MÁS ALLÁ DEL

AHORRO

ES

BIENESTAR Y ACCESO

PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

HABILITADORES

GANAR EN DESCUENTO:

- La Importancia de Bodega
- Los 3 Ejes de la Estrategia
- Precios Bajos Todos los Días
- Surtido Eficiente
- Operación de Bajo Costo

80pb

ampliación de diferencial de precios en Bodega -récord histórico-

80pb

aumentó la penetración de Nuestras Marcas en Bodega

GANAR EN DESCUENTO

Trabajamos cada día con el propósito de ayudar a las personas a ahorrar dinero para que puedan vivir mejor, y lo estamos haciendo posible a través de una de nuestras prioridades estratégicas, Ganar en descuento

Ganar en descuento está marcando la diferencia para nuestros clientes más sensibles al precio. La cantidad de clientes buscadores de precio continúa creciendo, y el ambiente macroeconómico ha limitado su presupuesto. Es por esto que, manteniéndonos fieles a nuestra filosofía como compañía, contuvimos los precios bajos y hemos incrementado el acceso a productos y servicios a bajo costo por medio de omnicanal, al desarrollo del ecosistema y ampliando nuestra presencia en la región.

Continuamos demostrando que no somos solo una compañía que disminuye sus precios, sino que también buscamos siempre la forma de ampliar nuestra oferta de productos y servicios, así como su calidad y disponibilidad, superando las expectativas de nuestros clientes, gracias a esto hemos ganado su preferencia.

DESCUENTO

LA IMPORTANCIA DE BODEGA

Somos líderes en precios bajos y tenemos un posicionamiento único en este segmento gracias a la relevancia de nuestro formato Bodega, uno de los más reconocidos y eficientes, y que por sí solo es el *retailer* más grande de México

Este año en Bodega, tuvimos importantes avances. Seguimos ejecutando y evolucionando nuestra estrategia centrada en el cliente; logramos llegar a un máximo histórico de diferencial de precios y seguimos trabajando para que el diferencial siga creciendo. Asimismo, estamos optimizando el catálogo para asegurarnos de tener un mejor surtido que incluya una participación relevante de Nuestras Marcas, y estamos rediseñando la experiencia de nuestros clientes en las categorías de Perecederos para continuar impulsando el tráfico en nuestras tiendas.

En Centroamérica, el entorno desafiante influyó de manera directa en el poder adquisitivo de la población en general. Para ellos, continuamos ajustando nuestros catálogos e invirtiendo en precios, principalmente en nuestros formatos de Bodega y Descuento, y mejorando nuestra productividad mediante el uso de tecnología y la simplificación de nuestro negocio.

OMNICANAL

Este año, hemos avanzado en robustecer nuestra infraestructura *On Demand* para facilitar la vida de nuestros clientes de Bodega, y en especial aquellos que no cuentan con automóvil. Contamos con más de 220 Bodegas con servicio Despensa a tu Casa, de esta forma, los clientes de Bodega tienen la oportunidad de comprar cualquier producto, incluyendo artículos de gran volumen. Este año la categoría de Hogar fue número uno en ventas.

Para facilitar la compra de los artículos de gran volumen, los quioscos de catálogo extendido, brindan a nuestros clientes soluciones integrales de manera personalizada a través del apoyo de un asesor para realizar su compra. Para muchos de nuestros clientes, esto significa el acceso por primera vez al comercio electrónico.

ECOSISTEMA DE PREFERENCIA

Poniendo al cliente al centro, estamos construyendo productos y servicios de bajo costo, que se conectan y refuerzan mutuamente con el negocio de nuestras tiendas.

A través de Cashi y Bait, estamos dando acceso a nuestros clientes a la economía digital y deleitándolos con nuevas experiencias.

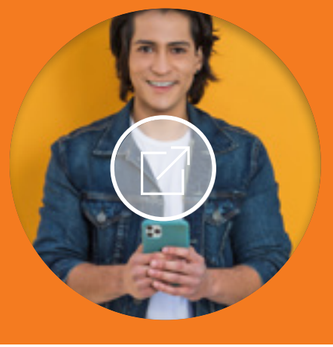
La adopción de Bait en Bodega es muy alta. Hoy, Bodega representa el 75% de los clientes de Bait, demostrando así el acceso que brindamos a nuestros clientes, ofreciéndoles la conectividad que necesitan en apoyo a su economía.

Por otro lado, en 2021, lanzamos un piloto junto con un tercero, para dispersar crédito a través de Cashi en casi 30 de nuestras tiendas.

Estamos otorgando créditos de hasta 6,000 pesos para que los clientes puedan comprar sus artículos favoritos y pagarlos después. Vamos comenzando y los resultados son alentadores.

Para conocer más sobre nuestro avance en omnicanal, visita el capítulo

SER LÍDERES OMNICANAL



Para conocer más sobre nuestro avance para ser el ecosistema de preferencia, visita el capítulo

SER EL COSISTEMA PREFERIDO

LOS 3 EJES DE LA ESTRATEGIA:

Nuestra estrategia de Ganar en Descuento se basó en la combinación de tres ejes: Precios Bajos Todos los Días, Surtido Eficiente y operación de bajo costo

ESTRATEGIA

PRECIOS BAJOS TODOS LOS DÍAS

Como parte de nuestra propuesta de valor, continuamos trabajando en nuestra promesa de Precios Bajos Todos los Días.

