



CATÁLOLO EXTENDIDO



## SER LÍDERES OMNICANAL

2021 ha sido un año de grandes retos para nuestra compañía. Seguimos innovando y adaptándonos al mercado para cumplir las necesidades de nuestros clientes, sin dejar de procurar la seguridad de nuestros asociados. Estamos comprometidos a ser líderes omnicanal y nuestra estrategia va por el camino correcto.

Nuestras tiendas físicas son la base del negocio; seguimos creciendo y manteniéndonos cerca de las familias de México y Centroamérica, en el lugar y el momento en que lo necesiten, brindándoles acceso a una nueva experiencia de compra omnicanal.

Estamos convencidos de que nuestros clientes quieren que vinculemos nuestras tiendas con nuestros negocios de *eCommerce* para facilitar sus compras sin fricciones y estamos en una posición privilegiada para lograrlo.









## LA BASE DEL NEGOCIO: NUESTRAS TIENDAS

En nuestro camino hacia ser líderes omnicanal, nuestras tiendas son el cimiento y la base del negocio.

Nuestro negocio de tiendas es sólido, ha avanzado de forma rentable y sostenible durante muchos años y con precios bajos siempre. Tenemos un enorme potencial de crecimiento y nos emociona seguir avanzando con pasos firmes. El futuro es emocionante y nuestras tiendas son el punto de partida de nuestra evolución.



#### **PRESENCIA**

696

**Ciudades.** Queremos acercar nuestra nueva experiencia de compra omnicanal a todas las familias de México y Centroamérica. En 2021 seguimos creciendo en tiendas en todos los formatos de manera exitosa



131

tiendas nuevas: 122 en México y 9 en Centroamérica. Esto se compara con las 82 aperturas que tuvimos el año pasado



le las personas viven a menos de diez minutos le nuestras tiendas, en las cinco ciudades más Irandes de la República Mexicana



1.3%

**contribución de tiendas nuevas** al crecimiento en ventas consolidadas









GRI 102-10

## WALMART SUPERCENTER Y WALMART EXPRESS

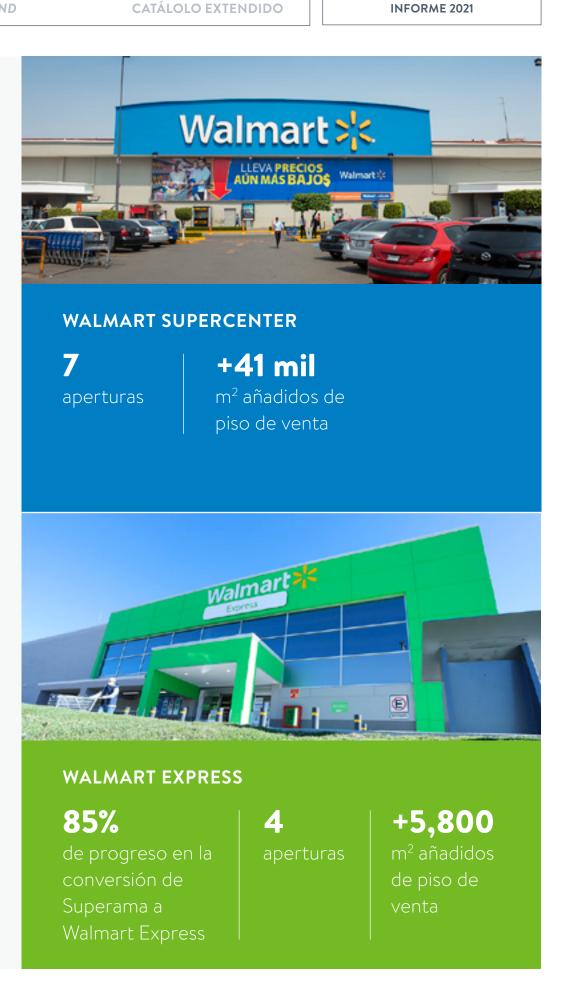
Los clientes en la actualidad buscan encontrar en un supermercado una experiencia de compra práctica y segura, adaptada a sus estilos de vida y nuevas necesidades, con oferta omnicanal y que los acerque a productos de calidad con precios bajos.

Para cumplir las necesidades de nuestros clientes, continuamos trabajando en nuestra propuesta de valor de ofrecer mercancía de calidad, surtido, buen servicio y Precios Bajos Todos los Días. Para hacerles la vida más fácil, ponemos a su disposición una tienda de Walmart, ya sea en su formato Walmart Supercenter o Walmart Express, aún más cerca, con capacidades omnicanales completas.

La evolución del mercado y la adopción digital de nuestros clientes nos llevó a acelerar y mejorar su experiencia de compra para posicionarnos como líderes omnicanal, simplificando la operación comercial, de eCommerce y de administración.



Integramos nuestros formatos de hipermercados y supermercados en una única gestión







GRI 102-10

Este año avanzamos en la conversión de Superama a Walmart Express en cuanto a cambio de imagen, infraestructura, distribución, adaptaciones y movilización. Esta transformación nos ha permitido hacer más simples y eficientes diversos procesos, entre ellos:



Optimizar nuestra publicidad, aprovechando el posicionamiento que tiene la marca Walmart



Desarrollar nuestro talento en ambos formatos de manera unificada



Compartir mejores prácticas de comercialización, rotulación y atención al cliente



Utilizar una sola plataforma para nuestro sitio de *eCommerce* y nuestra app



Simplificar la gestión de mercancías y establecimiento de precios

Este año realizamos cuatro aperturas de Walmart Express, una de ellas en Mérida. De esta manera, tenemos la oportunidad de llegar a puntos del país donde antes no teníamos presencia, para darles a los clientes de esa región acceso a una gran variedad de productos con Precios Bajos Todos los Días.

#### **NUEVAS INICIATIVAS**

Como un ejercicio constante de escucha y conocimiento de nuestros clientes, y con el fin de conocer su percepción sobre la transición de Superama a Walmart Express, hemos impulsado mejoras para atenderlos como quieren ser atendidos y mejorar su experiencia de compra.

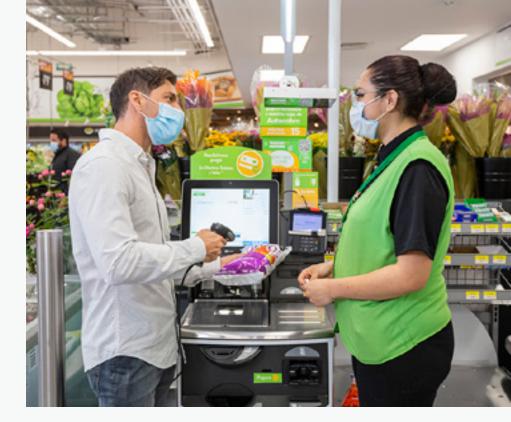


#### Mejoramos la imagen

y mayor surtido, con especial foco en la sección de perecederos.



