

Ecosistema en EVOLUCIÓN



Evolucionamos nuestro
negocio para ayudar a
los clientes a

AHORRAR DINERO

y vivir mejor



VER VIDEO AQUÍ.



CONTENIDO

nuestro 04 NEGOCIO

- 05 Mensaje
- 08 Cifras Relevantes
- 10 Nuestra Estrategia
- 11 El Ecosistema Walmart
- 12 Empresa Regenerativa

prioridades 13 ESTRATÉGICAS

- 13 GANAR EN DESCUENTO
 - 14 Precios Bajos
 - 18 Perecederos
 - 20 Nuestras Marcas
 - 21 Operación de Bajo Costo
- 23 SER LÍDERES OMNICAL
 - 24 La Experiencia Omnicanal
 - 27 eCommerce
 - 29 On Demand
 - 33 Catálogo Extendido
 - 35 Cadena de Suministro
 - 41 Oficina del Cliente
- 42 SER EL ECOSISTEMA PREFERIDO
 - 45 Bait
 - 49 Soluciones Financieras
 - 53 Walmart Connect
 - 55 Salud

empresa 58 REGENERATIVA

- 59 ESTRATEGIA
 - 59 Nuestros Objetivos
 - 60 Gestión ASG
- 62 OPORTUNIDAD
 - 63 Desarrollo de Asociados
 - 79 Pertenencia
 - 85 Desarrollo de Proveedores y Economías Locales
- 96 COMUNIDAD
 - 97 Servir a las Comunidades Locales
 - 101 Desarrollo Comunitario
- 109 SUSTENTABILIDAD
 - 110 Metas y Avances
 - 112 Cambio Climático
 - 123 Economía Circular
 - 133 Capital Natural
- 139 ÉTICA E INTEGRIDAD
 - 140 Ética y Cumplimiento
 - 161 Ciudadanía Digital y Seguridad de la Información
 - 165 Derechos Humanos
 - 166 Evaluación de Riesgos
 - 167 Gobierno Corporativo

valor 171 FINANCIERO

- 172 Mensaje
- 173 Desempeño
- 179 Cifras Relevantes
- 180 Creando Valor
- 181 Inversiones
- 182 Estado de Resultados y Balance General

185 anexos

- 185 Índices, Reconocimientos y Rankings
- 188 Informe de los Comités de Prácticas Societarias y Auditoría
- 191 Estados Financieros Consolidados
- 192 Informe de los Auditores Independientes
- 225 Sobre este Informe
- 226 Índice GRI – SASB
- 250 Glosario
- 253 Informe de Verificación Limitada Independiente
- 268 Información para Inversionistas



Nuestro NEGOCIO

Ecosistema en evolución.

Nuestra estrategia omnicanal está centrada en nuestros clientes y en mejorar su experiencia de compra.



6 millones
de clientes **que**
compran en nuestras
tiendas cada
día en México y
Centroamérica.

4,079
tiendas
3,154 en México
925 en Centroamérica.



GRI:2-14

Mensaje del

PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, Y DEL PRESIDENTE EJECUTIVO Y DIRECTOR GENERAL

En el 2024 mantuvimos el foco en nuestros clientes y socios, para cumplir con el propósito de Walmart: ayudar a la gente a ahorrar dinero y vivir mejor. Fue un año de desafíos, cambios y oportunidades, en el cual nos enfrentamos a un entorno económico complejo y volátil, especialmente en la segunda mitad del año.

Sin embargo, logramos avanzar, apalancando la fortaleza de nuestro portafolio, junto con el poder de la tecnología, para continuar construyendo nuestro omni-ecosistema del futuro.





Somos una empresa liderada por personas, empoderada por la tecnología, omnicanal, dedicada a ayudar a la gente a ahorrar dinero y vivir mejor.

Este año, continuamos ofreciendo a nuestros clientes los productos que necesitan al precio que ellos pueden pagar, a través de nuestro portafolio con diversos formatos que tienen propuestas de valor únicas. Al mismo tiempo, aceleramos nuestra estrategia de digitalización. Todo ello, con el fin de servir mejor a todos nuestros clientes en sus diferentes misiones de compra, en todos nuestros canales.

Hemos seguido invirtiendo en precios bajos. Ratificamos este compromiso en el marco del Paquete contra la Inflación y la Carestía (PACIC), siendo reconocidos como la cadena de autoservicio con el precio promedio nacional más bajo en la canasta básica durante todo el primer semestre del año. En el 2024, logramos una mejora en la percepción del precio en México de más de 70 puntos base.

Para estar cada vez más cerca de nuestros clientes y socios, aceleramos nuestro plan de crecimiento. Al cierre del año, abrimos 151 tiendas en México y 29 en Centroamérica, acumulando el mayor número de aperturas desde 2013, y alcanzando así 4,079 tiendas en la región. Asimismo, estamos invirtiendo al rededor de mil millones de dólares en la construcción de dos centros de distribución con tecnología de última generación y plataformas robóticas impulsadas por inteligencia artificial. Continuamos con nuestra expansión y visión a futuro para servir mejor a nuestros clientes y socios.

1,359
tiendas con
capacidad de
servicio *On Demand*

2.5
millones de
Programas
de Salud

18.3
millones
de usuarios
activos en
Bait

42.6%
posiciones
ejecutivas
ocupadas por
mujeres



Reafirmamos también nuestro compromiso para brindar a nuestros clientes una experiencia de compra que no sólo les ahorre dinero, sino también tiempo, que sea conveniente y que ofrezca el mejor surtido al precio que pueden pagar. Contamos con más de 1,359 tiendas con capacidad de servicio *On Demand*, consolidando nuestra posición como un líder omnicanal.

Seguimos invirtiendo en tecnología para avanzar en la integración de nuestro ecosistema. A través de iniciativas enfocadas en nuestro propósito, fortalecimos nuestras diferentes verticales. Alcanzamos 18.3 millones de usuarios activos en Bait, mejoramos nuestra oferta de créditos, así como aumentamos nuestros ingresos vía Walmart Connect en 26% y colocamos más de 2.5 millones de Programas de Salud. De todo ello, el hito más importante fue el lanzamiento de Walmart Beneficios, un programa que nos permite conocer mejor a nuestros clientes a través de la digitalización de sus interacciones con nuestros diversos formatos, y así integrar las diferentes verticales del ecosistema Walmart, con el fin de servirles mejor. Todos estos esfuerzos se vieron reflejados en un crecimiento consolidado en las ventas de 8.1%, con un crecimiento en ventas a unidades iguales de 5.8% en México. Esto es 190 puntos base por encima del sector de tiendas de autoservicio y clubes en ventas a unidades iguales en la medición de ANTAD.

Durante el año, nuestro compromiso con seguir nuestro camino para convertirnos en una Empresa Regenerativa se mantuvo firme. Generamos oportunidades de desarrollo para nuestras asociadas y asociados, así como todas las personas que trabajan a lo largo de nuestra cadena de suministro. Actualmente, 42.6% de nuestras posiciones ejecutivas están ocupadas por mujeres y 3.8% de nuestros asociados en México tienen alguna discapacidad, y 5.0% en Centroamérica. 83% de la mercancía que vendemos en nuestras tiendas y clubes son Hechas en México. Este año capacitamos a más de 4,200 pequeños productores agrícolas, alcanzando una participación de 16.1% en la compra total de productos perecederos en México y 64.0% en Centroamérica.



Además, estamos acercándonos a nuestros objetivos en materia de sustentabilidad ambiental. En México, logramos desviar del relleno sanitario 83.2% de nuestros residuos, acercándonos a nuestra meta de generar Cero Residuos. Asimismo, a pesar de nuestro ambicioso plan de expansión y los desafíos climáticos, seguimos buscando innovaciones para alcanzar nuestro objetivo de Cero Emisiones. Este objetivo considera una transición hacia gases refrigerantes menos contaminantes (siendo estos la mayor fuente de emisiones en nuestro proceso productivo) y la instalación de paneles solares en todas nuestras nuevas tiendas.

Finalmente, agradecemos profundamente a nuestros asociados su dedicación y esfuerzo incansable. Son ellos quienes dan la cara todos los días en nuestras tiendas y clubes. Gracias también a nuestros inversionistas y a nuestros proveedores por la confianza que todos los días depositan en nosotros, porque ella nos permite seguir creciendo como empresa.

Sobre todo, agradecemos a nuestros clientes y socios por su preferencia y lealtad, porque a ellos nos debemos y son lo más importante para nosotros. En palabras de nuestro fundador Sam Walton, “sólo hay un jefe: el cliente”.

GUILHERME LOUREIRO

Presidente del Consejo de Administración de Walmart México y Centroamérica, y CEO Regional de Walmart Canadá, Chile, México y Centroamérica.

**IGNACIO CARIDE**

Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart de México y Centroamérica.





Cifras Relevantes

GANAR EN DESCUENTO

70 pb

incremento en la percepción de precios en México.

16.5%

penetración en ventas de Nuestras Marcas en México.

+50 pb

incremento en la penetración de Nuestras Marcas.

18.8%

penetración en ventas de Nuestras Marcas en Centroamérica.

SER LÍDERES OMNICANAL

20%

crecimiento GMV en México.

1,359

tiendas con servicio *On Demand* en México.

~60%

de crecimiento en SKUs de *Marketplace* en México.

21%

crecimiento GMV *Marketplace* en México.

ECOSISTEMA PREFERIDO

18.3 millones

de usuarios activos en Bait.

92%

crecimiento del TPV (Valor Total Procesado) en Cashi.

2.5 millones

de Programas de Salud colocados.

