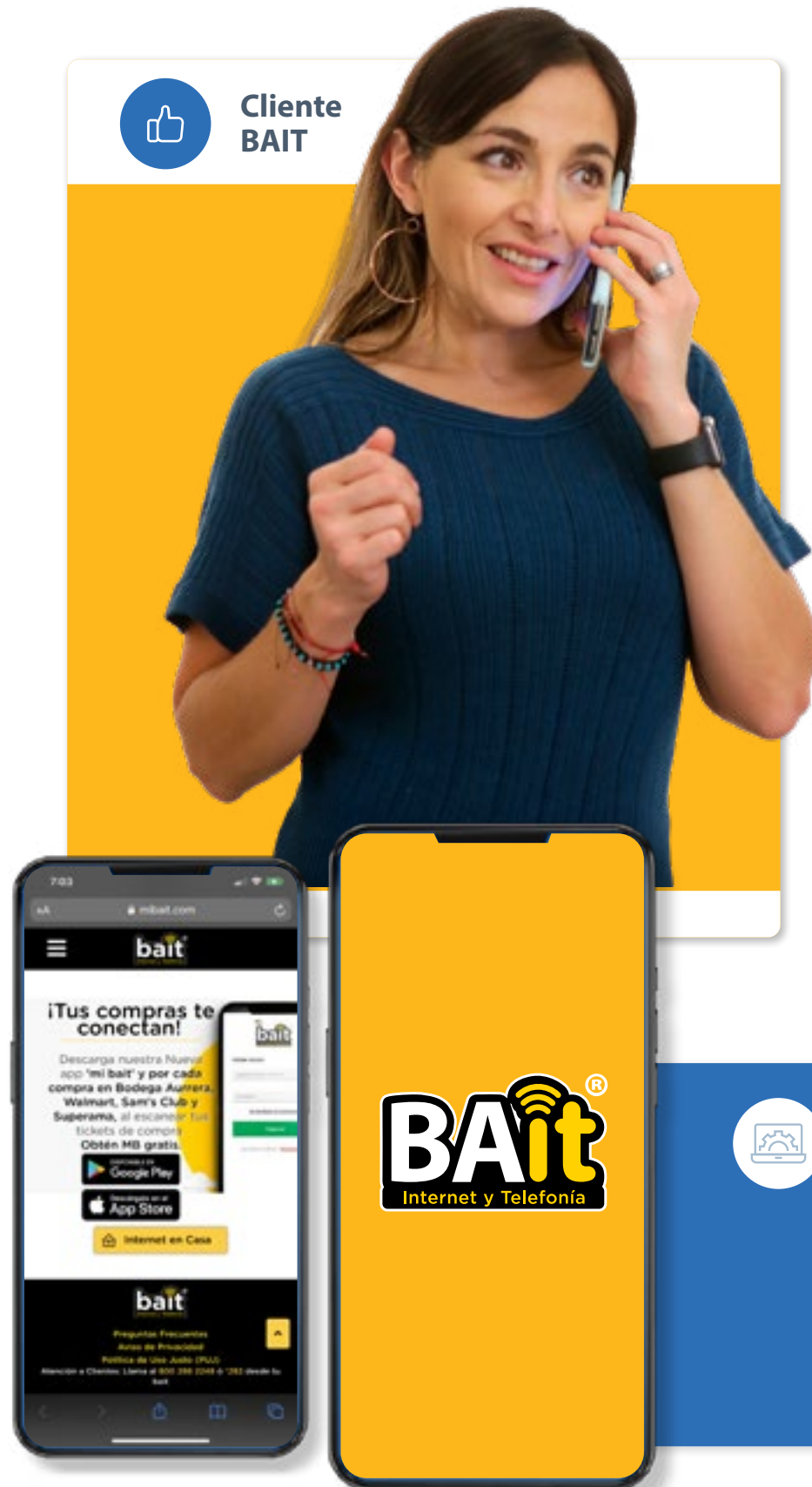
- **Proximidad y seguridad:** Tiendas cercanas y modernas, con espacios diseñados para realizar compras en un ambiente seguro y agradable
- **Precio y calidad:** Acceso a productos frescos y de calidad, sumado al compromiso de Precios Bajos Todos los Días
- **Agilidad:** Con la oferta de múltiples puntos de acceso, todos con la mejor experiencia de compra, ya sea de manera presencial o a través de compra en línea y aplicaciones, atención vía *WhatsApp*, entrega a domicilio, o el servicio *pickup* de recolección de mercancía desde la comodidad del auto

Nuestro nuevo formato tendrá dos líneas de crecimiento: la conversión gradual de las tiendas Superama a este nuevo formato y el potencial de construir nuevas tiendas en más ubicaciones. Walmart Express tiene como pilares principales mantener la proximidad y conveniencia de Superama, la calidad y frescura de sus perecederos, así como la oferta de precios bajos que se pueden encontrar en tiendas Walmart.