**Unificamos precios** con Walmart Supercenter.





Asignamos la función de un asociado guía con entrenamiento especial para orientar a los clientes a encontrar productos.



**Implementamos el self- checkout** para ofrecer
una experiencia de
compra rápida.



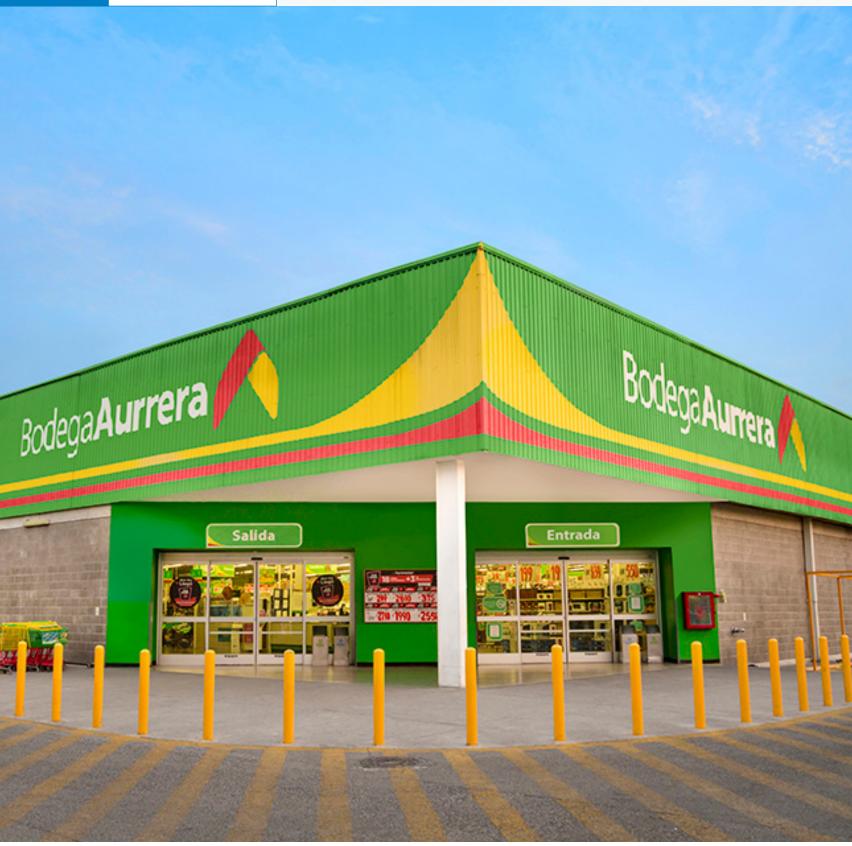
Llevamos a cabo la

Semana de la Frescura,
en la que ofrecimos
productos con una
penetración distinta.









## BODEGAS Y TIENDAS DE DESCUENTO

CATÁLOLO EXTENDIDO

Este año, nuestro formato Bodega continuó siendo el líder de crecimiento de la compañía en número de unidades. La cantidad de buscadores de precio sigue en aumento y en respuesta estamos incrementando la accesibilidad a productos y servicios por medio de omnicanal, nuestro ecosistema y el crecimiento de nuestra huella en toda la región.

Trabajamos para profundizar la ejecución de nuestra propuesta de valor, lo cual estamos logrando gracias a que tuvimos un buen apalancamiento de gastos, debido a estructuras polifuncionales, que fueron punta de lanza en la operación, a un catálogo eficiente y al programa de Nuestras Marcas.

A causa de esto, fuimos capaces de seguir invirtiendo en precios para cerrar el 2021 con un diferencial fortalecido, el más alto que hemos tenido en los últimos años, y de esta forma acelerar la huella omnicanal sin generar gastos adicionales.



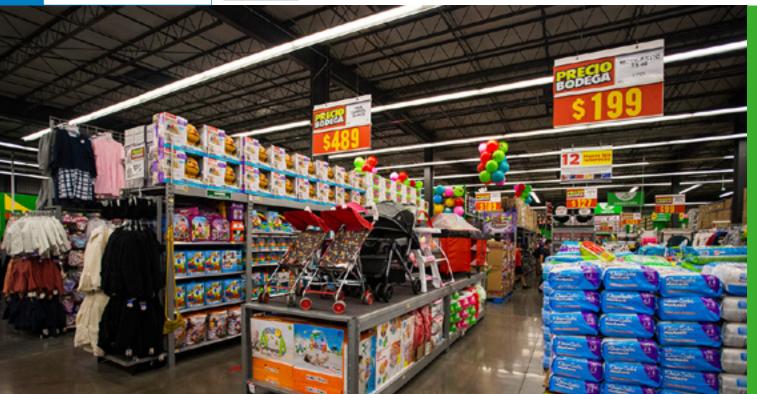
Para conocer más a detalle de lo resultados de Ganar en Descuento una de las prioridades de nuestra estrategia del año, ingresa aquí

**GANAR EN DESCUENTO** 





GRI 102-10



**NUESTRAS TIENDAS** 



110 aperturas



CATÁLOLO EXTENDIDO



+72 mil m² añadidos de piso de venta



#### **NUEVAS INICIATIVAS**



Llevamos nuestro formato Mi Bodega a zonas urbanas de la CDMX, al detectar una necesidad del mercado



Escuchamos a nuestros clientes para generar valor en Nuestras Marcas creando beneficios y aumentando el bienestar social

CATÁLOLO EXTENDIDO





**NUESTRAS TIENDAS** 

#### SAM'S CLUB

Cumplimos nuestros primeros 30 años en México, y nos sentimos complacidos porque, durante este tiempo, hemos ofrecido precios de mayoreo para ahorrar en grande, así como mercancía nueva y diferenciada. Esto nos ha llevado a ganar la confianza y lealtad de nuestros socios.



En el marco de nuestro aniversario, pusimos en marcha una estrategia que contribuye a alcanzar nuestra ambición de ser "la membresía que más amas"







#### Los tres pilares de la estrategia son:



#### 1. SOCIOS:

Seguimos brindando beneficios a nuestros Socios Plus. Este año, además del 2% de recompensa anual sobre el total de sus compras y el acceso a las promociones de la Membresía *Benefits*, implementamos el envío gratis en tres ciudades: Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.