26%

crecimiento en ventas de Walmart Connect.

HABILITADORES

6 millones

de clientes compran en nuestras tiendas cada día.
5 millones en México.
1 millón en Centroamérica.

+1,200 tiendas

de todos nuestros formatos en México cuentan con tecnología *self-checkout*.

32 cedis

México 21.
Centroamérica 11.
2 cedis en construcción en Bajío y Tlaxcala.

241,172 asociados

México: 203,355.
Centroamérica: 37,817.

FINANCIERO

958,507 millones

de pesos en ingresos consolidados.
8.1% crecimiento vs 2023.

21.4%

retorno del Capital Invertido (ROIC).

Fuente: Bloomberg

10.4%

margen EBITDA consolidado.

34,763 millones

de pesos invertidos en proyectos estratégicos.
21% crecimiento vs 2023.





Cifras Relevantes

OPORTUNIDAD

27,884

promociones:
22,646 en México;
5,238 en Centroamérica.

10,151

empleos generados:
7,437 en México y
2,714 en Centroamérica.

46,185

proveedores en la región:
31,726 en México y
14,459 en Centroamérica.

83%

de la mercancía que vendemos en
nuestras tiendas y clubes es Hecha
en México.

COMUNIDAD

+4,731

millones de pesos canalizados en
beneficio de las comunidades en
México y Centroamérica.

49,549

toneladas de alimentos y
mercancías generales canalizados
en México.

6,576.5

toneladas de alimentos
canalizados en Centroamérica.

36,456

voluntarios
35,234 asociados
1,222 externos.

SUSTENTABILIDAD

+4,109.8

millones de pesos invertidos en
iniciativas ambientales.

+134.5

millones de pesos en ahorros de
iniciativas de eficiencia energética.

52.3%

del porcentaje estimado de nuestras
necesidades de electricidad
son suministradas por fuentes
renovables en México y 82.7% en
Centroamérica.

71.9%

de nuestros empaques son
reciclables, reutilizables o
compostables industrialmente en
México y 59.0% en Centroamérica.

ÉTICA E INTEGRIDAD

1,219

tiendas y clubes Cero accidentes
en México, 536 en Centroamérica.

40%

de los miembros del Consejo de
Administración son mujeres, 50%
son independientes.



DESCARGA NUESTRAS
CIFRAS RELEVANTES
2024.



NUESTRA ESTRATEGIA

Nos enfocamos en ofrecer un ecosistema de soluciones que sea el preferido de nuestros clientes como resultado de una estructura omnicanal que nos permite ganar en descuento. Contamos con el mejor talento que responde a las necesidades de los clientes al ponerlos al centro de todas nuestras decisiones, respaldados por una cadena de suministro y tecnología eficientes que respaldan y agilizan cada operación.

PRIORIDADES ESTRATÉGICAS



GANAR EN
DESCUENTO



SER LÍDERES
OMNISCANAL



ECOSISTEMA
PREFERIDO

HABILITADORES



CENTRICIDAD
EN EL CLIENTE



MEJOR
TALENTO



CADENA
DE SUMINISTRO



TECNOLOGÍA

REGENERACIÓN
Y CONFIANZA

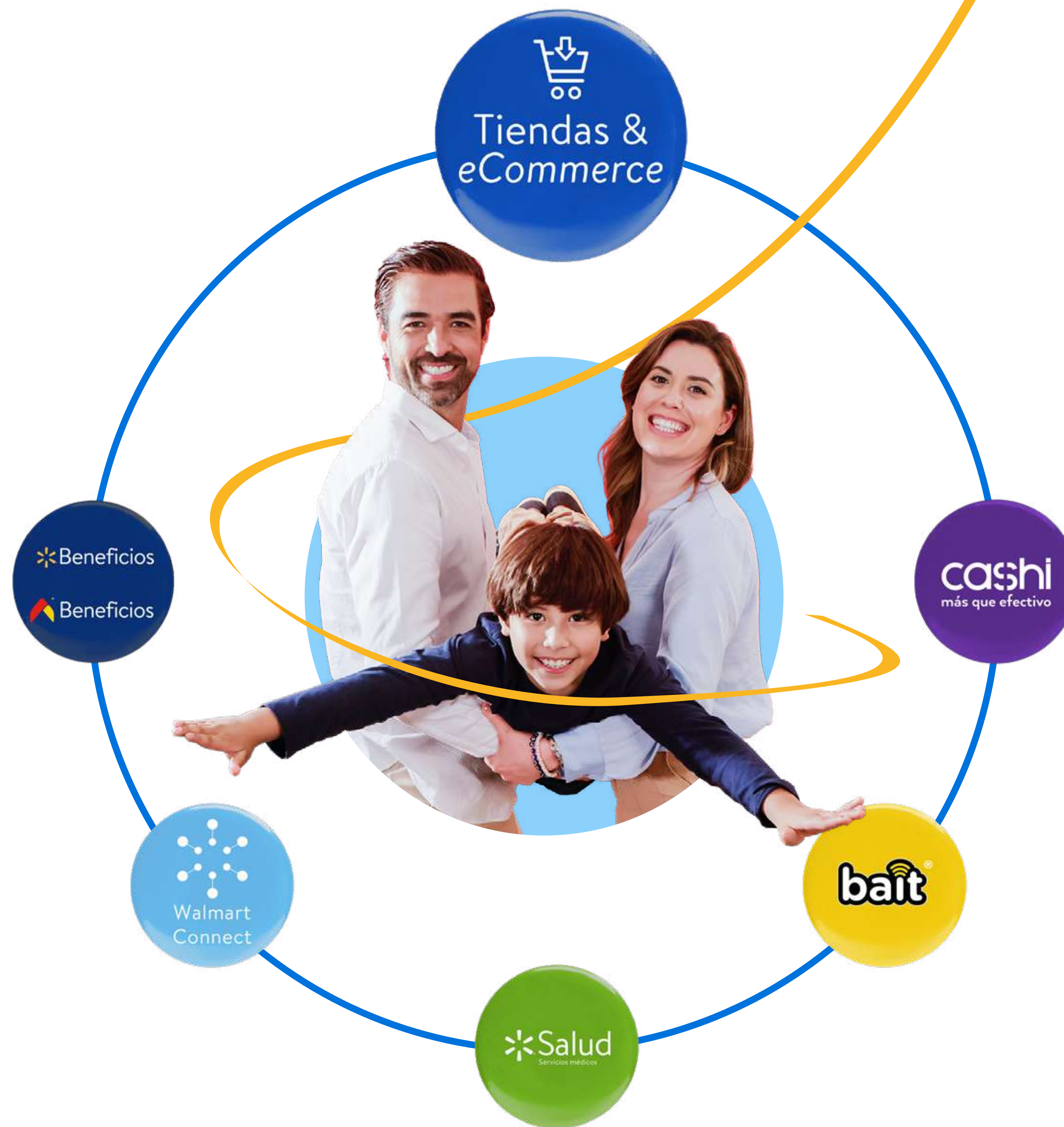
PRECIOS Y COSTOS BAJOS
TODOS LOS DÍAS



El Ecosistema Walmart

En los últimos años, nuestra empresa ha experimentado un cambio significativo, evolucionando de ser una compañía de tiendas físicas a una **compañía omnicanal**. Este cambio ha sido un viaje emocionante y desafiante, con un objetivo claro: atender las necesidades de nuestros clientes en un mismo lugar y a un precio que puedan pagar.

Nuestro negocio base, las tiendas, es sólido y está alimentando al ecosistema, al tiempo que los nuevos negocios que creamos impulsan la lealtad de nuestros clientes y refuerzan al negocio base para que este crezca, se fortalezca y permanezca resiliente.





SASB CG-MR-410A.3, CG-EC-130A.3, CG-EC-410A.2, FB-FR-430A.4

GRI 2-22, 2-23, 2-24

Empresa Regenerativa

Continuamos avanzando en nuestra ambición de convertirnos en una Empresa Regenerativa, con el objetivo de dejar una huella socioeconómica y ambiental positiva, que contribuya a mejorar la salud y el bienestar de las personas, las comunidades y el planeta.

Ser una Empresa Regenerativa implica ir más allá del cumplimiento y del deber ser. Es crear valor compartido para nuestros grupos de interés, y, por lo tanto, para nuestro negocio. Este enfoque nos permite operar con eficiencia en el presente, permitiendo un crecimiento sostenible para el futuro.

OPORTUNIDAD

Crear buenos empleos y oportunidades de desarrollo para nuestros asociados.

Fomentar la pertenencia.

Desarrollar a nuestros proveedores y economías locales.



COMUNIDAD

Servir a las comunidades locales brindando acceso a un ecosistema asequible y confiable.

Apoyar el desarrollo de las comunidades locales.



SUSTENTABILIDAD

Mitigar el cambio climático.

Fomentar la economía circular en nuestras operaciones y cadena de suministro.

Proteger, gestionar y restaurar el capital natural.



ÉTICA E INTEGRIDAD

Operar con los más altos estándares éticos y de cumplimiento.

Ciudadanía digital y seguridad de la información.



CONOCE MÁS SOBRE LA
ESTRATEGIA DE EMPRESA
REGENERATIVA AQUÍ.

Ganar en DESCUENTO

Ecosistema en evolución.
Operamos tiendas
excepcionales, ayudando
a las personas a ahorrar
dinero y vivir mejor.



70 pb
incremento en la
percepción de precios
en México.

+50 pb
aumento en la
penetración en ventas
de Nuestras Marcas.

