



# 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.



TIENDAS TIENDAS TIENDAS TIENDAS TIENDAS

## 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

# 88%

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



### 1.3%

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



TIENDAS FÍSICAS

Walmart

Walmart Express

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



## WALMART SUPERCENTER

**7** aperturas

**+41 mil** m<sup>2</sup> añadidos de piso de venta



## WALMART EXPRESS

**85%** de progreso en la conversión de Superama a Walmart Express

**4** aperturas

**+5,800** m<sup>2</sup> añadidos de piso de venta



TIENDAS FÍSICAS

Walmart  
Express

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.





TIENDAS FÍSICAS

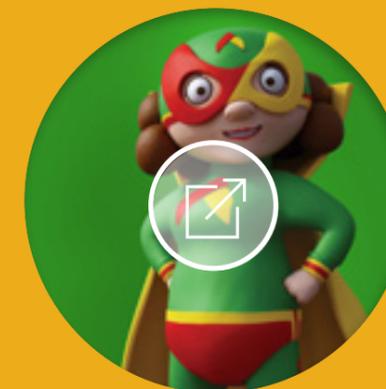


# BODEGAS Y TIENDAS DE DESCUENTO

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 los resultados de Ganar en Descuento, una de las prioridades de nuestra estrategia del año, ingresa aquí

**GANAR EN DESCUENTO**



TIENDAS FÍSICAS



GRI 102-10



110  
aperturas



+72 mil  
m<sup>2</sup> 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



sam's club

TIENDAS FÍSICAS



# 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”





TIENDAS FÍSICAS

sam's club

### 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 ofrecemos 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.

### 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 promoción de eventos y preventas en línea, incluyendo abarrotes, consumibles y frescos



sam's club

TIENDAS FÍSICAS

## NUEVAS INICIATIVAS

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

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.



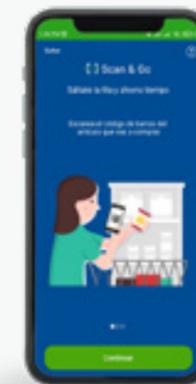
### SCAN & GO

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.

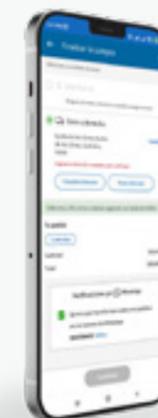
### Scan & Go consta de tres simples pasos:



**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.



TIENDAS FÍSICAS

## 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**

**40-70m<sup>2</sup>**  
piso de venta

**~500**  
SKUs



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.

