



## EL PRESIDENTE FELIPE CALDERÓN INAUGURA LA PRIMERA TIENDA DE BEST BUY EN MÉXICO

- El Presidente Calderón señaló su confianza en el éxito de la empresa en nuestro país y relató que su primera laptop la adquirió en una tienda Best Buy.
- Bob Willett, Presidente Ejecutivo de Best Buy Internacional subrayó la confianza de la empresa en México y señaló que llegaron para quedarse por el “milenio”.
- Eduardo García Fabregat, Presidente de Best Buy México, reiteró el compromiso de Best Buy de expandir sus inversiones en el país.

**Tlalnepantla, Estado de México, 5 de diciembre de 2008** – Con la presencia del Señor Presidente de la República, Lic. Felipe Calderón Hinojosa, el Gobernador del Estado de México, Lic. Enrique Peña Nieto, el Presidente Municipal de Tlalnepantla, Lic. Marco Antonio Rodríguez Hurtado y el Secretario de Economía, Ing. Gerardo Ruiz Mateos, Best Buy inauguró hoy su primera tienda en México, ubicada en el Centro Comercial Mundo E, al norte de la Ciudad de México, lo que demuestra la confianza y el compromiso de la compañía con el país.

Ante más de 600 invitados, el Presidente de México, Felipe Calderón Hinojosa, subrayó su confianza en el éxito de la empresa líder mundial en electrónicos en el país y felicitó el haber elegido a México como destinatario de esta nueva inversión. Añadió que por el formato de esta tienda, los consumidores mexicanos se verán beneficiados ya que la competencia mejor el sector. Señaló que él compró su primera laptop en una tienda Best Buy.

El Gobernador del Estado de México, Enrique Peña Nieto, dio la bienvenida a Best Buy a tierra mexiquense e invitó a la iniciativa privada a continuar inviy recalcó que a pesar de la crisis, es una tierra de oportunidades.

Bob Willett, Presidente Ejecutivo de Best Buy Internacional, destacó la confianza de la empresa en la economía mexicana a pesar del difícil contexto global y afirmó que la primera tienda en México tiene una gran relevancia para la empresa, porque representa el inicio de un proyecto de largo plazo en el país



encaminado a satisfacer un mercado calculado en \$14 mil millones de dólares en productos de electrónica de consumo. Agregó: *“Nuestros planes son a largo plazo, llegamos a México para revolucionar la forma como se manejan las cadenas minoristas y eso sólo se logra en la medida en que la gente conozca nuestra visión y la prefiera sobre otras opciones. Nuestra estrategia es llegar a diferentes plazas y marcar la diferencia a través de nuestro servicio”*. En alusión a la situación mundial actual, comentó: *“Tenemos que ser mucho más efectivos, mucho más eficientes; con mucha más capacitación”*. Destacó además, que los planes de expansión de la empresa podrían representar la creación de miles de empleos distribuidos en toda la República Mexicana.

La tienda, ubicada en Mundo E, que es la segunda más grande de la cadena a nivel mundial, contará con más de 250 empleados – conocidos como *“Blue Shirts”*– capacitados para brindar la mejor experiencia de servicio y asesoría técnica, adaptados a las necesidades, preferencias y perfiles de consumo de los mexicanos. Es de destacar que, a diferencia de otras tiendas en el país, no trabajarán por comisión, sino que su remuneración dependerá de la calidad de su atención al cliente. Como parte de la preparación para la apertura, los *“Blue Shirts”* han sido entrenados a lo largo de tres meses.

Además de la asesoría, la experiencia de compra de Best Buy incluye la opción de acceder al esquema más avanzado de servicio post venta y de soporte técnico, gracias a un equipo de expertos en tecnología llamados *“Geek Squad”*, que ofrecen soluciones rápidas y confiables en instalación, optimización y reparación de artículos de electrónica.

La tienda no sólo revoluciona los formatos establecidos en México, sino que trae una oferta de productos diferente a las ya conocidas en Estados Unidos. Como ejemplo está la zona Gourmet, que se especializa en productos de cocina, el área de música, que cuenta con una enorme pared de instrumentos musicales.

Best Buy México ofrecerá también un programa de lealtad bajo el esquema de tarjetas *“Reward Zone”* (Zona de Recompensas) y soluciones financieras a



través de las tarjetas de crédito “Blue Key” (Llave Azul) y “Steel Key” (Llave Acero).

Al finalizar la visita por los más de 5,500 m<sup>2</sup> de la tienda, los directivos de Best Buy agradecieron a los asistentes su presencia y los invitaron a seguir de cerca los planes que trae la firma para su desarrollo en México.

###

#### Best Buy Co., Inc.

Con operaciones en los Estados Unidos, Canadá, Europa, China y Puerto Rico, Best Buy Co., Inc. (NYSE: BBY) es la cadena de comercio minorista multinacional líder en la venta de productos – tecnológicos y de entretenimiento – y servicios relacionados, cuyo compromiso estriba en el crecimiento y la innovación para responder a las necesidades de los clientes. Se compone por una familia de marcas y alianzas estratégicas que en su conjunto generaron ingresos por más de \$40 mil millones de dólares en el último año fiscal: Best Buy, Audiovisions, The Carphone Warehouse, Future Shop, Geek Squad, Jiangsu Five Star, Magnolia Audio & Video, Pacific Sales Kitchen and Bath Centres, Speakeasy y Napster. Aproximadamente 165 mil empleados liberan su talento para dar vida a estas marcas de modo que su beneficio llegue a los consumidores a través de sus tiendas, centros de atención telefónica, sitios de Internet, soluciones a domicilio y entrega de productos. Contribuir con las comunidades es primordial en el modo de hacer negocio de Best Buy. En el año fiscal 2008, Best Buy donó \$31.8 millones de dólares para mejorar condiciones de las comunidades en las que nuestros empleados y clientes viven y trabajan. Para más información sobre Best Buy Co., Inc., visite el sitio [www.bestbuyinc.com](http://www.bestbuyinc.com).