Conscientes de los desafíos que se presentaron durante 2024, nos esforzamos por ayudar a las familias de México y Centroamérica a ahorrar dinero y vivir mejor. A pesar de la moderación en el consumo que observamos al cierre del año, nos sentimos alentados por la resiliencia del negocio. La propuesta de valor que ofrecemos, centrada en la experiencia, variedad y conveniencia, ha demostrado ser relevante y exitosa. Nuestros clientes y socios valoran que realicemos inversiones estratégicas y responden positivamente a ellas, reafirmando la importancia de mantener precios bajos en un entorno macroeconómico retador.

Mantenemos un liderazgo en precios y seguimos operando con disciplina, lo que se refleja en la preferencia continua de los clientes. Nuestro propósito de tener Precios Bajos Todos los Días es esencial para atenderlos de forma personalizada, ya que entendemos que priorizan el valor, acceso y asequibilidad del catálogo de productos que ofrecemos.

Continuaremos invirtiendo en la mejor tecnología y crecimiento para seguir honrando nuestro propósito.

En 2024, nuestros esfuerzos para Ganar en Descuento se centraron en las siguientes iniciativas:

- 1 Precios Bajos**
- 2 Perecederos**
- 3 Nuestras Marcas**
- 4 Eficiencias Operativas**





Precios Bajos

La combinación de los precios más bajos y un surtido eficiente nos ha ayudado a mantener la confianza de nuestros clientes.



En Walmart de México y Centroamérica, nos enfocamos en ofrecer productos y servicios que mejoran la vida de las familias, potenciando su capacidad adquisitiva con los precios más bajos. Nuestro posicionamiento único se debe a la estrategia omnicanal multi formato, la cual nos permite atender a clientes y socios con distintos hábitos de consumo y necesidades de ahorro. Esto se vuelve especialmente relevante en los formatos de descuento como Bodega en México y Palí en Centroamérica, donde buscan hacer sus compras a los mejores precios.

En 2024, experimentamos una desaceleración en el consumo hacia la segunda mitad del año, reflejando un comportamiento más orientado hacia el ahorro. A pesar de esto, la propuesta de valor detrás de nuestra prioridad estratégica, Ganar en Descuento, generó una respuesta positiva.

Estamos preparados para enfrentar estos retos con estrategias claras que prioricen a los compradores, optimicen las operaciones y fortalezcan la propuesta de valor. Estos desafíos son también oportunidades para innovar y reforzar nuestra posición como líderes en precios en el mercado.

**Logramos ser la
canasta básica más
barata de todo
México durante todo
el primer semestre
del año.**

Bodega

Al día de hoy, Bodega Aurrera es una de las marcas más valiosas de México. Contamos con más de 2,500 tiendas y una experiencia de compra omnicanal que ofrece acceso a un sólido ecosistema de servicios que combate las barreras económicas y sociales en favor de nuestros clientes.

Durante 2024, nos mantuvimos comprometidos con el Paquete contra la Inflación y la Carestía (PACIC), ya que fuimos reconocidos por la PROFECO como la cadena de autoservicio con el precio promedio nacional más bajo en la canasta básica durante todo el primer semestre del año. Esto refuerza nuestra filosofía y demuestra que las estrategias implementadas están funcionando para combatir la inflación y los altos costos de vida.

Morralla, nuestra campaña permanente que ofrece productos a precios asequibles entre 5 y 35 pesos, sigue siendo un motor clave para el éxito y crecimiento en ventas. Al vender un promedio de 1.3 artículos por minuto, evidenciamos el valor indiscutible que tiene esta iniciativa.



El Fin Irresistible

En México, Bodega reflejó uno de los mayores crecimientos en las ventas llevadas a cabo a través de este evento en comparación con el año anterior. Tanto en tiendas, como en línea con **Despensa a tu Casa**, tuvimos tres días que se distinguieron por tener las ventas más altas en la historia del formato. Estamos agradecidos con todos los equipos que hicieron esto posible.

La suma de estos avances se reflejó en un NPS histórico en Bodega, consiguiendo un incremento de +110 puntos base vs el mismo evento en 2023. Los precios bajos y la variedad de ofertas y promociones fueron esenciales para poder alcanzar estos resultados.



Centricidad en el CLIENTE

HABILITADORES en acción

En 2024 agilizamos la comunicación con clientes, aprovechando la conexión con plataformas de inteligencia artificial generativa que nos permitieron tener una nueva “Mama Lucha *influencer*”. A través de ella, podemos comunicar nuestra propuesta de valor con mayor agilidad que antes. Conectamos con audiencias más jóvenes y amplificamos nuestra presencia en redes sociales, transformando a este icónico personaje en una figura relevante para nuevas generaciones y fortaleciendo su identidad de marca.

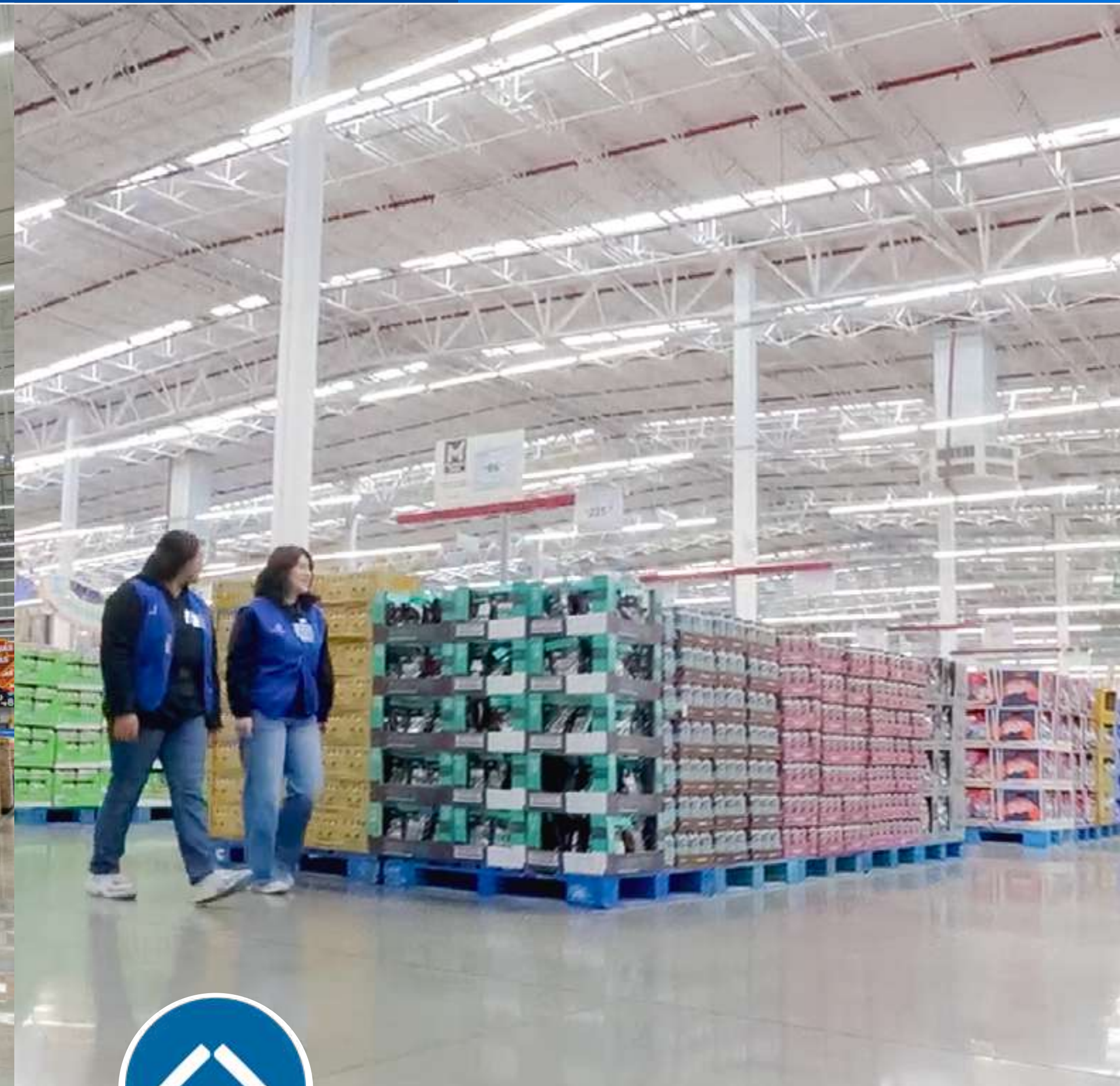


Mamá Lucha recibió la declaratoria de “Marca Famosa” por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).



Walmart Supercenter

Continuamos trabajando con programas clave. Entre ellos, contamos con **Los Básicos de tu Canasta**, que mantiene precios bajos en más de 100 productos esenciales. También colocamos nuestra tienda **Prichos** estratégicamente cerca de la zona de cajas dentro de 25 tiendas Walmart de formato grande, lo que permitió que las ventas de los productos Prichos, que en promedio cuestan 22 pesos, crecieran al doble. Esto contribuyó también al incremento del tráfico y a fortalecer la percepción de precio en Supercenter.



Sam's Club

Como cada año, llevamos a cabo el evento "Socio Fest". Este es un evento en gratitud hacia nuestros socios, en el que ofrecemos descuentos exclusivos, promociones especiales y beneficios adicionales en una amplia gama de productos. Los socios pueden disfrutar de promociones como meses sin intereses, regalos con compra y descuentos en categorías variadas, desde abarrotes hasta artículos para el hogar. El Socio Fest es una excelente oportunidad de ahorro.