#### 2. MERCANCÍA:

Llevamos a cabo diversos eventos en los que ofrecimos productos con precios muy atractivos, tales como *Hot Days*, Fin Irresistible y Socio Fest. Asimismo, realizamos el lanzamiento de nuevos productos gourmet, que han sido muy bien recibidos por nuestros socios, como es el caso del tequila, vino tinto, pan de muerto, rosca gourmet y chocolates Pralinas, todos de nuestra marca Member´s Mark.





#### 3. EXPERIENCIA:

Impulsamos el talento femenino dentro de nuestras tiendas, muestra de ello es que el 40% de las posiciones ejecutivas son ocupadas por mujeres. Nuestra misión es ser el proveedor para nuestros socios — individuales y de negocios — de más bajo costo. En apoyo a su economía y como una manera de incrementar nuestra propuesta de valor, este año tomamos la medida de mantener nuestros precios, absorbiendo las alzas de la inflación.

CATÁLOLO EXTENDIDO

#### MEJORAMOS NUESTRO DESEMPEÑO

Durante los últimos cinco años, hemos crecido a doble dígito. Entre los factores de este crecimiento están:

#### Disciplina en nuestro modelo de negocio:

Tenemos el firme compromiso de vender al precio más bajo y entregar valor de manera consistente

Reconstrucción de la relación con nuestros proveedores: Hemos logrado ganarnos la confianza de nuestros proveedores y trabajar en sinergia

Cambio de enfoque: Incentivamos la conversión de más socios a omnicanal mediante la promociór de eventos y preventas en línea, incluyendo abarrotes, consumibles y frescos





#### **NUEVAS INICIATIVAS**

Este año llevamos a cabo diversas iniciativas que nos permitieron mejorar la experiencia del cliente y transformarnos más hacia la omnicanalidad.

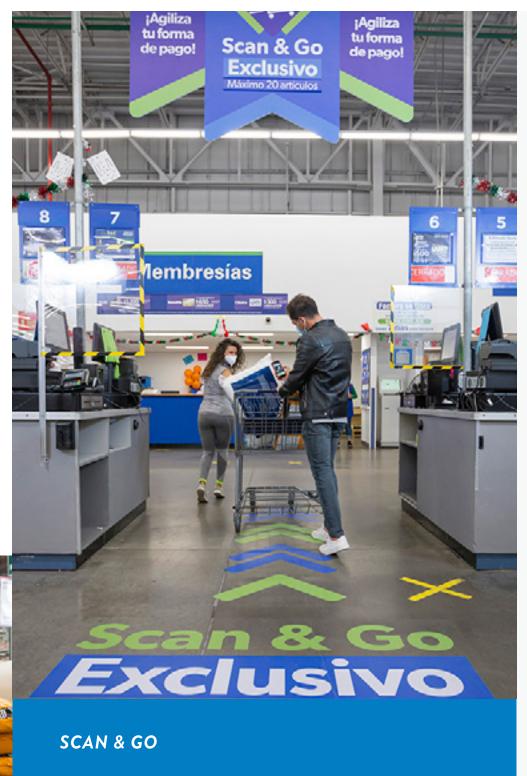
**NUESTRAS TIENDAS** 

Invertimos en herramientas tecnológicas que nos ayudan a que la vida del socio y del asociado sea más fácil y sin fricciones.

#### **SELF-CHECKOUT**

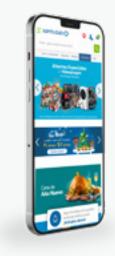
Pusimos a su disposición cajas para que nuestros clientes escaneen sus productos y los paguen ellos mismos, sin necesidad de un cajero que los asista.





Somos la única compañía *retail* que cuenta con este sistema en México, una nueva experiencia de compra con la que nuestros socios pueden usar sus teléfonos celulares dentro de los 165 clubes para adquirir sus productos de manera aún más fácil, rápida e innovadora.

#### Scan & Go consta de tres simples pasos:



1. Descargar la aplicación de Sam's Club en sus teléfonos celulares, iPhone o Android.



2. Dentro de la aplicación, elegir Scan & Go y escanear los códigos de barras de los productos que deseen comprar dentro del club de su elección.



**3. Realizar su pago** usando la misma aplicación.





#### EXPANSIÓN DE NUESTRA PROPUESTA DE VALOR

Con el propósito de seguir ayudando a las familias en México a ahorrar dinero y vivir mejor, innovamos para ofrecer mejores soluciones a nuestros clientes. Hicimos un convenio con la empresa Gazpro para la puesta en marcha de estaciones de servicio de gasolina, a través de un tercero que invertirá y operará gasolineras de marca compartida, bajo estrictos estándares de operación y precio, que estarán ubicadas en los estacionamientos de algunas de nuestras unidades a lo largo del país.



Marcas:

Walmart, Bodega y Sams's Club 40-70m² piso de venta

**~500**SKUs



CATÁLOLO EXTENDIDO

Este proyecto nos permitirá seguir expandiendo nuestra propuesta de valor hacia nuestros clientes, siempre con los más altos niveles de atención, seguridad y calidad



Asimismo, algunas de las estaciones de servicio contarán con pequeñas tiendas anexas, para que sea aún más cómodo para los clientes cargar gasolina, realizar sus compras o incluso recoger las compras hechas en nuestras plataformas digitales a través de pickup, ofreciéndoles de esta forma una nueva experiencia de compra omnicanal.

Hasta ahora, hemos abierto tres tiendas de gasolinera; una de ellas se construyó utilizando contenedores usados y se alimenta en un 90% con energía solar, lo que demuestra nuestro compromiso con el objetivo de convertirnos en una compañía regenerativa.







## LA INNOVACIÓN EN EL CENTRO: NUESTRO ECOMMERCE

SASB CG-S-000.A, 000.B, 000.C

Estamos comprometidos a ser líderes omnicanal y seguimos avanzando en nuestra estrategia con pasos firmes. Somos una empresa en constante crecimiento y nos mantenemos acelerándolo, invirtiendo en nuestros planes estratégicos. Queremos acercar esta nueva experiencia de compra a todas las familias de México y Centroamérica.

