



PERIÓDICO

PÁGINA

FECHA

SECCIÓN

MILENIO

PP-20-21

14/06/2024

NACIONAL

Entrevista. Ignacio Caride, CEO para el país y Centroamérica, ratifica compromisos tras reunirse con la virtual presidenta electa, que insiste en la fortaleza económica

Apuesta por México y más inversión, ofrece Walmart a Sheinbaum

REGINA REYES-HEROLES C., CDMX

— Ignacio Caride, presidente ejecutivo y CEO de Walmart México y Centroamérica, asegura que en la conversación que tuvieron esta semana con la virtual presidenta electa, Claudia Sheinbaum, se reafirmó el compromiso con el país y seguir invirtiendo. "Nada cambia para nosotros con los relevos políticos", dice a MILENIO. PÁGS. 20 Y 21



Confianza plena

Ignacio Caride

Walmart ratifica su compromiso con el país; “vamos a seguir invirtiendo”

El presidente ejecutivo y CEO de la empresa en México y Centroamérica asegura que, como el mayor empleador local, apuestan a muy largo plazo y buscarán el precio más barato para las compras de las familias

Entrevista

REGINA REYES-HEROLES C.
CIUDAD DE MÉXICO

Walmart México es más que el surtidor de la canasta básica de los hogares, es cliente de pequeños productores, es oferta de telefonía, internet, servicios financieros, salud y educación. Son los mayores empleadores del país con 200 mil 464 asociados.

Su propósito es que “en todo lo que hacemos buscamos ahorrar porque sabemos que un centavo

o un peso hace la diferencia en las familias mexicanas”, dijo Ignacio Caride, presidente ejecutivo y CEO de la compañía en México y Centroamérica.

Todos los días, la cadena de supermercados tienen contacto con 5 millones de mexicanos que entran a sus tiendas. Su tamaño y propósito fueron parte de la conversación que sostuvieron esta semana la virtual presidenta electa, Claudia Sheinbaum, y Kathryn McLay, presidenta y CEO de Walmart International.

Caride estuvo presente y reveló que “reafirmamos nuestro compromiso con el país y el

de seguir invirtiendo. Nada va a cambiar para nosotros por los cambios políticos”.

Es un año electoral en el mundo, y si hablamos de inversiones, ¿cómo están los planes?, ¿lo electoral incide?

Nuestros planes de inversiones son indistintos en los periodos electorales. La compañía está para invertir a largo plazo y seguiremos haciéndolo.

Los cambios de gobierno los decide el país y no deberían modificar nuestra estrategia. Para nosotros el largo plazo es lo relevante y seguiremos invirtiendo como hemos hecho a lo largo de nuestra historia en México.

**¿En dónde invierten más?**

Las inyecciones de capital más grandes son en infraestructura. Abriremos entre 800 y mil tiendas en los próximos cinco años, y esto viene de la mano de nuevos centros de distribución.

Algunos de esos serán automatizados y representan gastos muy grandes por el nivel de tecnología y de robótica que requieren.

Esto se suma a las inversiones en tecnología y la infraestructura del ecosistema de la compañía en su totalidad, que incluye telefonía, internet, salud, educación y servicios financieros.

Kathryn McLay, presidenta y CEO de Walmart International, se reunió con la virtual presidenta electa, Claudia Sheinbaum. ¿Cuál es tu conclusión del encuentro?

La reunión fue interesante, buena y cordial. Reafirmamos nuestro compromiso con el país y de seguir invirtiendo. Nada va a cambiar para nosotros por los movimientos políticos. Le contamos a la presidenta electa sobre los programas que tenemos; por ejemplo, Pequeños Productores, que integra a 30 mil empresas de este tamaño en el país a los que les compramos su mercancía aun cuando sean chiquititos y sin intermediarios. También hablamos del programa Adopta una Pyme, que permite desarrollarlas. Le comentamos la capacidad de vender planes de telefonía a un tercio del valor de mercado, de cómo damos acceso a salud por 30 o 40 pesos, depende si es un tema individual o una familia. Nuestro propósito es ayudar a las personas a ahorrar dinero y vivir mejor, y eso empata con los deseos que tenemos todos para el país.