Centroamérica

En Centroamérica fortalecimos nuestra estrategia de contratación de proveedores para respaldarnos en una cadena de valor con la escala adecuada para poder mantener los mejores precios. De esta forma, podemos tanto ofrecer una gama diversificada de productos a bajo costo, como reactivar el crecimiento físico de nuestra presencia y número de tiendas.



Perecederos

La calidad, variedad y disponibilidad de perecederos en todos los formatos son fundamentales para poder fortalecer la lealtad de nuestros clientes y garantizar que podamos Ganar en Descuento. Esto es particularmente relevante en las áreas de panadería, pescados y mariscos, y carne. Nos hemos apoyado del área de *Global Sourcing* para garantizar una oferta de productos frescos y diversificados durante todo el año.

Seguimos en nuestro camino para impulsar las ventas de Perecederos con tres grandes iniciativas:

Transformación

Centralizamos procesos y los integramos verticalmente con plantas propias y proveedores estratégicos, optimizando casi el 95% de nuestras tiendas. Mejoramos la utilidad operativa y la experiencia de compra, logrando un incremento notable del NPS.

Percepción de Calidad

Nos enfocamos en la calidad y mejoramos la experiencia del cliente. Invertimos en mejorar el servicio y ampliar el catálogo en Carnes y Panadería.

Empresa Regenerativa

Apoyamos a más de 30,000 agricultores en la última década, aumentando sus ingresos en un 35% y desarrollando el sector.



Al desarrollar nuestra red de proveedores, logramos que el **16% de la fruta y verdura** que vendemos provenga de pequeños agricultores mexicanos. Además de incentivar las economías locales, esto ayuda a eliminar intermediarios que incrementan el precio de los productos para nosotros y los consumidores.



CONOCE MÁS SOBRE NUESTROS PROGRAMAS
CON AGRICULTORES Y SUS PRODUCTOS EN
EL **CAPÍTULO DE OPORTUNIDAD**.



Este año, introdujimos una estrategia de sistema único de *ticket* para los asociados en tienda, que permite optimizar la venta de perecederos a precios más bajos según su potencial de caducidad. Mediante una matriz que identifica los inventarios en exceso, la plataforma informa a los asociados sobre las reducciones de precios que deben ajustarse en tienda en cuestión de minutos. Al reducir su tiempo de respuesta, evitamos desperdicios y aseguramos los precios más favorables para los consumidores.

En **Centroamérica** llevamos a cabo inversiones significativas en la reingeniería del diferencial de precios en productos frescos. Enfocarnos en la frescura y diversidad de la oferta nos permitió crear una experiencia de compra atractiva, apoyándonos en nuestro equipo de *Global Sourcing*.



Walmart Express

En el 2024, realizamos numerosos esfuerzos para mejorar la percepción y experiencia del cliente en Walmart Express, además de que optimizamos la infraestructura y el servicio en tiendas. Estas iniciativas se han centrado en mejorar el surtido y la calidad de los productos perecederos, lo que ha sido bien recibido.

Destacamos nuestros logros en la panadería, donde hemos vendido millones de productos premium, gracias al regreso de panaderos de alta calidad. También, reintroducimos carniceros premium en la tienda, fortaleciendo aún más la oferta de perecederos.

Para asegurarnos de que los clientes estén al tanto de estos desarrollos, hemos lanzado una amplia campaña de medios para Walmart Express. Esta se difunde a través de televisión, radio, canales digitales y cines, centrándose en destacar las mejoras que hemos implementado.

Nuestro compromiso para mejorar la experiencia del cliente en Walmart Express continuará, evolucionando el surtido y la calidad de los perecederos, y comunicando eficazmente estas mejoras. Estamos orgullosos de los logros obtenidos hasta ahora y seguiremos trabajando para mejorar aún más.



Nuestras Marcas

La oferta de productos de Nuestras Marcas es un factor esencial de la estrategia de Ganar en Descuento. La calidad y valor de estos productos han sido muy bien valorados en México, lo que ha propiciado un incremento en la penetración de más de 50 puntos base en las ventas de Nuestras Marcas en autoservicio en comparación con el año anterior. Durante 2024, el porcentaje de clientes que compraron al menos un artículo de Nuestras Marcas estuvo cercano al 50%. Destacamos especialmente Member's Mark de Sam's Club, que ha jugado un papel crucial en la renovación de las membresías anuales de los socios. En Sam's Club, prometemos ofrecer productos increíbles a precios disruptivos, por lo que observamos un incremento en la penetración de ventas de Member's Mark en 87 puntos base, en comparación con el año pasado.

En lo que respecta a la percepción de precio, registramos un incremento de 70 puntos base durante el año en México, con un crecimiento sostenido en todos los formatos. Esto es el resultado de la relevancia de nuestros productos estratégicos y la solidez de Nuestras Marcas.

En Centroamérica, nuestros clientes continúan recompensándonos con su lealtad y apreciando los esfuerzos que realizamos para garantizar las mejores experiencias en tiendas, con una tendencia positiva en el NPS (Net Promoter Score) de todos los formatos y una mejora consistente en la percepción de precios.

Nuestras Marcas seguirán ocupando un lugar central en nuestros esfuerzos durante los próximos años, con un compromiso de ofrecer precios asequibles. Con esto, podemos anticipar un aumento sostenido en su participación de mercado.

Varias de Nuestras Marcas en Centroamérica están siendo reconocidas por sus excelentes precios. En 2024, la marca Suli fue calificada como la #1 en precio y desempeño.



Centricidad en el CLIENTE

HABILITADORES en acción

Comprender profundamente los patrones de consumo, gustos, preferencias, presupuestos y formatos de compra de cada consumidor nos permite identificar dónde podemos mejorar los precios de catálogo. Nuestro Modelo de Percepción de Precios, que es una parte clave del Habilitador de Centricidad en el Cliente, nos ayuda a entender las variables críticas que influyen en la percepción de nuestros clientes, especialmente aquellos más sensibles a cambios en los costos. Consolidamos, perfilamos e interpretamos esta información al desarrollar productos de Marca Propia para que realmente resuenen con ellos, ofreciendo soluciones que se ajustan a sus expectativas y estilo de vida. Creamos ofertas que no solo satisfacen las demandas del mercado, sino que también fortalecen la lealtad del cliente y mejoran su experiencia de compra, asegurando que cada producto lanzado tenga un impacto positivo y significativo en su vida.

Eficiencias Operativas

En 2024, nuestras operaciones evolucionaron para ser aún más eficientes a través de tres factores fundamentales: la automatización, la digitalización y la simplificación.

La automatización ha fortalecido nuestro liderazgo tecnológico. Esta evolución nos ha permitido optimizar procesos, reducir errores y liberar tiempo para enfocarnos en lo más importante para la organización: los clientes, socios, proveedores y asociados.

La digitalización, por otro lado, ha mejorado nuestra conexión con los compradores al poder entender mejor sus necesidades y expectativas. Esta transformación ha facilitado la oferta de experiencias personalizadas y relevantes, fortaleciendo el relacionamiento con cada cliente.

La simplificación de procesos ha sido la tercera pieza clave en nuestro camino hacia la eficiencia. Reducir la complejidad de las operaciones las ha hecho más fluidas, mejorando la experiencia de todos los que interactúan con nosotros.

Hemos logrado avances significativos en la eficiencia de la organización, con mejoras notables en varios de nuestros procesos. A lo largo del año, se implementó el programa de *Smart Receiving* con resultados positivos, como la optimización de las entregas de proveedores, una mayor disponibilidad de productos en los puntos de venta, mejoras en la rotación de inventario y una productividad general mejorada.

En el ámbito de la digitalización, hemos iniciado la implementación de *tickets* digitales en tienda, lo que permitirá a todos los clientes del programa Beneficios de Walmart y Bodega Aurrera acceder a sus *tickets* de compra de manera digital. Esta innovación no solo mejora la experiencia y eficiencia de compra, sino que también contribuye al cuidado del medio ambiente al reducir el uso de papel. A su vez, representa un ahorro en nuestros costos operativos, mientras aumentamos nuestra penetración digital con la base de compradores.



TECNOLOGÍA

HABILITADORES en acción

Escuchar las necesidades de nuestros clientes y apalancarnos en la tecnología para poder atenderlas nos impulsa a optimizar las operaciones y maximizar su presupuesto. Mejoramos áreas clave como el piso de ventas, la cadena de suministro y la entrega a domicilio, eliminando fricciones en cada punto de contacto y reduciendo costos operativos. Simplificamos procesos internos y empoderamos a nuestros asociados con herramientas más ágiles y eficientes para brindar un servicio superior. Para elevar la experiencia de compra y fomentar la lealtad, implementamos nuevas estrategias y el Programa de Excelencia Operativa, mejorando los indicadores de satisfacción del cliente al responder con una comunicación, tiempos y gestión de incidentes más eficiente.

Además, realizamos la migración de nuestros centros de datos a sistemas de almacenamiento en una nube distribuida. Esta proporcionará soluciones robustas para respaldar la información del negocio y dar continuidad a los esquemas instalados en caso de desastres. De esta forma, buscamos mejorar la accesibilidad de los datos y reducir los costos operativos, asegurando una infraestructura adaptable al crecimiento futuro con un mayor nivel de seguridad.

Este año, implementamos iniciativas de productividad, incluyendo la introducción de los primeros *self-checkouts* en Bodega Aurrera Express y en todas las tiendas Bodega Aurrera. Ahora, el 45% de los clientes prefieren usar el *self-checkout* sobre las cajas asistidas. También simplificamos procesos en las cajas, eliminando el uso de llaves para desbloquear los sistemas. Las sustituimos por contraseñas y métricas de verificación, lo que eliminó la necesidad de ser atendidos por un supervisor. Esto ahorró 140 mil horas-hombre y redujo significativamente los tiempos de espera, mejorando la experiencia del cliente. Además, facilitamos el pago en tienda a través de nuestra aplicación Cashi, permitiendo pagos con dinero digital sin comisiones.