Este fue un año difícil de predecir, sobre todo en eCommerce, al no saber cómo se comportarían los clientes tras el fuerte crecimiento registrado el año pasado. Queremos dar un reconocimiento a nuestro equipo por su gran trabajo al ejecutar la estrategia a largo plazo y al mismo tiempo por lograr ejecutarla con éxito ante un entorno cambiante. Su trabajo nos permitió ampliar la base de clientes, para quienes continuamos siendo la primera opción en compras en línea.



Aspiramos a estar presentes en todas las ocasiones de compra de nuestros clientes y hacerles la vida más fácil

**INFORME 2021** 

Ofrecemos a nuestros clientes una experiencia omnicanal, con la capacidad de atender, en cualquier formato, todas sus necesidades. Esto significa que, si bien continuarán comprando en nuestras tiendas, cada vez con mayor frecuencia preferirán recoger su orden a través de *pickup* o recibirla directamente en casa, y nosotros estaremos preparados para atenderlos sin fricciones

Apalancamos el posicionamiento que tenemos en Walmart y Bodega como marcas muy reconocida en el mercado y su presencia en todo el país para potencializar el uso de nuestras plataformas con muy buenos resultados

## MMERCEECOMMERCEECOMME ECOMMERCEECOMMERCEECOM ENPRESON ERCEECOMMERCE

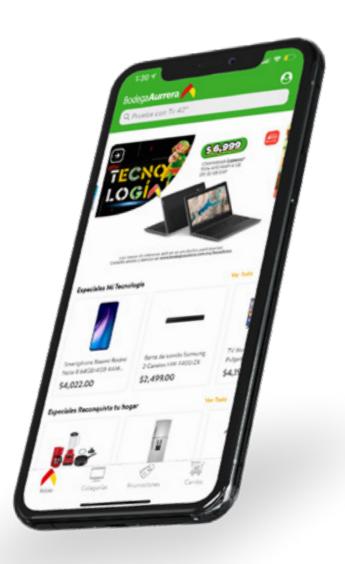
3x2 en vinos en compras a través de la aplicación.

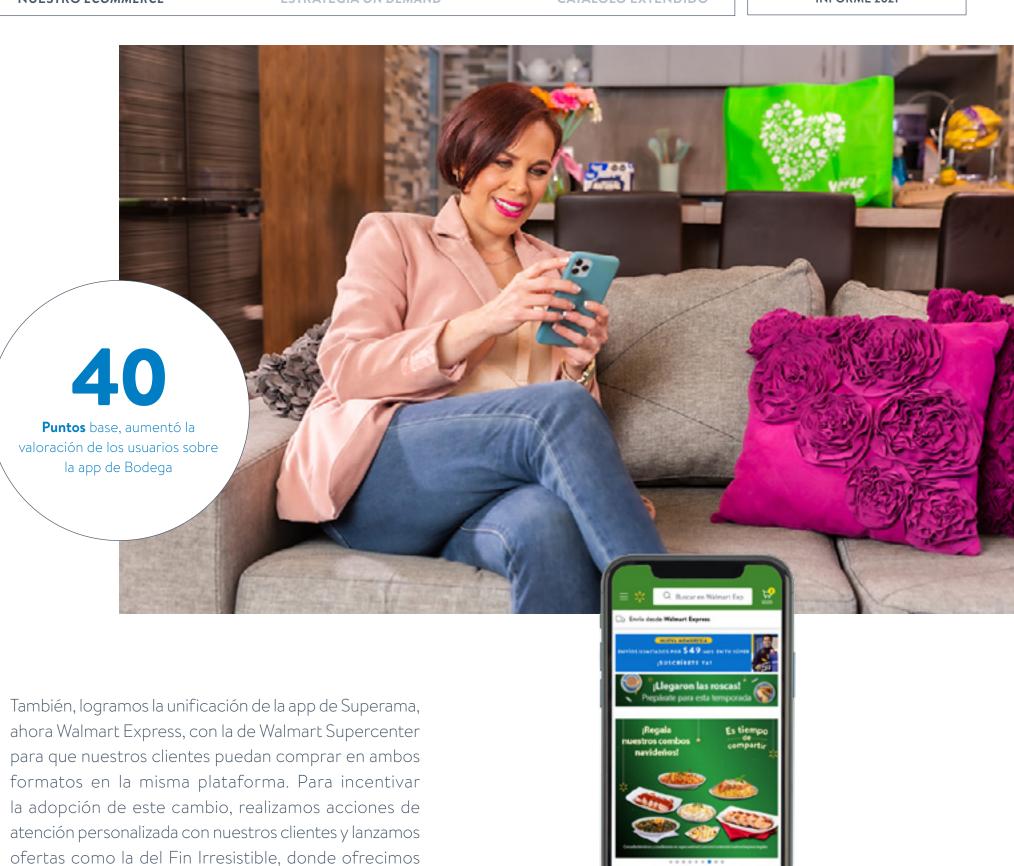


#### FORTALECIMIENTO DIGITAL

Seguimos invirtiendo en tecnología para mejorar la experiencia de los clientes. Este año fusionamos nuestras plataformas de *On Demand* y catálogo extendido de Bodega en una sola aplicación, y a los clientes les está gustando la iniciativa; la valoración de los usuarios de la aplicación aumentó 40 puntos base gracias a esta implementación.

**NUESTRAS TIENDAS** 







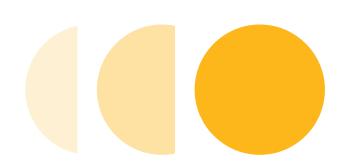


## SERVICIO AL CLIENTE POR WHATSAPP

Con el fin de mejorar nuestra experiencia de compra On Demand, este año pusimos en práctica un nuevo servicio de compra y atención postventa que funciona a través de la aplicación de WhatsApp. Esto nos ha permitido tener una comunicación más transparente con nuestros clientes.

