

### WALMEX DAY 2021 – ECOSISTEMAS PUBLICIDAD Y CONECTIVIDAD



La fecha de la junta es 18 de Febrero de 2021. La junta del día de hoy se grabará y estará disponible en [www.walmex.mx](http://www.walmex.mx)

El contenido de estas presentaciones es propiedad de Wal-Mart de México S.A.B. de CV, y está destinado para el uso de los accionistas de la compañía y de la comunidad inversionista. De ninguna manera deben de ser reproducidas.

Las presentaciones de esta junta pueden contener ciertas referencias sobre el desempeño futuro de Wal-Mart de México S.A.B. de CV, y deben ser consideradas como estimaciones de buena fe realizadas por la compañía.

Estas referencias solo reflejan las expectativas de la Administración y están basadas en datos actuales disponibles. Los resultados reales siempre estarán sujetos a eventos futuros, riesgos e incertidumbres que pueden impactar el desempeño de la compañía.



#### BEATRIZ NÚÑEZ:

Buenos días a todos, soy Beatriz Núñez, responsable de la Oficina de Crecimiento e IT.

Como ya les adelantó, Gui y Blas, nuestra ambición es crear un ecosistema centrado en el cliente y anclado a nuestro negocio core, impulsando soluciones de extremo a extremo y usando la agilidad como nuestra manera de trabajar.



Estamos entusiasmados con el progreso que hemos logrado hasta ahora y confiamos en que esta transformación ayudará a Walmart a asegurar su aspiración a largo plazo y seguir mejorando la vida de las familias mexicanas. Especialmente, en el último año decidimos ir más rápido en la creación de nuevas fuentes de ingresos, que fueron priorizadas y serán entregadas por olas.

## Ecosistemas



El ecosistema de Walmart es la red de soluciones que se centran en lo que necesita nuestro cliente, que será impulsado por nuestra fortaleza, nuestro negocio *core*, que habilita una ventaja única para resolver puntos de dolor a nuestros clientes y mejorar su experiencia de compra.

Hoy tengo el orgullo de hablarles de 2 verticales de nuestro ecosistema: Publicidad y Conectividad, que se complementan y apalancan con la vertical de Servicios Financieros que ya les compartió, Blas.

## PUBLICIDAD

Convertirnos en la **plataforma de medios líder** en México, ayudando a las marcas a conectarse con nuestros clientes **mas frecuentemente y de manera más significativa**

En Walmart, contamos con la escala de nuestras tiendas físicas y los datos de compra de nuestros clientes, nadie conoce mejor a los clientes mexicanos que nosotros, por lo que hemos definido una misión que nos ayude a impulsar nuestra ambición corporativa:

“Convertirnos en la plataforma de medios líder en México, ayudando a las marcas a conectarse con nuestros clientes más frecuentemente y de manera más significativa.”

## PUBLICIDAD 2020



Durante 2020, hemos logrado integrar y desarrollar una oferta enfocada en 2 ejes:

- Nuestro alcance. Al sumar nuestro tráfico en tiendas físicas y canales digitales nos convertimos en un medio de comunicación masivo nacional.
- Nuestro conocimiento del cliente. Saber lo que el cliente compra nos da una ventaja única sobre cualquier otro medio.

Con este enfoque, logramos un crecimiento anual de ingresos por publicidad omnicanal de doble dígito y trabajamos con más de 200 marcas, que creyeron, e invirtieron en nuestros medios.

## PUBLICIDAD 2021

VIDEO

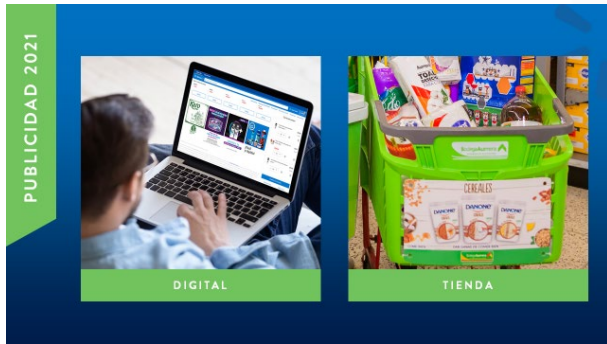
Nos gustaría compartirles algunos de los ejemplos que construimos con nuestros anunciantes y transmitirles el gran potencial que Walmart tiene para convertirse en la plataforma líder de comunicación en México.