>1,200 tiendas
en todos los formatos en México cuentan con tecnología de *self-checkout*.

Nuestros centros de distribución también han experimentado un incremento constante en productividad a lo largo del año, gracias a iniciativas de mecanización y automatización como *walkie pallets* y nuevos *sorters*.



Superfuncionales: Eficiencia Operativa

En 2024, completamos la implementación de nuestro proyecto de Superfuncionales, una iniciativa pionera en el sector minorista. Comenzamos a trabajar este proyecto en 2023 en México y se ha extendido a todas las tiendas y clubes, incluyendo Supercenter, Sam's y Walmart Express. En lugar de que nuestros asociados desempeñen un solo rol dentro de la tienda, los preparamos para que puedan realizar distintas actividades. Esto no solo contribuye a su desarrollo profesional, sino que también aumenta la eficiencia operativa y genera significativos ahorros económicos al eliminar tiempos de espera y ajustar el número de personas asignadas en las tiendas.

Adicionalmente, construimos escalas de capacitación y niveles de compensación, logrando una aceptación del 85%, frente al 70% inicial. Complementamos esto con certificaciones y actualizaciones anuales para asegurar que todos los nuevos asociados se integren adecuadamente a este sistema.

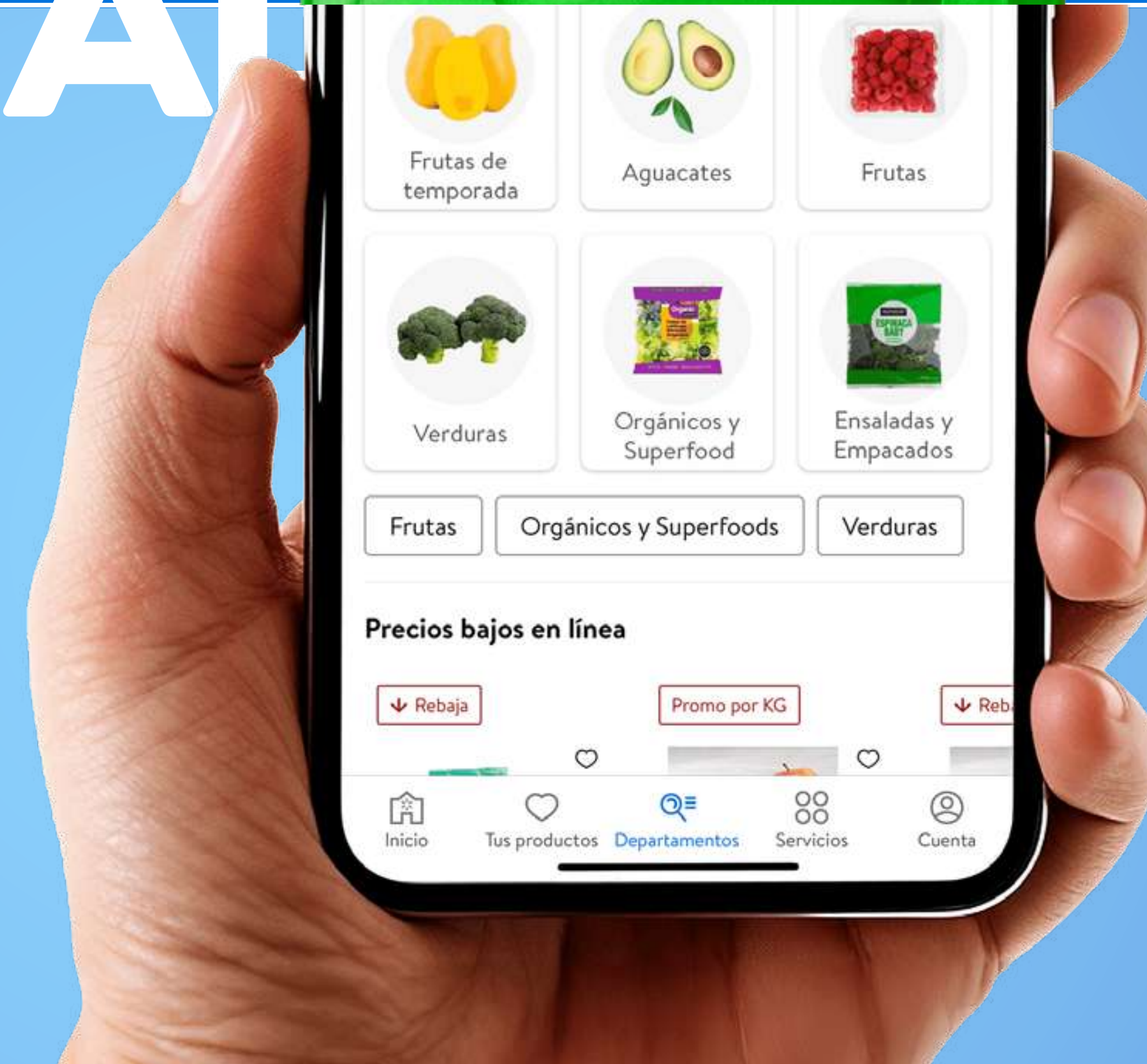
Back Office Automatizado: Eficiencia Administrativa

Optimizamos las operaciones de *back office* al reorganizar tareas y automatizar procesos que no agregan valor directo a los clientes. Este ha sido nuestro mayor proyecto de productividad, generando ahorros significativos en todos los formatos sin generar disrupciones o diferencias operativas notables. Además, hemos eliminado tareas innecesarias mediante la digitalización y capacitación para asegurar una transición fluida. Con esto, nos podemos enfocar en ofrecer un mejor servicio.

Ser líderes OMNISCANAL

Ecosistema en evolución

Brindamos una experiencia de compra mejorada y adaptada a las necesidades de nuestros clientes.



20%

crecimiento del Gross Merchandise Value (GMV) de eCommerce.

1,359

tiendas con servicio *On Demand* en México.

La Experiencia Omnicanal

A lo largo de los años, hemos evolucionado para deleitar a distintos segmentos de clientes en las 750 ciudades en las que operamos en México y Centroamérica. Tenemos la habilidad de adaptar nuestros negocios a sus estilos de vida, que nos permite no solo satisfacer, sino superar sus expectativas. Además, hemos ampliado nuestra oferta para beneficiar a los más de seis millones de clientes y socios que visitan diariamente nuestras tiendas.

Hemos enfocado esta transformación en mejorar la experiencia de compra al integrar nuestras tiendas físicas, plataformas digitales y cadena de suministro. Esta propuesta omnicanal

robusta, junto con nuestro compromiso en mantener nuestra propuesta de valor de tener Precios Bajos Todos los Días, es como ponemos al cliente al centro de nuestras decisiones.

Estamos mejorando y ampliando la oferta de nuestras plataformas constantemente para facilitar la vida de nuestros consumidores. Con el servicio *On Demand*, les entregamos sus productos el mismo día que los ordenan en cualquiera de nuestros formatos. Además, nuestro *Marketplace* ofrece un catálogo extendido con *sellers* locales e internacionales que crecieron un 50% comparado con 2023, asegurando una gran variedad de artículos a los mejores precios.

En Centroamérica, continuamos fortaleciendo nuestra estrategia omnicanal con la expansión de tiendas con servicio *On Demand* y el lanzamiento de nuestra aplicación móvil, entre otras iniciativas. Esto proporciona un amplio catálogo de productos con capacidades de entrega a domicilio y recogida en tienda para nuestros clientes.

Como Líderes Omnicanal, nuestro enfoque en la centricidad del cliente y nuestras capacidades en constante expansión nos posicionaron para brindar un servicio excepcional en 2024, y nos habilitan para seguirlo haciendo en el futuro.



Aperturas de Tiendas

Nuestra principal fortaleza se encuentra en la expansión estratégica de nuestras tiendas, un aspecto en el que seguimos enfocando nuestros esfuerzos. Continuamos invirtiendo para optimizar y enriquecer la experiencia de compra, entendiendo que cada interacción es única. Nuestro objetivo es realzar la propuesta de valor en cada uno de nuestros formatos, garantizando una oferta adaptada a las necesidades y expectativas de nuestros clientes. De esta manera, no sólo buscamos crecer, sino también consolidar nuestra posición en el mercado. Este año, abrimos 180 tiendas nuevas, marcando un hito en nuestras aperturas y superando el récord del año anterior. Además, representa una cifra récord desde 2013. Estas incorporaciones contribuyeron con un 1.7% al crecimiento total de nuestros ingresos totales, superando las expectativas establecidas para el año.



+180 mil m²
de capacidad instalada adicional.

2.4%
más en piso de venta que en 2023.

Estas acciones reflejan nuestro enfoque en la expansión sostenida y el fortalecimiento de nuestra presencia en mercados clave.



Remodelaciones de Tiendas

En cuanto a construcción y remodelaciones de tiendas, estamos fortaleciendo el mantenimiento mayor e invirtiendo en el reemplazo de equipos. Utilizamos herramientas robustas para identificar necesidades de mantenimiento y nuevas aperturas, considerando factores como nivel socioeconómico, población, capacidad de ingresos, ubicación de tiendas y proximidad a la cadena de suministro. Con la iniciativa *Intensity 2.0*, y próximamente 3.0, integramos el NPS del cliente para evaluar la infraestructura, considerando la edad de las tiendas y los gastos de mantenimiento, identificando oportunidades de mejora.