Tras la puesta en marcha de este nuevo concepto en México, las operaciones de Walmart y Walmart Express compartirán las mejores prácticas, tanto en tiendas como en línea, en donde las inversiones en tecnología *On Demand* se conectarán directamente con una propuesta de valor omnicanal más robusta.







## BAIT (BODEGA AUERRERA INTERNET Y TELEFONÍA)

Al mantenernos en constante evolución y pasar de ser un negocio de tiendas a un negocio omnicanal, identificamos que existen adyacencias naturales a nuestro negocio que permitirán resolver puntos de dolor a nuestros clientes a la vez que generamos nuevas formas de ingreso. Con esta visión, este año lanzamos BAIT, nuestro servicio de conectividad que ofrece telefonía móvil de forma accesible e incluyente para las familias mexicanas.

Esta nueva propuesta, impulsada por la mejor oferta prepago del país, con servicios de conectividad ilimitada, datos, voz y SMS, por solo MXN\$50 semanales o MXN\$200 mensuales, incluyendo cobertura nacional e internacional. Se puede obtener en los formatos de Bodega, Mi Bodega y Walmart.

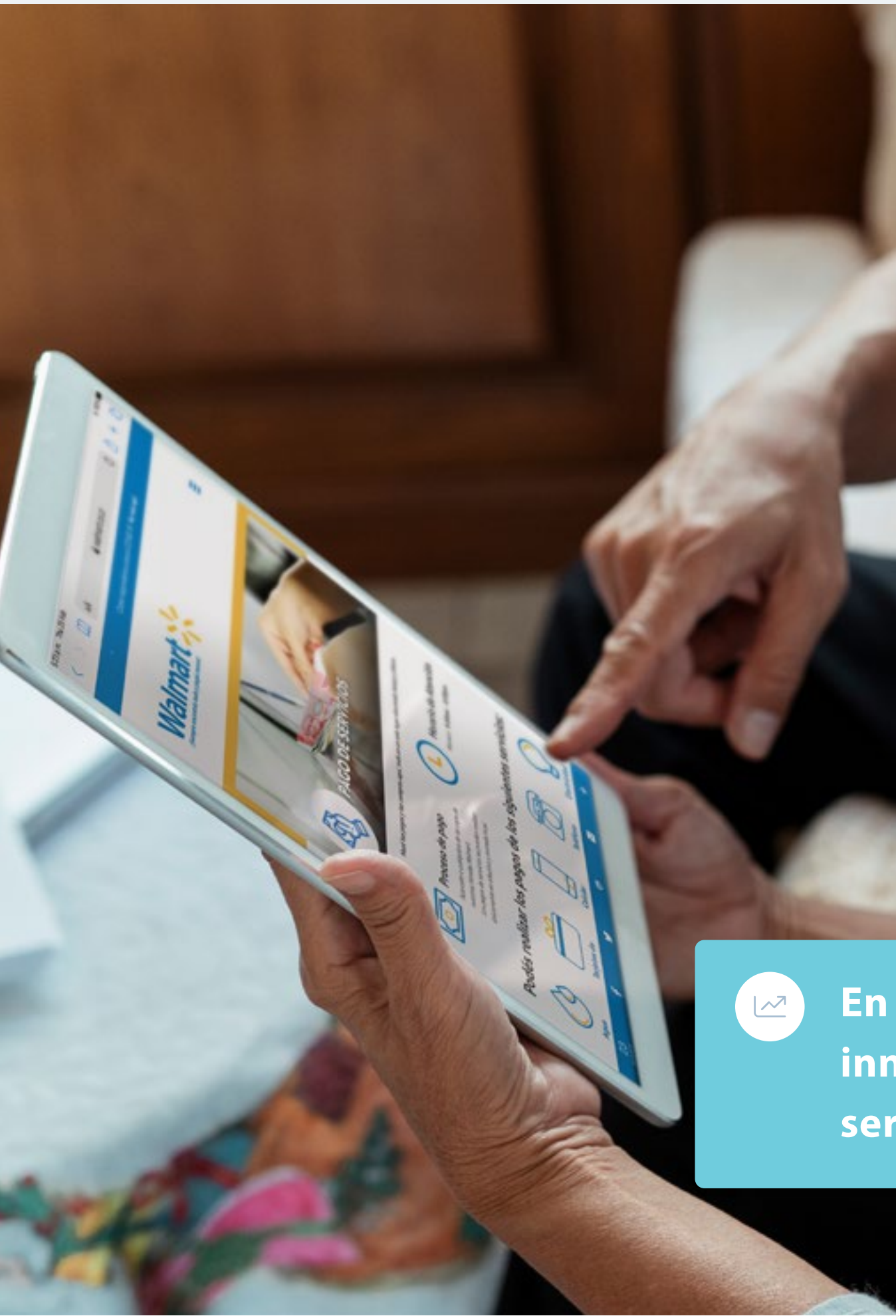
El gran diferenciador de BAIT es la alineación del plan de telefonía móvil con la búsqueda constante de innovación de la compañía. Apostamos por un servicio incluyente y accesible para que la población que habita en zonas remotas cuente con acceso a internet y pueda vivir una vida mejor. Además, ofrece una propuesta de valor inédita en el mercado, llamada Tus compras te conectan, en la que nuestros clientes al realizar sus compras y escanear el *ticket*, obtienen megas gratis para continuar conectados con sus seres queridos.

