

Walmart

México y Centroamérica

WALMEX DAY 2022 – SOLUCIONES FINANCIERAS

Ciudad de México, 15 de Marzo de 2022



IGNACIO CARIDE

Gracias Beatriz y buenos días a todos.

Como acabamos de escuchar de Gui, para nosotros un ecosistema se trata de relaciones duraderas. Se trata de crear conexiones con las personas.

Queremos **CONVERTIRNOS EN EL ECOSISTEMA PREFERIDO**. El ecosistema que acelerará el crecimiento.



En 2021, compartimos con ustedes nuestros planes para continuar escalando Cashi, para conectar con otras verticales del ecosistema y para ofrecer soluciones financieras que permitan solucionar los puntos de dolor de nuestros clientes en su experiencia de compra.

Con ese objetivo en mente, probamos y lanzamos diferentes funcionalidades a lo largo del año. Nuestros clientes las apreciaron, pero sabemos que necesitan más.

En México, solo 54 millones de adultos tienen acceso a productos financieros y el costo de estos servicios representa una parte importante de su gasto.

Creemos que más allá de una cartera digital, nuestros clientes necesitan otros servicios financieros de bajo costo y mayor flexibilidad.

Además de nuestra cartera digital, nuestro enfoque está en acelerar nuestros planes para otras soluciones financieras.

Hoy quiero compartir con ustedes nuestra estrategia integral.



Nuestra estrategia se divide en tres pilares: **Cartera Digital, Remesas y Crédito**.

Cada pilar resuelve un punto de dolor. Cada uno de ellos crea valor. Cada uno de ellos nos ayuda a conectar con los clientes de una manera diferente.

En el futuro, queremos integrar estos tres pilares en nuestra cartera digital.

La cartera digital es el eje para ofrecer diversos servicios financieros como pagos *contactless*, pago de servicios, crédito y remesas.



Nuestro primer pilar es la **cartera digital**.

En 2021, compartimos con ustedes nuestros planes para seguir robusteciendo Cashi.

Con ese objetivo en mente, el año pasado lanzamos varias funcionalidades que nuestros clientes desean y aprecian.

¿Cuáles fueron nuestros principales lanzamientos?

Lanzamos **card on file**. Al visitar nuestras tiendas, los clientes pueden disfrutar de una experiencia totalmente *contactless*, permitiéndoles pagar a través de Cashi con sus tarjetas de débito o crédito, además de su saldo en efectivo. Esta nueva forma de usar Cashi ya representa más del 10% del valor total de todas las transacciones. Además, cuando los usuarios pagan en la tienda con una tarjeta registrada, tienden a tener un ticket promedio que es +90% más alto que aquellos que usan saldo en efectivo.

Lanzamos opciones de **pagos digitales** para un mayor número de servicios. Nuestra red de pagos de servicios continúa creciendo, y permite a nuestros clientes pagar más de 60 servicios a través de nuestra aplicación.

Lanzamos una **funcionalidad para que empresas y proveedores** puedan distribuir recursos directamente a los clientes a través de Cashi. Por ejemplo, si un proveedor quiere realizar una campaña promocional o quiere ofrecer un descuento, puede hacerlo de forma directa y eficiente, beneficiando a nuestros clientes.

Estamos muy entusiasmados con nuestro progreso. Aún en un entorno *closed loop*, los activos de Walmart, como nuestras 2,700 tiendas, nuestras marcas y los 5 millones de clientes que compran con nosotros todos los días, nos permitieron tener 1.7 M de usuarios.

Las opciones de pago sencillas y a precios accesibles son uno de los principales puntos de dolor de la experiencia de compra. Continuaremos mejorando su experiencia y acelerando el crecimiento.



Ese fue nuestro progreso en la cartera digital el año pasado. Ahora déjenme que les cuente sobre nuestros planes para el futuro. Tenemos iniciativas que continuarán agregando valor al producto y permitirán una experiencia de compra sin fricciones.