Centricidad en el CLIENTE

HABILITADORES en acción

Estamos renovando los espacios y distribución de nuestras tiendas para ofrecer una experiencia de compra mejorada y alineada con lo que más le importa a cada uno de nuestros clientes. A través de nuestro proyecto de adaptación de espacios, resaltamos y les acercamos la experiencia omnicanal.

En Bodega actualmente contamos con 16 tiendas que incluyen un *showroom* de nuestro catálogo extendido disponible en línea. En Walmart Express piloteamos ubicar la farmacia fuera del piso de ventas para facilitar el acceso rápido de los pacientes sin necesidad de entrar a la tienda, a la vez que dimos más protagonismo a los departamentos de Florería y nuestro nuevo Dermacenter, enfocado en cuidados dermatológicos. Lanzamos las Ferias de Países para promover productos de distintas regiones y ponerlas al alcance de los consumidores. En este formato, así como en Supercenter, también optimizamos espacios para categorías clave como mascotas, bebés, deportes y limpieza, alineándonos con las tendencias del mercado.

TECNOLOGÍA

HABILITADORES en acción

Lanzamos nuestra nueva forma de trabajo *Minecraft*, que nos hace más ágiles en la adaptación y distribución de espacios. Iniciamos con un prototipo de cómo queremos que se vean las tiendas, y posteriormente lo adaptamos de la mejor forma a distintos espacios y sus características. Con esto, podremos reducir el tiempo de apertura en un 50% y acelerar nuestra expansión en zonas de alta competitividad. De momento, esta nueva forma de trabajo aplica para todos los prototipos de Bodega Aurrera Express.

Acelerar nuestra apertura de puntos de venta significa también crecer nuestra huella y presencia con mayor agilidad, usando la innovación como motor para mejorar la experiencia de compra de cada cliente.

SASB CG-EC-000.A, CG-EC-000.B, CG-EC-000.C

eCommerce

TECNOLOGÍA HABILITADORES en acción

La tecnología es una herramienta clave para que podamos seguir fortaleciendo la infraestructura con la cual agilizamos y mejoramos nuestros canales de venta digitalizados. La forma en la que conectamos con nuestros clientes, así como dentro de nuestras propias operaciones, facilita la captura, procesamiento y aprovechamiento de la información operativa. Estos datos nos permiten tomarles el pulso a los patrones de compra, afinando nuestra planeación logística, y mejorando nuestro entendimiento de lo que nuestros compradores quieren.

Nuestras plataformas de *eCommerce* son clave en la estrategia omnicanal. Su crecimiento en todos nuestros formatos de negocio las ha convertido en un pilar fundamental para el futuro de la compañía. Gracias a ellas, podemos estar presentes en cada ocasión de compra y facilitar la búsqueda y entrega de sus productos favoritos.

A medida que la adopción del comercio electrónico sigue acelerándose, hemos fortalecido y expandido nuestra estrategia digital para ofrecer a nuestros clientes una experiencia de compra más ágil y conveniente. Ellos valoran la conveniencia de las compras en línea, por lo que estamos refinando continuamente nuestras ofertas digitales y surtido para satisfacer sus necesidades en constante evolución. En este sentido, seguimos escalando nuestro *Marketplace*, además de complementar la oferta *On Demand* en tiendas y clubes. Esto nos ha permitido incrementar la variedad de productos de nuestro catálogo y tener una respuesta más rápida a las necesidades del mercado.

Como reflejo de estas tendencias, en el 2024, el *Gross Merchandise Value (GMV)* de nuestro comercio electrónico en México creció un 20%. Y representó el 7.4% del GMV total, impulsado por la expansión de *On Demand* y la aceleración de nuestro Catálogo Extendido.



73%

crecimiento del Gross Merchandise Value (GMV) de eCommerce en Centroamérica.

Queremos destacar la importancia de nuestra ambición omnicanal en Centroamérica. Nos hemos enfocado en mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes en la región y enriquecer la propuesta de valor de nuestros formatos. Hemos optimizado esta experiencia con una infraestructura omnicanal mejorada, lo que permite a nuestros clientes disfrutar de procesos de compra más rápidos y eficientes.

En el 2024, nuestra ambición omnicanal tomó un paso más allá. El eCommerce reportó un crecimiento de 73%, incrementando también la penetración en ventas en más de 40 puntos base. Este crecimiento significativo se debe a la expansión de tiendas y el lanzamiento de nuestra aplicación móvil, entre otras iniciativas. Seguimos invirtiendo y ampliando nuestras capacidades para asegurar que todas las familias de Centroamérica puedan disfrutar de esta experiencia de compra optimizada y eficiente. El éxito de nuestras estrategias omnicanal demuestra nuestro compromiso con la mejora constante y nuestra adaptabilidad a las cambiantes necesidades de nuestros clientes en la región.



On Demand

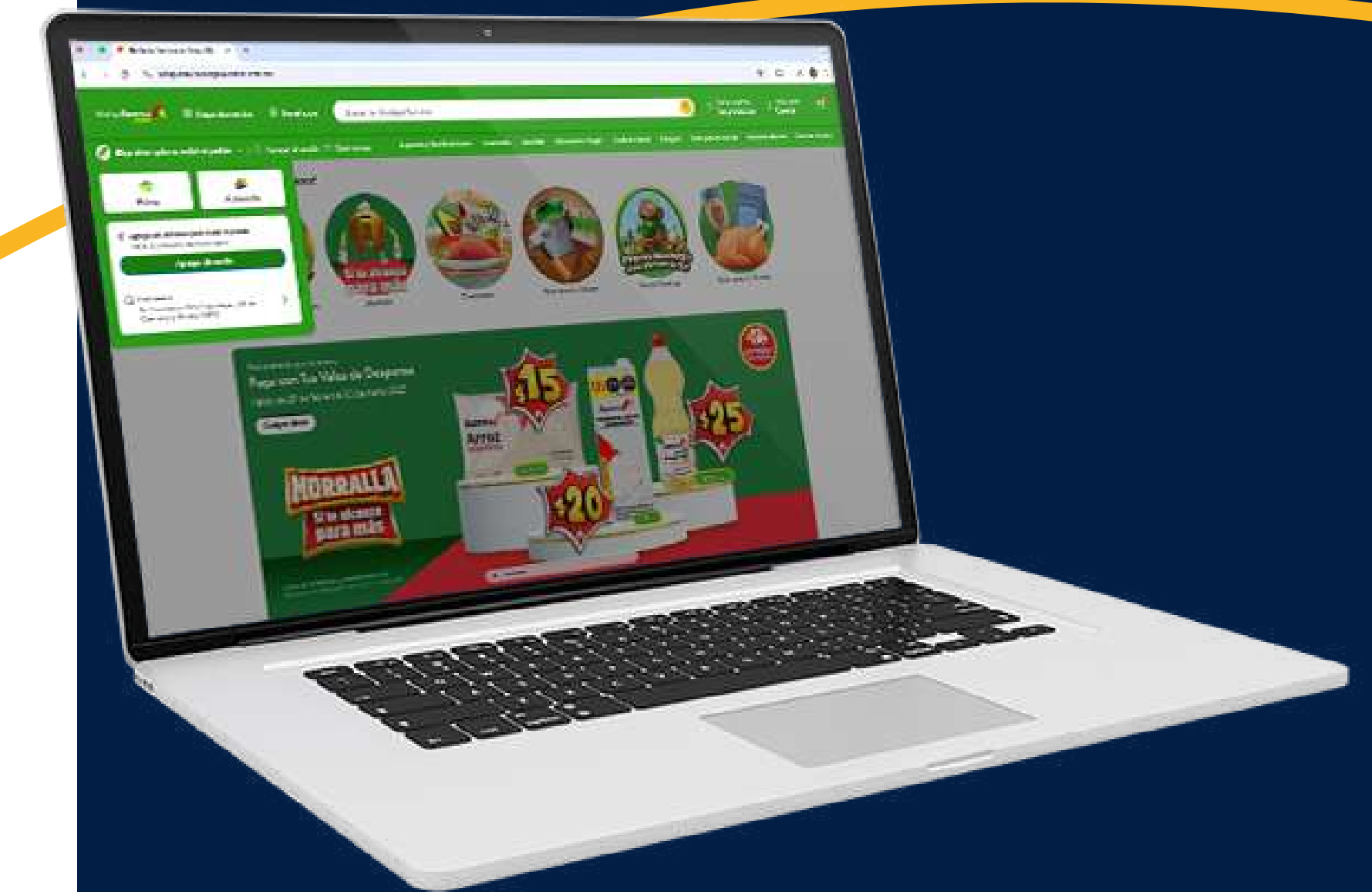
On Demand ha sido un impulsor clave de nuestro crecimiento en eCommerce y de la estrategia omnicanal general. Este servicio nos permite acercarle los productos de nuestras propias tiendas a los clientes. Es así como aumentamos la frecuencia de compra de artículos que anteriormente solo se podían encontrar en puntos de venta, apalancándonos en la confianza que los consumidores ya tienen en nuestro portafolio de productos para poder expandir nuestros esfuerzos *On Demand*.

Este servicio tuvo un gran desempeño durante 2024 en México en todos nuestros formatos, principalmente por las mejoras en nuestra infraestructura y a una eficiente forma de trabajo por parte de nuestros asociados. Los buenos resultados nos demuestran que estamos en el camino correcto con nuestra estrategia omnicanal y que nuestras decisiones de inversión están resonando entre nuestros clientes.