#### Entre las ventajas de este sistema están:





Gracias a este servicio, hemos logrado mejorar y aportar para el incremento del NPS



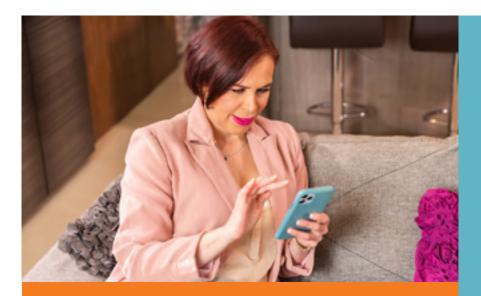
### CRECIMIENTO DE NUESTRO ECOMMERCE

**NUESTRAS TIENDAS** 



Este año, logramos un crecimiento de doble dígito, sobre una base con crecimiento de triple dígito





+300

posiciones creadas para omnicanalidad que no existían, a través de la revaluación, atracción de talento y renovación de perfiles

4.9%
alcanzó la
participación de
eCommerce en las
ventas totales de
México

**36%**crecieron las
ventas netas
de *eCommerce* 

1.4%
contribución al
crecimiento de las
ventas totales

40%
creció el GMV
(Gross Merchandise
Value)

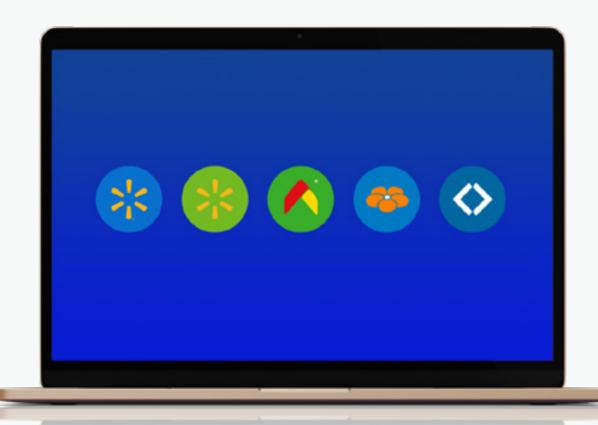


En Centroamérica, logramos poner en marcha nuestro proyecto de omnicanalidad y el desarrollo de nuestro eCommerce mediante el apalancamiento del conocimiento en México

Gracias a la experiencia y fortalezas de Walmart como empresa global, o *Powered by Walmart* (Impulsada por Walmart, por su traducción del inglés), probamos tecnologías y procesos que han sido exitosos en otros países. De esta manera logramos reducir tiempos de implementación y uso de capital, gracias a la adopción de mejores prácticas y conocimiento ya probado Esto nos permitió crecer de forma acelerada ya que los clientes al no sentirse seguros de acudir a nuestras tiendas directamente comenzaron a demandar productos desde nuestros sitios.



#### **SITIOS WEB Y APPS**



**NUESTRAS TIENDAS** 



México	walmart.com.mx	bodegaaurrera.com.mx sams.com.mx
Guatemala	walmart.com.gt	paiz.com.gt maxidespensa.com.gt
El Salvador	walmart.com.sv	ladespensadedonjuan.com.sv maxidespensa.com.sv
Honduras	walmart.com.hn	paiz.com.hn maxidespensa.com.hn
Nicaragua	walmart.com.ni	launion.com.ni maxipali.com.ni





## EXPANDIMOS ON DEMAND

Continuamos evolucionando en nuestra operación e innovando en cada aspecto de nuestro negocio. Este proceso continuo de transformación nos ha ayudado a mantener el liderazgo en el mercado y responde de forma exitosa ante los retos presentados por la aceleración digital.

**NUESTRAS TIENDAS** 

EMANDONDE MANDON ONDE MANDON DE MAND

Este año fortalecimos nuestra estrategia, trabajando desde cuatro frentes:



1. DESARROLLAR
ACCIONES PARA
MEJORAR LA
EXPERIENCIA DEL
CLIENTE:

Llevamos a cabo iniciativas que nos permiten realizar entregas de mercancía de la manera más eficiente en el menor tiempo posible.

#### **CROWDSOURCING**

Sabemos que, sobre todo en las zonas urbanas de alta densidad, los clientes buscan una entrega rápida y valoran este nuevo servicio. Este modelo de entrega externa complementa al modelo existente y nos posibilita entregar pedidos en menos de 90 minutos, y está habilitado en más de 170 tiendas de todos nuestros formatos, además de Sam's Club en donde realizamos una prueba piloto en 12 clubes. En Walmart Express estamos piloteando entregas en un tiempo aún menor, para satisfacer la necesidad de nuestros clientes de tener una experiencia de compra más rápida y cómoda.

Más del 10% de los pedidos *On Demand* de Walmart y Walmart Express fueron atendidos a través de este modelo.



#### PROGRAMA PICKER DEL CAMPO

Además, pusimos en marcha un programa llamado *Picker* del Campo en 160 tiendas, para entrenar a nuestros asociados y darles las herramientas necesarias para hacer una mejor selección de los artículos perecederos. Hemos visto un aumento en la frecuencia de compra de 50 puntos base como resultado del programa.





## 2. CATALOGAR MILES DE PRODUCTOS AL MEJOR PRECIO CON ENTREGA EL MISMO DÍA

**NUESTRAS TIENDAS** 

Una de nuestras mayores fortalezas en *On Demand* es poder entregar artículos perecederos en tan solo unas horas, manteniendo su frescura y calidad.

Construimos una red omnicanal a través de la creación de sinergias entre diversos procesos que comienzan a trabajar en conjunto a partir de que el cliente hace su pedido. Esto nos ha dado como resultado cumplir con las expectativas de entrega por parte de nuestros clientes.



Hemos implementado adaptaciones a nuestra infraestructura para hacer más eficiente la labor de los pickers, —asociados responsables de recolectar los productos solicitados por los clientes— al reasignar espacio designado inicialmente para almacenaje en trastienda. Este modelo, que actualmente está en 77 tiendas, permite surtir más rápido las órdenes sin interferir en la experiencia de compra de los clientes en tienda, y de esta manera ampliar la capacidad de órdenes y de venta por metro cuadrado, de manera exprés.



De igual forma, como apoyo para incrementar el flujo de órdenes y entregas, este año habilitamos dos *hubs*, que consisten en espacios acondicionados con la infraestructura necesaria para llevar a cabo actividades relacionadas con nuestros servicios de *eCommerce*. Para la ubicación de estos dos primeros *hubs* se eligieron las zonas de más alta de saturación en Ciudad de México: Taxqueña, al sur y Girasoles, al oriente de la ciudad.

Permite agrupar órdenes un 15% más rápido, bajando los tiempos de entrega

Hemos acompañado estas iniciativas con el diseño de programas y procesos que nos han permitido hacer más eficiente la entrega en el lapso que comprende la última milla, combinando rutas, vehículos con mayor carga y vehículos con carga especifica.