Como apoyo a las familias mexicanas, BAIT ofreció 30 días de conectividad ilimitada gratis durante los meses de junio y julio de 2020, al adquirir la tarjeta SIM con un costo de MXN\$20.



**Estamos trabajando e invirtiendo para desarrollar el nuevo ecosistema del *retail* líder en México, que será uno de los principales motores de nuestro crecimiento**





## MONEY CENTERS

Conscientes de los nuevos retos y necesidades de nuestros clientes debido a los cambios generados por la pandemia, nos enfocamos en acelerar la implementación de nuevos productos y servicios financieros. Buscamos maximizar el ahorro de tiempo y dinero a las familias en un ambiente seguro, donde puedan efectuar diversas transacciones financieras, todo en un mismo lugar.

En Costa Rica fortalecimos la oferta de pago de servicios con el lanzamiento de los *Money Centers* en nuestras tiendas Walmart y MásxMenos.

Su objetivo es ofrecer un óptimo servicio al cliente con todas las medidas de seguridad, así como la facilidad de realizar el pago de una amplia variedad de servicios tales como: luz, agua, teléfono, internet, derechos de circulación, impuestos municipales, colegiaturas y créditos, entre otros.

El 2020 nos dejó no sólo la experiencia adquirida, sino importantes logros y una perspectiva de **crecimiento e innovación** en el sector de servicios financieros dentro de la industria del *retail*.



**En Centroamérica, 2020 fue el año de la innovación y crecimiento de productos y servicios financieros**

# CAMPAÑAS Y COMUNICACIÓN CON NUESTROS CLIENTES

Hoy en día, la comunicación remota se ha integrado a la nueva normalidad; compras, aprendizaje, trabajo y más, han sido actividades cotidianas migradas al espacio virtual. [En nuestra compañía, la digitalización se ha convertido en parte de nuestro día a día](#), y aunque la adopción y transición no fue sencilla, hemos transformado la forma tradicional de contacto hacia una digital más dinámica y con mayor alcance, integrando a cada vez más áreas del negocio, y escuchando y aprendiendo de los clientes.

Para nuestra visión de crecimiento en tiendas nuevas, las restricciones de viaje desafiaron nuestros planes de supervisión y avance de obra. Este reto nos brindó la oportunidad de ser innovadores haciendo uso de las tecnologías disponibles. Utilizamos drones para el monitoreo de obras de manera remota y realizamos recorridos a través de visitas virtuales. Esto nos permitió retomar nuestro plan de crecimiento a un ritmo más rápido, una vez levantadas las restricciones por parte de las autoridades.

A través de redes sociales y plataformas de vídeo conferencia, tuvimos sesiones en vivo con nuestros clientes de Bodega Aurrera, para conocer de sus necesidades de forma personal y recibimos retroalimentación de nuestro servicio durante la contingencia.

Gracias a esta comunicación, entendimos la nueva necesidad de nuestros clientes por adquirir productos con mayor volumen o gramaje para optimizar el gasto y consumo, ya que, durante la pandemia toda la familia se mantenía en casa gran parte del día. De esta forma, [de la mano de nuestros clientes y proveedores](#), adaptamos las propuestas comerciales y de comunicación, realizando cambios en surtido y mercadeo.



**Para Bodega Aurrera, la comunicación con los más de 8 millones de seguidores en redes sociales fluyó de forma extraordinaria**





Además, con la finalidad de crear nuevas experiencias con nuestros clientes y diferenciarnos de los competidores, realizamos más de 10 conciertos virtuales, que nos permitieron posicionar nuestras principales temporadas como *Hot Sale* y *Fin Irresistible*, así como los lanzamientos del sitio web de Bodega Aurrera en línea, Despensa en tu casa y BAIT. Con estos eventos **logramos alcanzar a más de 20 millones de personas.**

En Sam's Club decidimos enfocar mayores esfuerzos en nuestra estrategia de ventas a través de *eCommerce*, por lo que reforzamos las inversiones para poder llevar tráfico a nuestra página y aplicación desde canales como *Google* y *Facebook*, capitalizando nuevas ocasiones de compra para el evento *Hot Sale*, que este año lo realizamos de la mano con la AMVO (Asociación Mexicana de Venta Online) y para *Open House*.



**Esta estrategia, que iniciamos desde que comenzó la contingencia sanitaria, nos permitió afianzar la lealtad de nuestros socios y clientes**

En Superama, realizamos el evento anual Maestros de la Parrilla adaptado a plataformas digitales. Este taller reunió a diferentes chefs y cocineros que enseñaron a nuestra audiencia de miles de clientes a preparar carnes asadas y parrilladas como un experto. De esta forma, **logramos seguir conectando con nuestros clientes cuidando de su salud.**