Despensa a tu Casa en Bodega Aurrera

Durante el año, seguimos expandiendo la penetración de Mi Bodega y Bodega Aurrera Express. Mediante la implementación de la plataforma Glass en todos nuestros formatos, experimentamos grandes resultados, destacando el desempeño de Despensa a tu Casa, que registró la tasa de crecimiento más alta de todos los formatos. Esta evolución ha sido fundamental para consolidar nuestra operación digital, particularmente en la venta de la canasta básica, donde aprovechamos nuestra red de distribución expandida para llegar a más clientes de manera rápida y eficiente.



3.6 millones de clientes de la app.



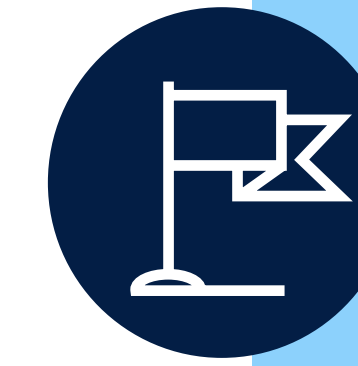
Walmart Express y Walmart Supercenter

En Walmart Express nos enfocamos en regresarle la propuesta de valor de productos *premium* al cliente con productos surtidos y diferenciados; particularmente los departamentos de perecederos, carnes y mariscos, florería, productos dermatológicos y artículos de importación. Buscaremos implementar catálogos regionales conforme vayamos creciendo para responder a los gustos locales de los clientes.

Por otro lado, en Walmart Supercenter, reforzamos nuestro servicio *one-stop shop*. Contamos con una gran diversidad de productos para todas las necesidades, y se fortaleció la oferta de marcas de ropa en tienda, integrando varios nombres *premium* al catálogo. También destacamos la incorporación al catálogo de productos de temporada o ediciones limitadas, como artículos promocionales de películas.

En 2024, Walmart Supercenter y Walmart Express lograron duplicar su tasa de crecimiento en comparación con el año anterior, gracias a la expansión de nuestras capacidades logísticas y la optimización de la experiencia de compra en línea. Mejoramos la disponibilidad de horarios para entregas el mismo día y fortalecimos nuestro servicio Pronto, que permite a los clientes recibir sus compras en hasta 90 minutos.

Además, la adopción de *Walmart Pass* continuó en ascenso, consolidándose como una de las principales soluciones para entregas ilimitadas a domicilio. Con estas mejoras, reforzamos nuestra promesa de ofrecer un servicio ágil y confiable, impulsando la preferencia de nuestros clientes por los formatos de Walmart Supercenter y Walmart Express.



El Fin Irresistible

Durante nuestro evento El Fin Irresistible en noviembre, el más importante del año, logramos un récord de ventas históricas en nuestro canal digital. Durante estos días, registramos más de 170 millones de visitas en nuestras plataformas de *eCommerce*, reflejando el crecimiento exponencial y la relevancia de nuestras operaciones digitales.

El 18 de noviembre se convirtió en el día con mayores ventas en la historia de la compañía, con cifras históricas en todos nuestros formatos. En particular, Despensa a tu Casa de Bodega Aurrera experimentó un crecimiento del 72% respecto al año pasado, mientras que Walmart Supercenter y Walmart Express alcanzaron niveles de servicio récord durante el evento. Además, Sam's Club logró un número sin precedentes de afiliaciones, consolidando su crecimiento y lealtad de sus socios.





+75%

es la tasa de renovación de membresías.

Duplicamos el número de socios digitales en 2025.



+1.3 millones
de nuevos socios.

Sam's Club

En Sam's Club, buscamos ganar participación de mercado contundente en vinos y licores, así como en la oferta de productos de tecnología y perecederos de la más alta calidad. Buscamos mucha alineación con las estrategias de venta de Member's Mark en otros países, como las promociones de temporada en *Halloween*.

A su vez, seguimos evolucionando nuestra experiencia digital y logística. Extendimos la promesa de entregas Pronto a todos los clubes, lo que permitió que nuestros socios recibieran sus pedidos en menos de 2 horas. Con un modelo optimizado de atención y picking digital, logramos mejorar la eficiencia operativa y ofrecer tiempos de entrega aún más rápidos.

En Sam's tuvimos la migración de nuestra plataforma digital llamado *Glass* durante el último trimestre del año. Esta transición fue la más rápida de todo Walmart de México y Centroamérica, rompiendo récord de todos los formatos. Se llevó a cabo en tan solo 3 meses y con una mejora de doble dígito en transaccionalidad.

Sam's *On Demand* ha mejorado la experiencia de la aplicación con opciones de entrega flexible, uso de membresía digital, ahorro de tiempo con Scan & Go, acceso al catálogo de Member's Mark, creación de listas de compras, entre otros. Además, el servicio Pronto ahora representa el 10% del total.





Omni Returns

En México, hemos reforzado nuestro sistema de *Omni Returns* para simplificar las devoluciones en tienda para nuestros clientes en línea, fortaleciendo así nuestra propuesta omnicanal. Ahora, puedes comprar en línea y devolver en cualquier tienda que prefieras, sin costo alguno. También implementamos una nueva característica que permite reembolsos en el método de pago original, garantizando la devolución completa del dinero.

Walmart Pass

Ofrecemos a nuestros clientes más de 150,000 productos y entregas en 60 minutos desde más de 250 tiendas Walmart Supercenter y Walmart Express. Esto se complementa con *Walmart Pass*, una membresía con la que le damos la posibilidad a los clientes de recibir entregas ilimitadas en el mismo día para órdenes de 299 pesos en adelante. De esta forma, pueden ahorrar tiempo y dinero.

1,359

de nuestras más de 3,150 tiendas en México están habilitadas para ofrecer este servicio en más de 400 ciudades en México.

18%

crecimiento en usuarios de Walmart Pass en 2024.

37%

de las ventas *On Demand* de Walmart vinieron de *Walmart Pass*.



Crowdsourcing

Como parte de nuestro servicio *On Demand*, el modelo de *Crowdsourcing* mostró un crecimiento significativo en su implementación y efectividad. En 2024, 2.5 millones de las órdenes registradas a través de este modelo se entregaron el mismo día, gracias a la aceleración de las Órdenes Pronto. Al cierre del año, estas representaron el 69% de las órdenes de entrega mismo día.

El crecimiento en el uso de *Crowdsourcing* fue especialmente notable en Sam's, Walmart Supercenter y Walmart Express, que registraron un incremento de 17% en comparación con 2023. Esto significa que 2 de cada 10 pedidos de entrega *On Demand* fueron entregados a través de este modelo. Al concluir 2024, aumentamos nuestras operaciones a 319 tiendas a lo largo de nuestros formatos, mostrando la adaptabilidad, éxito y expansión de este modelo.

Centroamérica

En Centroamérica, hemos avanzado significativamente en nuestra estrategia omnicanal. Expandimos nuestros servicios a más tiendas y regiones, incluyendo la integración de tiendas de formato bodega en Costa Rica y Guatemala. Con el lanzamiento de nuestra nueva *app* de compra, hemos visto un crecimiento en el negocio y una aceleración en las compras digitales, así como las entregas a domicilio y *pick up*. Además, hemos lanzado iniciativas como *Cyber Monday* para incentivar el uso de nuestra plataforma y garantizar su implementación en todos los segmentos.

El inicio de nuestra estrategia omnicanal y el despliegue de nuestro ecosistema de soluciones han transformado nuestra oferta de productos, evolucionando de productos a servicios y finalmente a soluciones integrales.



Catálogo Extendido

Continuamos consolidando y ampliando nuestro catálogo extendido, aprovechando las ventajas de la tecnología y las estrategias exitosas implementadas en otras regiones de Walmart, todo para beneficiar a nuestros clientes.

Gracias al análisis de datos, hemos optimizado la entrega de productos, permitiéndonos manejar un mayor volumen en un tiempo reducido. Seguimos invirtiendo en tecnología y en el fortalecimiento de nuestra cadena de suministro. Estas acciones, junto con las mejoras en nuestra planificación, han propiciado un aumento notable en la eficiencia de nuestras operaciones. El resultado es un servicio más ágil y de confianza para nuestros clientes.



Cadena de **SUMINISTRO**

HABILITADORES en acción

Nuestra cadena de suministro juega un papel sumamente relevante en la agilidad con la cual podemos ejecutar nuestras actividades y entregas de artículos que pertenecen al catálogo extendido. Este año, logramos una mejora significativa en los tiempos de entrega en *Marketplace*, gracias al apoyo de Walmart *Fulfillment Services*. Esta colaboración nos permitió entregar productos con un día menos de espera, en promedio, a nuestros clientes.

Optimizamos también el costo de servicio como porcentaje del GMV, que se redujo significativamente en 66 puntos base en comparación con 2023. El costo por unidad bajó un 5% año contra año, un comienzo notable para nuestro plan general de mejora del Costo de Servicio.



Potenciando las Plataformas de Compra

En nuestro propósito por mejorar la productividad y optimizar la experiencia de compra en línea, nos hemos sumado a la red integrada de *Glass*. Esta plataforma, que utiliza algoritmos para encontrar productos y mostrar inventario en tiempo real, ha permitido acelerar la búsqueda y navegación en nuestros formatos de Walmart Supercenter, Walmart Express, Sam's Club y Bodega. Además, nos ha permitido expandir la venta de Marcas Propias y ofrecer un catálogo extendido sólo disponible en línea.