El primer ejemplo que quiero compartirles fue cuando entendimos el cambio de conducta y hábitos de nuestros clientes, detectamos que los clientes estaban cocinando más en casa por la contingencia del COVID-19. Así, lanzamos una campaña omnicanal, innovadora multimarca y multiformato. El objetivo que definimos con los anunciantes fue dar a conocer a nuestros clientes sus productos de una manera fácil y divertida. Cuando nuestros clientes llegaban a Supercenter o Superama, primero, les endulzamos los oídos y la vista, con el audio y las pantallas, donde les antojamos una nueva receta. Después, cuando recorrían los pasillos, les enviamos un mensaje a su teléfono o a su correo electrónico, con los *tips* de la receta. Además, los ingredientes tenían un código QR que al escanearlo los dirigía a nuestros blogs de “Sabor y Estilo” donde podían encontrar más recetas, que, con un sólo clic, podían encontrar todos los ingredientes listos en su carrito Walmart.com o Superama.com. Los resultados en los

ingresos por las ventas de estos productos fueron espectaculares, en Superama, crecieron 196% y en Supercenter 95%, en el mismo periodo de impacto.

A nuestros clientes, también los invitamos a nuestro...

- *Livestream* y *unboxing* virtual en la temporada de juguetes, impulsado por nuestro entendimiento de los datos para ofrecerle los regalos perfectos para ellos y sus familias.
- Hasta los llevamos virtualmente al concierto de Alejandro Fernandez patrocinado por las marcas.



Estamos muy motivados con los resultados del 2020 y ahora les hablaré de los planes hacia adelante, que se enfocan totalmente a las necesidades de los anunciantes y buscan alcanzar un crecimiento de ingresos por Publicidad de doble dígito alto, convirtiéndonos en la primera opción en sus estrategias de marketing.

Algunas de las acciones clave de Walmart Connect en el 2021 serán:

- La ampliación de capacidades digitales, incluyendo: búsquedas patrocinadas, contenido digital con ofertas personalizadas en el momento exacto, capacidades de segmentación y automatización de plataformas digitales.
- Al mismo tiempo, innovaremos en los espacios publicitarios en tienda para mejorar la experiencia de nuestros clientes.



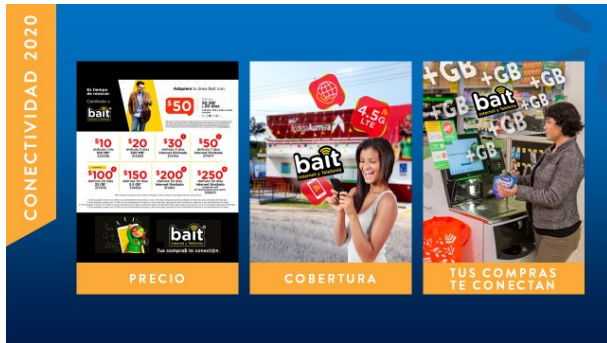
Ahora les voy a hablar de nuestro siguiente vertical, Conectividad, tengo la oportunidad de compartir los avances de BAIT, nuestro servicio de conectividad móvil e internet en casa, multiformato.

En México, la conectividad representa una necesidad básica del gasto de los mexicanos y alcanza crecimientos anuales de ingresos consistentemente. Teniendo esto en mente, identificamos que la fortaleza de nuestro negocio *core*, nos habilita con claras ventajas en términos de capacidad de ventas y distribución, por lo que tenemos la oportunidad evidente de convertirnos en el operador móvil virtual (MVNO) líder en México y ser un acelerador de inclusión digital en el país.

Nuestra misión, alineada con nuestros principios de negocios es:

"Entregar la mejor conectividad al mejor precio para que nuestros clientes vivan mejor."