Mejoramos fuertemente nuestra competitividad en el mercado al ofrecer los precios más bajos de los últimos años, acelerando el crecimiento y la rentabilidad

PRECIOS

En momentos de inflación alta, esta propuesta de valor se vuelve aún más relevante para nuestros clientes; les estamos ayudando a comprar artículos básicos de la canasta cuidando su presupuesto, somos un puente entre el mercado formal y el informal, para que las familias de México y Centroamérica realicen sus compras de forma segura, sin complicaciones y con la confianza que Bodega ofrece.

En 2021, logramos ampliar el diferencial de precios en **80 puntos base,** lo que representó un máximo histórico

En Centroamérica estamos reforzando nuestro liderazgo en precios a través de campañas comerciales, tales como Precios Rojos, Quetzales Campeones y Súper Bombazos, con enfoque en artículos básicos en los formatos de Bodega y Descuento. También hemos mejorado nuestra comunicación a través de campañas como Súper Ahorros y Llena tu Carrito a Precio Pali, para mejorar la percepción de precios.

En apoyo a las familias mexicanas, en Bodega renovamos nuestra icónica campaña Morralla, la cual da acceso a las personas para que incrementen la cantidad de artículos adquiridos y obtengan productos de alta calidad a precios asequibles. **Como resultado, tuvimos un crecimiento en ventas de 30% en la campaña,** y seis de cada diez clientes compraron un artículo de esta campaña.

SURTIDO EFICIENTE

Nuestro equipo comercial trabajó de la mano con nuestros proveedores de forma colaborativa para incluir una mayor variedad de artículos competitivos en precio y calidad.

Con base en nuestro conocimiento del cliente, trabajamos en mejorar su experiencia de punta a punta. **Combinamos un amplio surtido de productos con diseños de espacios más enfocados de acuerdo con sus características, preferencias y preocupaciones.**

Una de las maneras para Ganar en Descuento ha sido a través de la ampliación de nuestro catálogo y su disponibilidad

Actualizamos los *customer journeys*, con base en los cuales realizamos cambios en la disposición de los productos y de los muebles, en especial en los departamentos de perecederos. Asimismo, habilitamos características que permiten a los clientes tener un viaje de compras rápido y conveniente, como estaciones de *self-checkout* y herramientas digitales.

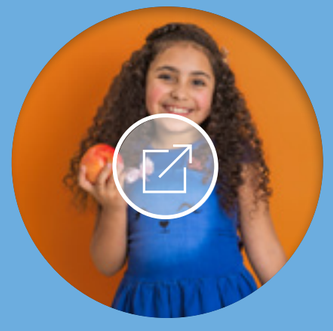
Estas iniciativas han sido bien valoradas por nuestros clientes. Los resultados fueron muy satisfactorios gracias a nuestra propuesta de surtido y servicio.

En Bodega, aumentamos la penetración de Nuestras Marcas en 80 puntos base, lo que resultó en productos de calidad a precios muy competitivos para todos nuestros clientes

NUESTRAS MARCAS

Nuestras Marcas tienen un papel muy importante en nuestra estrategia ya que nos ayudan a aumentar la lealtad de nuestros clientes, posicionándose como un aliado de su economía, así como a incrementar las ventas.

En 2021, la penetración en ventas de Nuestras Marcas a total autoservicios, aumentó 90 puntos base en México y 200 en Centroamérica, y a medida que sigan ganando participación podremos seguir equilibrando las inversiones en precios.



Para conocer más detalles del desempeño de Nuestras Marcas visita aquí el capítulo

COMUNIDAD

OPERACIÓN DE BAJO COSTO

Un componente fundamental para obtener recursos e invertir en precios es mantener una operación de bajo costo.

Tuvimos un buen apalancamiento de gastos, gracias a las estructuras multifuncionales, punta de lanza en la operación de nuestro formato Bodega, que optimiza la operación de nuestros asociados en piso de venta, además por contar con un catálogo eficiente y al programa de Nuestras Marcas.

Este año logramos avanzar gracias a la simplificación de la operación del negocio en piso de ventas, logística y entrega a domicilio, sin afectar la experiencia de compra de nuestros clientes

A través de modelos matemáticos y GPS, podemos rastrear los remolques en operación y conocer su estatus para optimizar el trazado de rutas, logrando un mayor volumen de entregas con menos flotillas de transporte.

Este año alcanzamos la meta de disminución de tiempos de recepción y descarga en los Cedis. Para lograrlo, identificamos las pérdidas de tiempo a lo largo del proceso e incluimos un plan detallado para minimizar e incluso evitar dichas pérdidas. También implementamos los procesos llamados Recibimiento Asistido y Recibo Simple que consisten en digitalizar toda la información antes de recibir la mercancía en el Cedis en conjunto con los clientes.

Otro factor que contribuye a disminuir los costos operativos es la eficiencia alcanzada por iniciativas medioambientales como son las provenientes de la disminución en el consumo de energía y agua.

En Centroamérica, con el fin de lograr mejores resultados con menos recursos, lanzamos un prototipo de tienda *lean* para el formato Descuento, en el que redujimos el piso de ventas en un 15% y los asociados por tienda en un 12%. Esta simplificación se traduce en una importante reducción de costos, a la vez que se conservan la experiencia del cliente y las ventas promedio por tienda.

Estamos muy contentos con los resultados, pero nos sentimos realmente orgullosos del equipo por este logro, están haciendo la diferencia para nuestros clientes más sensibles al precio. Gracias a esta estrategia, estamos dándoles a nuestros clientes acceso a los precios más bajos y ayudándoles a ahorrar dinero y vivir mejor.

De igual forma, la tecnología nos ha permitido tener procesos de logística y entregas a domicilio más eficientes