Una de las iniciativas son los **pagos en línea**. En febrero habilitamos Cashi como método de pago para el catálogo extendido y en los próximos meses lo habilitaremos en el resto de las plataformas para que nuestros clientes puedan hacer sus compras en línea en nuestros sitios de *eCommerce*.

Otra de las iniciativas, es el **relanzamiento** de la plataforma.

Estamos trabajando en un rediseño de Cashi para incluir nuevas funcionalidades, como el centro de notificaciones, promociones y administración de "Mis Servicios". Nuestro objetivo es mejorar aún más la experiencia del usuario desde la incorporación o creación de cuenta, hasta los procesos de recarga, devoluciones y pago en nuestras tiendas o sitios de *eCommerce* y pagos de servicios. Este relanzamiento no solo incorpora nuevas funcionalidades para nuestros usuarios, sino que

también es el inicio de un producto totalmente renovado que nos permitirá ser una vertical para la creación del ecosistema en Walmart.

Otra de las iniciativas es habilitar el **open loop**. Seguimos con nuestros planes de crear un producto de *open loop* para generar aún más valor para nuestros clientes.

Un producto *open loop* dará a los usuarios acceso a una cuenta que les permitirá, entre otras cosas, enviar y recibir dinero con menores costos de intermediación que los que actualmente tienen que pagar, usando la tecnología e innovaciones legales disponibles.

Eso fue la cartera digital, ahora hablemos de nuestro segundo pilar, las **remesas**.

Las remesas juegan un papel clave para los clientes sensibles al precio en México, 60% de las mujeres reciben dinero mensualmente en todo el país y buscan la mejor opción para cobrar y gastar sus remesas.

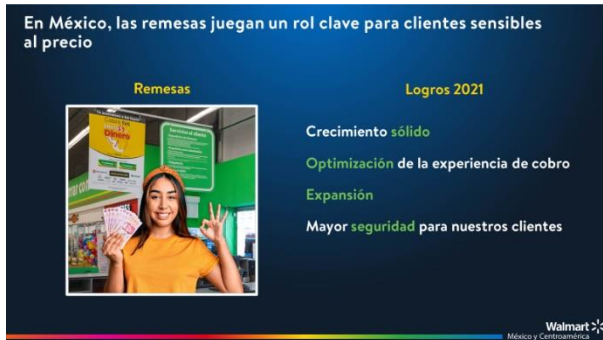
Tuvimos un buen progreso en 2021, permítanme platicarles sobre algunos de nuestros principales logros.

Uno de los logros fue un crecimiento **sólido**. Pudimos crecer más rápido que el mercado, registrando un crecimiento de doble dígito en el valor capturado.

Otro de nuestros logros fue la optimización de la **experiencia de cobro** de nuestros clientes. Optimizamos nuestra experiencia de cobro a través de nuestro proceso de registro automatizado. Ahora nuestros clientes pueden cobrar su dinero en cualquiera de nuestros puntos de venta en las cajas. Incrementamos el número de puntos de pago en 10 veces, y como resultado, redujimos 4 veces el tiempo de transacción.

Otro de nuestros logros, fue la **expansión**. Habilitamos todas nuestras tiendas Bodega Aurrera Express para el pago de remesas, ampliando un 47% la presencia física de nuestras sucursales de Walmex. Nos convertimos en el segundo jugador más grande en términos de puntos de pago en el país.

Otro de nuestros logros, fue dar mayor **seguridad** a nuestros clientes. Su dinero, ahora está protegido gracias a nuestro seguro de servicio gratuito. Hoy tenemos 1 millón de clientes registrados que ya disfrutan de este beneficio.



Creemos que esto apenas comienza, vemos una gran oportunidad para seguir creciendo en el mercado de remesas y resolver un punto de dolor muy importante para nuestros clientes.

En remesas, uno de los puntos clave es la originación. Con su red de más de 4,500 tiendas y clubes en Estados Unidos, Walmart es una gran fuente de originación.

Una de las iniciativas que tenemos para acelerar el crecimiento es el **servicio de Walmart to Walmart**.