**NUESTRO ECOMMERCE** 

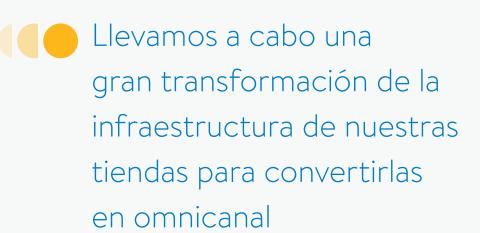




#### 3. AMPLIAR CAPACIDADES PARA OFRECER EL SERVICIO A MÁS **FAMILIAS MEXICANAS**

**NUESTRAS TIENDAS** 

Utilizamos los beneficios que nos ofrecen nuestras tiendas físicas y lo que gira en torno a ellas para potenciar nuestra estrategia On Demand, y de esta manera mejorar la propuesta de valor a nuestros clientes y socios. En este sentido, seguimos creando capacidad y ganando frecuencia de compra a través de esta estrategia.



Ajustamos e innovamos los prototipos de nuestras tiendas y clubes, integrando nuestro enfoque regenerativo, el cual implica poner a la naturaleza y la humanidad al centro de nuestras prácticas de negocio. También realizamos cambio en los planos y en la distribución de espacios para fortalecer nuestras capacidades omnicanal y de esta forma ayudar a construir un verdadero ecosistema de preferencia para nuestros clientes.



A nuestras tiendas remodeladas, les añadimos los últimos conceptos de tal forma que una remodelada cuente con la misma operatividad y propuesta de valor que una nueva tienda omnicanal.



Tenemos el servicio On-Demand habilitado en más de **760 tiendas,** en alrededor de 120 ciudades, cubriendo casi el 70% de nuestros formatos de caja grande



Al apalancar nuestros activos, estamos ofreciendo este servicio a escala con mayor comodidad para nuestros clientes: casi el 95% de los pedidos On-Demand se entregan en menos de 24 horas

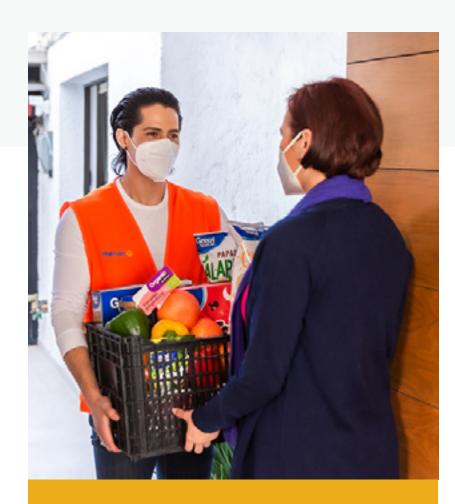






En todos nuestros formatos, aceleramos la transformación de nuestras tiendas

**NUESTRAS TIENDAS** 



+90%

de Walmart Supercenter cuenta con servicio On Demand

+95%

de Walmart Express cuenta con servicio On Demand

Tenemos 150 tiendas con servicio de entrega a domicilio On Demand de Walmart y Walmart Express en las zonas de más densidad de las principales ciudades.

**CASO BODEGA** 

se convirtiera en un caso de estudio de la Harvard **Business School**. Esta publicación es un reconocimiento línea a los segmentos de la población de menor ingreso.

Este año, y para facilitar la vida de nuestros clientes de Bodega que no tienen 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. Como resultado, el ticket a través de Despensa a tu Casa es considerablemente mayor que el ticket promedio en tienda, y el NPS es más alto que el promedio de On-Demand.

Omnicanal continúa creciendo con fuerza en Sam's: en nuestro evento Socio Fest, las ventas online tuvieron una gran penetración y contribuyeron ampliamente con el crecimiento. El 100% de nuestros Sam's Club, están habilitados con el servicio On Demand.

**NUESTRO ECOMMERCE** 





#### 4. WALMART PASS

**NUESTRAS TIENDAS** 

Con base en nuestro propósito de ahorrarle tiempo y dinero a nuestros clientes, este año lanzamos Walmart Pass, un modelo de membresía en el que los clientes de On Demand pueden obtener entregas ilimitadas a domicilio en el mismo día.

Las entregas ilimitadas de Walmart Pass aplican para todos los departamentos de tienda en línea, desde despensa, lácteos, frutas y verduras, panadería y tortillería, congelados, hasta artículos para el hogar, ropa y zapatería, y farmacia.

Actualmente, el costo de entrega a domicilio es de 39 pesos por envío. Con Walmart Pass, con una membresía mensual de 49 pesos, o un solo pago anual de 499 pesos, los clientes podrán recibir, de manera ilimitada todos sus pedidos de entrega a domicilio.

Durante el año, redujimos el monto de la compra mínima de 499 a 299 pesos para que sea aún más conveniente para nuestros clientes.

Nuestros clientes reconocen la conveniencia de tener esta membresía y eso se refleja en los buenos resultados que tuvimos en el año. El ticket promedio de los miembros de Walmart Pass mostró un crecimiento de doble dígito comparado con los que aún no son miembros, y la frecuencia de compra promedio es más del doble de los que no lo son.

Vamos por buen camino, pero aún nos falta mucho por recorrer. Continuamos mejorando nuestro servicio para seguir facilitando la vida de nuestros clientes.





La buena aceptación que ha tenido Walmart Pass se pone de manifiesto en el aumento de las membresías al igual que en el alto nivel de satisfacción de los clientes que se han suscrito