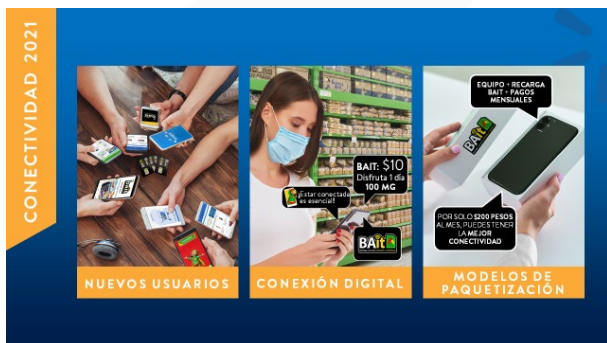
Dada la situación actual y la nueva normalidad durante junio y julio de 2020, BAIT, brindó 30 días de conectividad gratuita e ilimitada en apoyo a la comunidad, lo que nos permitió ser uno de los mayores Operadores Virtuales en términos de captación de nuevos clientes, durante ese período de tiempo.

Este nuevo negocio requiere una mejor comprensión de nuestro cliente y gestión ágil. Hoy, hemos alcanzado más de 300,000 usuarios y vendemos BAIT en más de 2,500 tiendas y clubes de nuestros cuatro formatos. Este crecimiento exponencial fue porque todo el tiempo tuvimos el foco en el cliente, enfocándonos en tres aspectos clave de nuestra propuesta de valor:

1. Precios bajos. BAIT, es la mejor oferta prepago del país con servicios de conectividad ilimitada, datos, voz y SMS, por solo 50 pesos semanales o 200 pesos mensuales, incluyendo cobertura nacional e internacional.
2. Mejor cobertura a máxima velocidad. Brindamos una experiencia 4.5LTE e incluso llegamos a ciudades pequeñas que no contaban con cobertura
3. Tus compras te conectan. Por cada compra realizada en nuestras tiendas, nuestro cliente es recompensado a través de nuestra APP "MiBAIT" con megabytes adicionales para mantenerse siempre conectado.

Los clientes con recursos limitados tienen el deseo y necesidad de estar conectados, hoy sabemos que la limitante es el precio de la conectividad. Fieles a nuestro propósito: ahorramos dinero a la gente y les ayudamos a vivir mejor, ofrecemos la conectividad al precio que el cliente puede pagar y les ofrecemos beneficios por sus compras en nuestras tiendas.

El habilitar la conectividad de nuestros clientes, nos abre un universo de posibilidades para sumarlos al ecosistema omnicanal de Walmart y resolver sus puntos de fricción.



De esta manera, el foco de BAIT para el 2021 es:

- Acelerar la captación de nuevos usuarios y alcanzar un crecimiento de triple dígito.
- Construir un ecosistema de conexión digital mediante la implementación de nuevas fuentes de ingresos, acelerando la venta de celulares, Internet en Casa, servicios de valor agregado, y monetización de datos.
- Además, nos permite brindar acceso a modelos de paquetización como: teléfono, conectividad y crédito. O bien, dispositivos electrónicos, sumados con los servicios de internet en casa, y entretenimiento, harán de BAIT una oferta única.

¡Estamos muy entusiasmados con BAIT! Nuestros clientes reconocen este esfuerzo, estamos listos para escalar, y continuar ganando la lealtad de nuestros clientes.

## Mensajes principales



- **Capacidades únicas de publicidad** para conectar frecuentemente y de manera significativa
- **Conectividad como palanca** del ecosistema omnicanal
- **Esto es sólo el comienzo** del ecosistema de Walmart

Para terminar, quisiera resaltar los siguientes tres puntos:

1. Contamos con capacidades únicas de publicidad para conectar a los anunciantes con nuestros clientes de una manera más frecuentemente y significativa.
2. La conectividad abre un universo de posibilidades para sumar a nuestros clientes al ecosistema omnicanal de Walmart y resolver sus puntos de fricción.
3. Esto es sólo el comienzo, estaremos explorando nuevas verticales y oportunidades en nuestro Ecosistema, alineados con nuestra estrategia.

Fue un placer compartirles nuestros resultados, pero más importante, cómo vamos a construir el futuro y cómo vamos a mejorar la vida de las familias mexicanas. ¡Muchas Gracias!