Walmart to Walmart permite a nuestros clientes enviar dinero desde cualquier tienda Walmart en los Estados Unidos, a cualquiera de nuestras tiendas de autoservicio en México.

Estamos comenzando con más de 4,500 tiendas en Estados Unidos habilitadas con Walmart to Walmart, y continuaremos aumentando el alcance.

Con este servicio, estamos haciendo que sea significativamente más barato para los clientes enviar dinero a México. Les estamos dando un precio 50% menor a ofertas similares en el mercado y con un tipo de cambio justo.

Según nuestros estudios, los clientes gastan alrededor del 10% de las remesas que recaudan en compras de abarrotes y consumibles. Al reducir drásticamente las tarifas y dar beneficios en el tipo de cambio, los ayudaremos a que puedan comprar lo que necesitan, los ayudaremos a ahorrar dinero y vivir mejor.



El tercer pilar es el **crédito**.

El crédito es un pilar clave en nuestro ecosistema de soluciones financieras. Algunos de nuestros clientes, especialmente los más sensibles al precio, dependen del crédito para comprar artículos de mercancías generales. Por lo general, nuestros clientes encuentran ofertas de crédito costosas y complejas. Las ofertas de crédito disponibles actualmente para nuestros clientes tienen tasas que pueden ser mayores a 85%, además del pago inicial, que podría ser entre el 10% y el 15% del valor del crédito. A veces, los clientes terminan pagando el doble por un artículo.

Nosotros queremos ofrecer soluciones fáciles, amigables y de bajo costo para nuestros clientes.

En los últimos 2 años, fortalecimos nuestra oferta con programas de crédito que responden a las necesidades específicas de los clientes y complementan nuestros programas de tarjetas de crédito en alianza con instituciones financieras.

Uno de los programas es **Compre Ahora, Pague Después** en los quioscos de eCommerce de Bodega Aurrera. Los quioscos que implementan este programa crecen el doble en



comparación con quioscos que no lo tienen. Estamos ampliando nuestro alcance a 800 tiendas.

Otro de los programas, es el **crédito para la compra de teléfonos celulares**. Estamos ampliando esta oferta a más de 1,200 tiendas. Este programa tiene una aprobación de más del 80%. En Bodega, ya tiene una participación de doble dígito en las ventas de celulares. El ticket promedio en tiendas con este programa es el doble vs el ticket de tiendas que no cuentan con él.

Otro de los programas, es un **marketplace de crédito**. Estamos ejecutando una prueba piloto para llegar a nuestros clientes desatendidos mediante una oferta de múltiples prestamistas con una experiencia digital y distribuyendo el crédito a través de Cashi.

Estamos mejorando la experiencia de nuestros clientes y acelerando nuestro ecosistema.



Tenemos planes sólidos para hacer crecer nuestros programas de crédito. Estamos acelerando la implementación en nuestras tiendas y estamos ofreciendo una experiencia digital integral a través de Cashi.

Sabemos que cada vertical juega un papel específico en el ecosistema, pero más importante, sabemos que al combinar estas verticales, podemos hacer que el ecosistema de Walmex sea único.

En nuestro ecosistema, cada cliente podrá recibir una remesa o generar un crédito en la tienda o en su hogar. Cada cliente podrá recibir el pago en Cashi, y cada cliente podrá pagar sin contacto en nuestras tiendas, en nuestros sitios o enviárselo a un amigo o familiar. Cada cliente tendrá una experiencia de primer nivel y cada cliente ahorrará tiempo y dinero.



Estoy muy entusiasmado con la oportunidad que tenemos por delante.

Al brindar soluciones financieras a nuestros clientes, aceleraremos el crecimiento.

Para finalizar, me gustaría destacar los mensajes clave:

- Tenemos la ambición, el impulso y los recursos para convertirnos en el ecosistema líder de soluciones financieras.
- Tenemos los activos y las capacidades que nos posicionan para crecer.
- Hemos construido bases sólidas y estamos listos para hacer crecer nuestro negocio alrededor de tres pilares: cartera digital, crédito y remesas.

Gracias y le paso la palabra nuevamente a Beatriz.