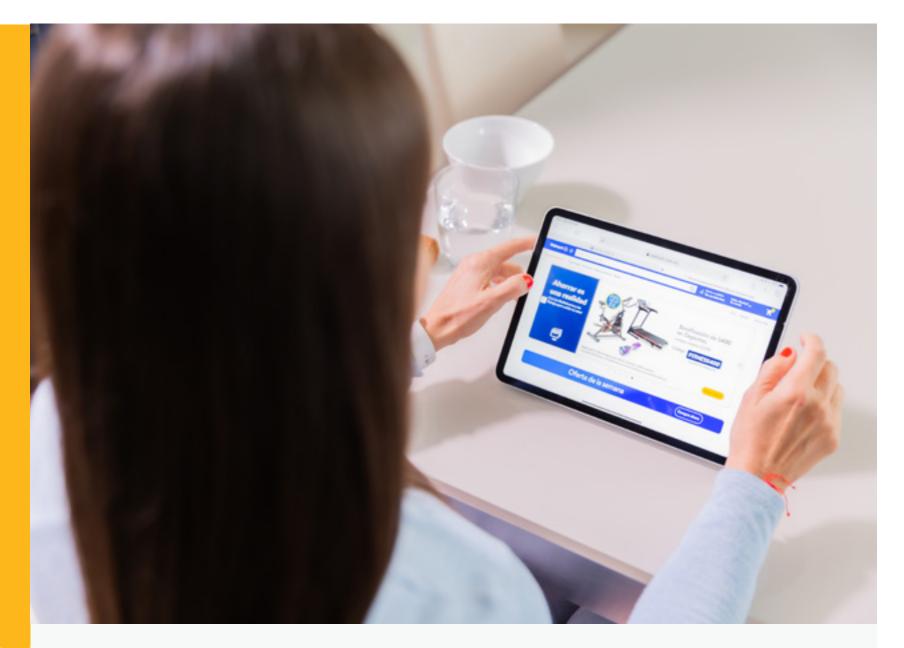




NUESTRO ECOMMERCE



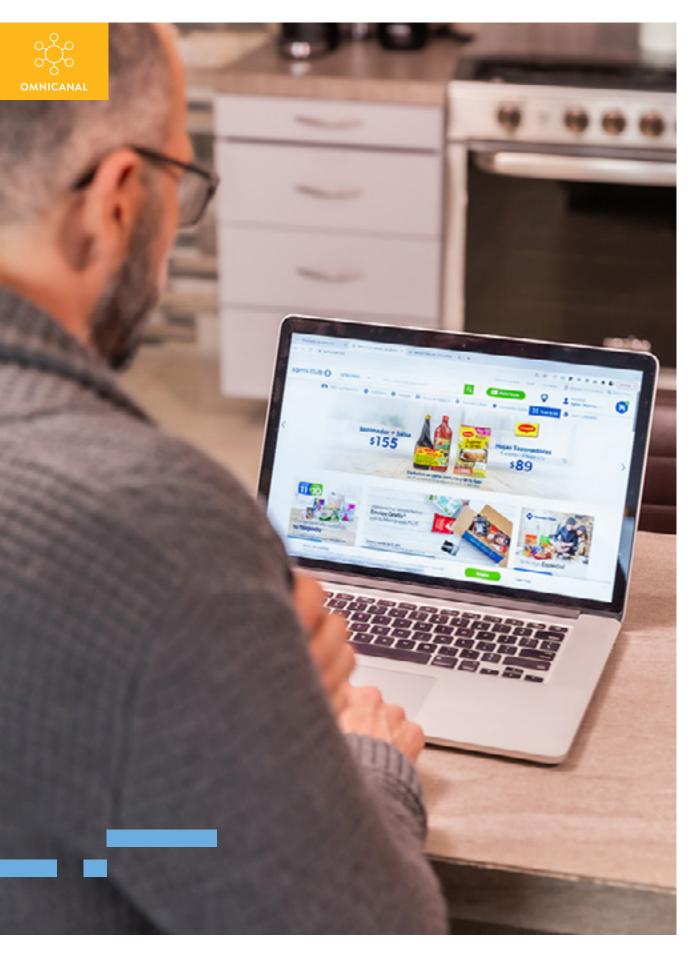
# ACELERAMOS EL CRECIMIENTO DE NUESTRO CATÁLOGO EXTENDIDO



CRECIMIENTO
CRECIMIENTO
CRECIMIENTO
(3) INFORME 2021

Nuestro catálogo extendido representa una parte fundamental para lograr nuestra ambición de ser líderes en omnicanalidad. Si bien el año pasado los retos que trajo la pandemia nos hicieron centrar nuestros esfuerzos en mantener nuestras tiendas operando, este año nuestro foco estuvo en desarrollar nuestra estrategia de catálogo extendido.





#### **MARKETPLACE**

Este año para nuestro *Marketplace* desarrollamos nuevas categorías y continuamos aumentando el número de productos con una gran propuesta de valor.

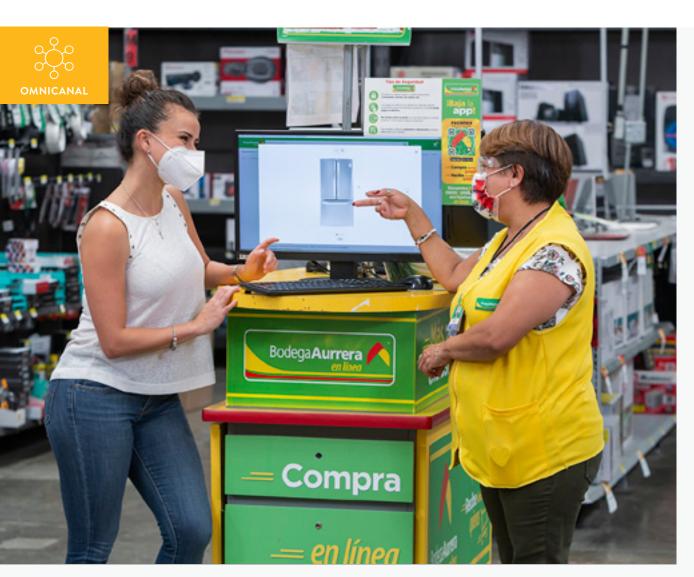
Habilitamos alrededor de 90 tiendas virtuales dentro de la plataforma, incluyendo tiendas oficiales de marcas y artículos exclusivos. Para nuestros clientes, el tener este espacio con la oferta de marcas y productos que aman y buscan dentro de nuestra plataforma, representa una oportunidad de acercarlos a un catálogo más extenso, que se traduce en una mejora de su experiencia y favorecernos con su preferencia como primera opción de compra.

De igual forma, avanzamos con la implementación de la operación de *cross-boarder*, la cual nos permite tener un *Marketplace* internacional, al cual añadimos casi un millón de artículos este año.





Triplicamos el número de artículos comparado con el año anterior a través de tiendas virtuales y duplicamos el número de *sellers* que nos dan la posibilidad de llegar a nuevos clientes con productos y marcas que buscan, y que actualmente no tenemos disponibles en nuestras tiendas físicas