Tienen presencia tanto en Estados Unidos como en Canadá y México. ¿Cómo ven la re-**visión del T-MEC?**

Creemos que para el país, el mejor interés es que el T-MEC se renueve con las condiciones correctas para las tres naciones. Creemos en estos mercados. México ya es el socio comercial número uno de Estados Unidos, y en nuestro caso, 10 por ciento de lo que vendemos en EU viene de México. Entonces, no solo vendemos mercancía local aquí, ayudamos a que empresas mexicanas exporten al mercado estadounidense y canadiense. Estar en los tres países nos hace agentes importantes e interesantes de ese tratado y la idea es reforzar y coadyuvar para que el acuerdo sea el correcto para cada país, porque nos interesa.

¿Este tema salió en la conversación con la presidenta electa? Sí, y lo que manifestamos fue nuestro interés y ofrecimiento de ayudar a la hora de sentarse a definir las normas y condiciones.**Walmart no solo es retail. Tienen Bait en telefonía e internet, salud, soluciones financieras con Cashi, y educación. ¿Cómo se fortalecerá cada unidad en los siguientes años?**

Vamos a seguir invirtiendo en la creación de nuestro ecosistema. Lo que tenemos nos tiene cómodos e invertiremos en estas unidades de negocio. Bait tiene 13.6 millones de clientes, es la cuarta empresa de telefonía del país y la creamos hace unos tres años. Lo mismo con salud y servicios financieros. Queremos terminar de interconectar este ecosistema para seguir ayudando a nuestros más de 5 millones clientes que entran a nuestras tiendas todos los días. La forma en la que podemos apoyar es con acceso a la economía digital, y a distintos servicios que antes eran difíciles

de pagar o muy caros.

Hoy vemos volatilidad y ustedes son muy activos en contener la inflación de la canasta básica. ¿Qué viene?

Luchamos incansablemente por tener el precio más bajo todos los días en nuestras negociaciones con los proveedores, en costos operativos, en todo lo que hacemos buscamos ahorrar porque sabemos que un centavo o un peso marca la diferencia a las familias mexicanas a la hora de comprar.

Eso es lo que respiramos, nuestra cultura. Desde el inicio lo hemos hecho con la comida, después agregamos otro tipo de artículos y ahora lo realizamos también en los electrónicos, con la telefonía, salud y servicios financieros.

Si hoy nuestros clientes pueden pagar un tercio del costo de lo pagaban por señal de celular o acceso a internet, automáticamente les libera dinero para atenderse en el consultorio médico y comprar también una medicina. Si cada vez que compran en nuestra tienda les podemos bonificar megas en su plan de datos, el ecosistema se empieza a retroalimentar y genera más beneficios.

Creemos que podemos ayudar mucho al futuro país y a las familias mexicanas bajando los costos y los precios todos los días.

Conoces muy a fondo el mundo del comercio electrónico, ¿cuál es la estrategia en Walmart?

Nos gusta definirnos como la empresa omnicanal más grande del país. Cada vez que se abre una nueva tienda o se remodela una tienda implica tener todo el paquete de omnicanalidad para atender a los clientes de forma física y digital. Eso nos permite entregar la mayor cantidad de artículos más rápido y de forma más eficiente.



Nos gusta estar presentes en toda la compra, si el cliente quiere ir a la tienda, está en nuestras tiendas, si no tiene tiempo y quiere que se lo llevemos a la casa, puede comprar en línea, o pasar por la tienda, pero comprar en línea.

Quieren ser una empresa regenerativa, ¿cómo van?

Tenemos el compromiso de serlo para 2040. No es solo una empresa neutral, es regenerativa, es decir, devolver más de lo que le consumimos al planeta. Los planes van desde paneles solares en todos los techos en nuestras tiendas, programas de reducción de uso de agua, de residuo cero o donación de alimentos a los bancos de alimentos. Somos la empresa que más alimentos dona en el país. El desafío es enorme, pero somos una empresa muy grande, venimos invirtiendo a pasos acelerados y estamos muy orgullosos de lo logrado. —



Considera que pueden apoyar

en la revisión del T-MEC. GUSTAVO RAAZO

“Nuestro propósito es ayudar a las personas a ahorrar dinero y vivir mejor”

“Podemos apoyar con acceso a la economía digital y a distintos servicios”

Presencia

La primera tienda en México abrió en 1991



21

Centros de distribución



3,015

Tiendas



1,300

Tiendas on demand



1,400

Pick up



5,000,000

Clientes diarios



200,464

Asociados

• FUENTE: Walimex - GRÁFICO: Luis M. Campero



El lunes 10 de junio se reunieron con la virtual presidenta electa, Claudia Sheinbaum. ESPECIAL.