

4

Crecimiento futuro



Ser una compañía con un amplio horizonte de inversión nos motiva a realizar esfuerzos continuos para brindarle soluciones a nuestras clientas en el largo plazo. La exitosa estrategia multi-formato en la que sustentamos nuestra operación, nos impulsa a seguir creciendo en presencia en la región, tanto en los formatos grandes como en los pequeños. Asimismo, estamos desarrollando cada vez más nuestras capacidades en el creciente negocio de comercio electrónico, el cual se convertirá en un elemento relevante en el crecimiento de la compañía y, lo más importante, en una alternativa para que las clientas realicen sus compras.

Los formatos grandes han sido el conducto para llevar nuestra propuesta de valor

Formatos grandes

Dado que México y Centroamérica tienen diferentes características demográficas, preferencias y niveles socioeconómicos, nuestra plataforma multi-formato nos brinda la flexibilidad necesaria para satisfacer las necesidades de distintos sectores de la población. Los formatos grandes de negocio, compuestos por tiendas de autoservicio y clubes de precio, han sido desde hace varios años el conducto para llevar nuestra propuesta de valor a todas nuestras clientas en la región.

Uno de nuestros formatos de negocio más antiguos es Bodega Aurrerá, el cual atiende la demanda de artículos de primera necesidad, alimentos y artículos para el hogar a través de un enfoque en precio. Desde 2004, logramos llevar esta propuesta de valor a comunidades más pequeñas en México bajo el nombre Mi Bodega. Por su parte, en Centroamérica las bodegas son el formato más nuevo y el de mayor crecimiento. Durante el último año se agregaron 19 nuevas unidades a lo largo de los 5 países, para un total de 94 tiendas en operación. Al cierre de este año contamos con un total de 863 bodegas distribuidas en toda la región.

Nuestros hipermercados Walmart Supercenter apoyan a aquellas clientas que buscan surtido y precio, porque ofrecen una amplia variedad en las secciones de Abarrotes, Perecederos, Ropa y

Mercancías Generales. Desde 2013, la propuesta de valor de este formato encuentra un complemento en su plataforma de comercio electrónico walmart.com.mx. Contamos actualmente con un total de 273 hipermercados en México y Centroamérica.

El formato de supermercados aporta una propuesta de valor basada en calidad, conveniencia y servicio, todo con ayuda de una amplia gama de productos básicos y diferenciados. Bajo el nombre Superama en México, Más x Menos en Costa Rica, La Unión en Nicaragua, La Despensa de Don Juan en El Salvador y Paiz en Guatemala y Honduras, desarrollamos nuevas maneras de servir a nuestras clientas. En México incorporamos la entrega de abarrotes a domicilio de pedidos realizados por teléfono, a través del portal superama.com.mx o por medio de aplicaciones móviles. Al concluir 2014, operábamos un total de 189 supermercados en los 6 países.

Nuestros clubes de precio se enfocan en brindar un precio líder, volumen y mercancías innovadoras y diferenciadas tanto a negocios como a hogares. De igual forma, el canal de comercio electrónico sams.com.mx funge como una alternativa de compra para nuestros socios individuales y de negocio. Cerramos el año con un total de 160 clubes en los 6 países de la región.



Las bodegas son el formato de mayor crecimiento en Centroamérica





Tiendas de Descuento:

45 aperturas

1,368 totales

Formatos pequeños

Nuestros formatos pequeños responden a la evolución de las clientas y sus necesidades. Bodega Aurrerá Express, formato que inició formalmente operaciones en 2008, es una cadena de tiendas de descuento alineado a los precios de Bodega Aurrerá, con un catálogo de productos especializado enfocado en dar soluciones a nuestras clientas en el resurtido diario de sus despensas.

Este formato nos ha ayudado a captar participación del mercado informal en el país, el cual representa alrededor del 52% del canal detallista, gracias a su propuesta de valor con base en precios bajos y conveniencia, cualidades que han impulsado un crecimiento en ventas claramente por encima de la industria. Tan solo en 2014, añadimos 45 tiendas en la región para un total de 1,368 unidades en operación.

Comercio electrónico

Aunque el comercio electrónico en México es aún pequeño comparado con otros mercados, el número de usuarios en línea y plataformas móviles va en constante aumento. En Walmart de México y Centroamérica tenemos la meta de posicionarnos como líder en este negocio con apoyo de nuestras sólidas ventajas competitivas.

Durante 2014, nuestras clientas siguieron otorgándonos su preferencia en nuestros 3 distintos portales: walmart.com.mx, superama.com.mx y sams.com.mx. De acuerdo con datos de la empresa Comscore, Walmart de México y Centroamérica es el grupo del sector detallista con mayor número de visitantes únicos, lo que demuestra el liderazgo que estamos construyendo en un mercado estratégico para el crecimiento futuro.

En apoyo a este sector, fortalecimos nuestra cadena de suministro para el negocio de comercio electrónico y ampliamos el centro de distribución, con lo que actualmente contamos con mayor capacidad de almacenamiento y con la infraestructura necesaria para soportar los crecimientos de venta actuales.

Como respuesta a la evolución del comercio electrónico en México, en 2014 creamos herramientas de medición en el mercado digital y hemos avanzado en la comprensión de los distintos ciclos de compra entre tiendas físicas y digitales, lo que se convertirá en un punto clave en el desarrollo de conocimiento en años por venir.

La extensa presencia física de nuestras tiendas en México constituye una ventaja competitiva que nos ayuda a promover nuestro negocio en línea a través de más de 150 quioscos instalados en los Walmart Supercenters, en los cuales las clientas tienen la opción de seleccionar la mercancía que requieren, pagar y hasta recoger la mercancía comprada en la tienda, lo que se convierte en una opción adicional para realizar sus compras.



Ampliamos nuestro centro de distribución dedicado al comercio electrónico