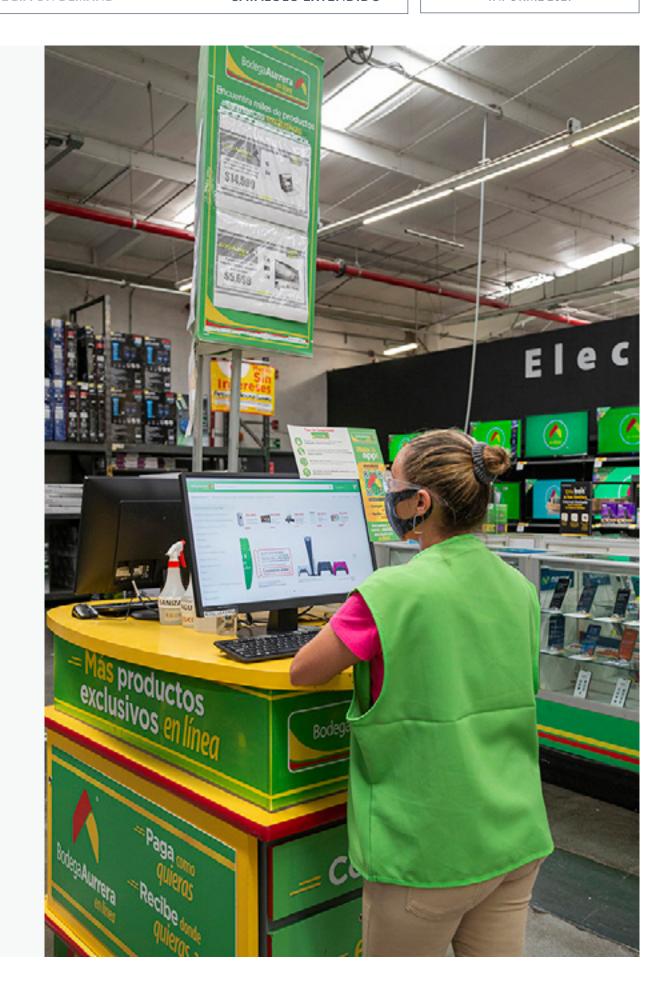




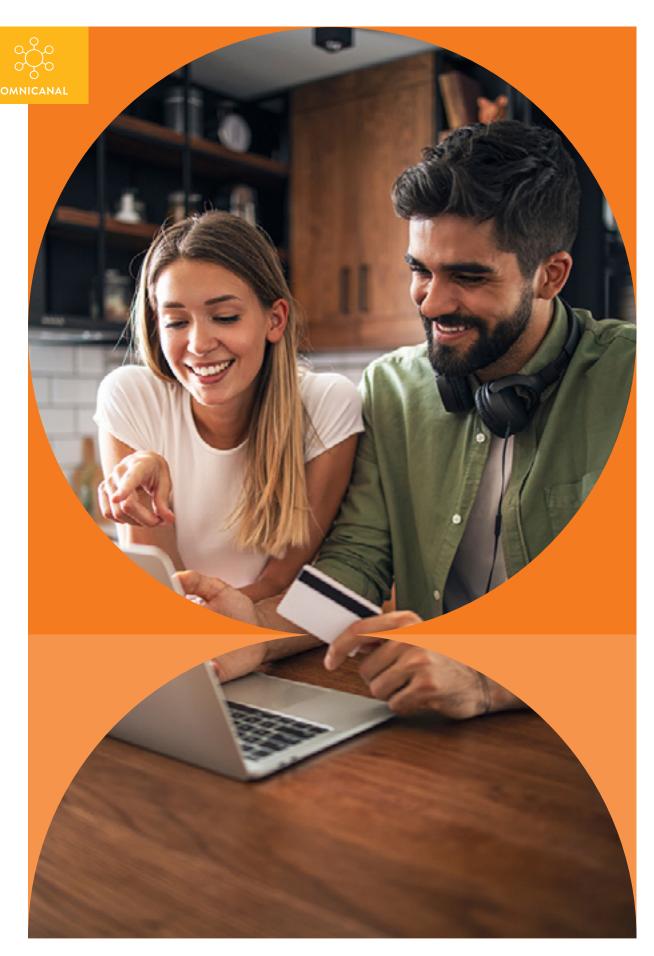
Los quioscos brindan a nuestros clientes soluciones integrales de manera personalizada a través del apoyo de un asesor para cualquier opción de compra, y han representado una valiosa oportunidad de acercarlos a un catálogo de artículos más extenso. En especial, para muchos de nuestros clientes del formato Bodega, significa su puerta de entrada al comercio electrónico de nuestra mano, brindándole así mayor confianza en su compra.



Continuamos
invirtiendo para
incrementar
nuestro servicio e
infraestructura de
quioscos. Este año,
contamos con más
de 1,200 quioscos
en México



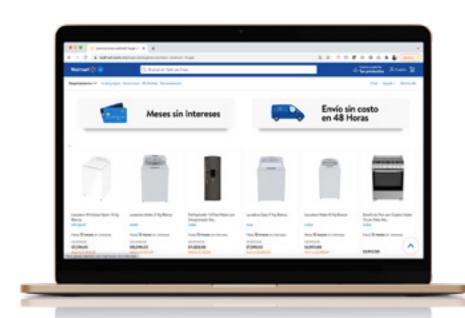




#### **EXPERIENCIA DE COMPRA**

Estamos trabajando en mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes en catálogo extendido, desde la búsqueda, el seguimiento y las devoluciones.

Aplicamos un algoritmo de machine learning para mejorar los resultados de las búsquedas, mostrando productos según las preferencias de los clientes o las tendencias del mercado.



CATÁLOLO EXTENDIDO

Gracias a las mejoras que hemos realizado en la planificación de nuestra logística, los pedidos del Catálogo Extendido se entregan el mismo día o al día siguiente en las 5 ciudades principales

Asimismo, nuestro manejo de datos con mayor detalle nos ha permitido tomar mejores decisiones para entregar mayor volumen en un menor tiempo.

Hemos avanzado por buen camino. Seguiremos incrementando nuestra capacidad tecnológica, y de automatización. Además, continuaremos con las mejoras en nuestros planes logísticos para ser aún más rápidos y eficientes, y de esta forma lograr nuestra ambición de ser líderes en omnicanal.

#### Tienda omnicanal

**NUESTRAS TIENDAS** 



Anaquel



Quioscos



Pantallas de catálogo extendido (código QR)







Sitios Web



Apps



WhatsApp





Caja en tienda¹

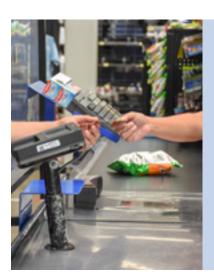




Self-checkout<sup>1</sup>



Pago electrónico





Caja en tienda<sup>1</sup>



Pago electrónico







En tienda





Módulo pickup





Punto pickup





Entrega a domicilio



**NUESTRO ECOMMERCE** 

CATÁLOLO EXTENDIDO **ESTRATEGIA ON DEMAND** 

#### **INFORME 2021**

#### **OFERTA OMNICANAL**



#### **2,756** UNIDADES



165

#### 766 UNIDADES CON SERVICIO ON DEMAND



#### **1,244** QUIOSCOS



#### 1,432 UBICACIONES PICKUP