Este año, hemos logrado hacer la transición a *Glass* en México y Centroamérica, utilizando la tecnología de Walmart en Estados Unidos para unificar la tecnología detrás de todos nuestros formatos. Este avance nos permitirá impulsar significativamente nuestro negocio de *eCommerce*, personalizando ofertas según los hábitos de compra de nuestros clientes.

Excelente desempeño en todas las divisiones de mercancía, alcanzando un hito histórico de ventas en noviembre durante nuestro evento *El Fin Irresistible*, uno de los logros más significativos del año.

Marketplace

Nuestro *Marketplace* sigue demostrando ser un motor de alto impacto para el crecimiento de nuestro *eCommerce*. En el 2024, tuvimos un incremento significativo en el número de *sellers* del 50% en comparación con el 2023.

Enfocados en acelerar aún más nuestro *Marketplace*, crecimos nuestro número de SKUs aproximadamente 60% respecto al año anterior. Tener una oferta de productos diversificada ha beneficiado a nuestros clientes al proporcionarles acceso a un catálogo de opciones más amplio. Además, hemos logrado mejorar los tiempos de entrega en el *Marketplace* por un día, en promedio, reflejando nuestro constante enfoque en proporcionar a nuestros clientes una entrega de productos más rápida. Estos esfuerzos, han impulsado un crecimiento del 21% en el GMV de nuestro *Marketplace*.

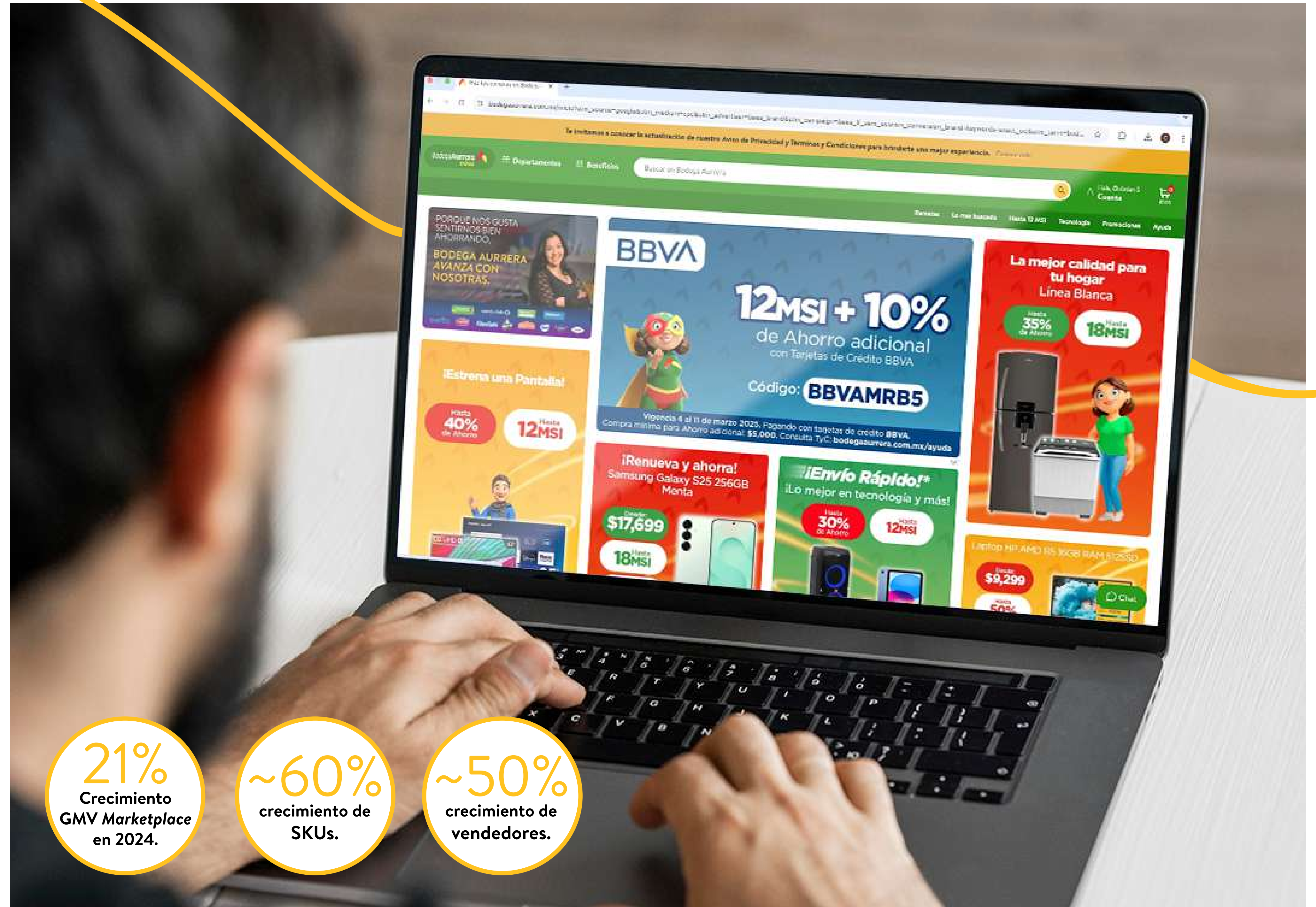
Con la firme intención de agilizar nuestro crecimiento, seguimos ofreciendo a nuestros vendedores mayores oportunidades para expandir su presencia en el mercado. Este año logramos un crecimiento del 57% en *Walmart Fulfillment Services*, servicio que se encarga de recibir, almacenar y entregar los productos de nuestros vendedores, aprovechando la infraestructura y tecnología de nuestra compañía.

Con el propósito de llegar a un mayor número de clientes, seguiremos expandiendo nuestro catálogo e incorporaremos nuevas categorías a nuestra oferta de productos.

TECNOLOGÍA

HABILITADORES en acción

Estamos optimizando el *back-end* de nuestras plataformas mediante la implementación de *Walmart Commerce Platform*. Esta herramienta nos permitirá ampliar la escala de nuestro *Marketplace* al incorporar *sellers* locales e internacionales, al mismo tiempo que mejoramos la experiencia del usuario, especialmente en términos de capacidades de búsqueda.



21%
Crecimiento
GMV Marketplace
en 2024.

~60%
crecimiento de
SKUs.

~50%
crecimiento de
vendedores.

SASB FB-FR-000.A, CG-MR-000.A

GRI 2-6

Cadena de Suministro

Nuestra sólida red de distribución se destaca por la fortaleza de nuestras más de 4,000 tiendas, aprovechando las capacidades omnicanal de los centros de distribución y las tiendas físicas, y respaldada por una infraestructura eficiente de media y última milla. Nuestro enfoque está en impulsar una operación conectada con el futuro y en transformar el negocio, priorizando siempre la eficiencia y la productividad.

32
 cedis:
+1.2
 millones
 de m²



+3,100
 millones de cajas se
 movieron este año.

+19 mil
 asociados operan nuestra
 Cadena de Suministro en
 México.

+4,000
 tiendas apalancando las
 capacidades omnicanal de
 cedis y tiendas físicas en
 México y Centroamérica.





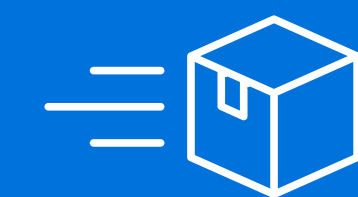
Crecimiento

Walmart de México y Centroamérica está en proceso de construcción del centro de distribución número 34 en la región. Ubicado en el municipio de Silao, estado de Guanajuato en México, esta nueva adición a nuestra infraestructura se construirá con una inversión aproximada de más de 500 millones de dólares. Se espera que genere más de mil empleos directos permanentes y tenga la capacidad de atender a más de 600 tiendas y clubes en los estados de Aguascalientes, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí, Tamaulipas y Zacatecas.

La iniciativa de este nuevo centro de distribución refuerza nuestro enfoque en proporcionar una experiencia de compra omnicanal más ágil y eficiente en la región del Bajío. El proyecto marca un hito en nuestro empeño por la innovación, la automatización y la simplificación, todo con el objetivo de ayudar a nuestros clientes y socios a ahorrar dinero y vivir mejor.

Es importante destacar que el nuevo centro de distribución contará con una plataforma tecnológica robótica, impulsada por inteligencia artificial, revolucionando la forma en que los bienes de consumo se mueven a través de nuestra cadena de suministro. Esta tecnología proviene de un contrato con Symbotic, una empresa estadounidense de automatización de almacenes robóticos, y nos permitirá incorporar en nuestra región las mismas tecnologías que se implementan en Walmart Estados Unidos. Esto generará mayor disponibilidad de mercancía para nuestros clientes y ahorros significativos en nuestros costos de servir las operaciones en nuestras tiendas y clubes. Sin duda, es un paso emocionante en nuestra evolución, y esperamos que este proyecto sea uno de los centros de distribución con los más altos niveles de automatización en toda América Latina.

Incrementamos nuestro NPS en la cadena de suministro en 390 puntos base.



+31 mil
códigos postales
de cobertura.



Cadena de **SUMINISTRO**

HABILITADORES en acción



TECNOLOGÍA

HABILITADORES en acción

A lo largo del año, fortalecimos nuestra Cadena de Suministro con tecnología avanzada:

La tecnología Atlas se está desplegando en todos nuestros centros de distribución (cedis) y se completará en 2025, mejorando el flujo y distribución de mercancías y optimizando los trayectos milla intermedia. Con la estrategia *Common Merchant*, estamos conectando nuestros servicios de vendedores a nivel global en todas las operaciones de Walmart. Además, estamos empezando a utilizar inteligencia artificial para hacer más eficiente el reabastecimiento de productos, mejorar nuestros servicios última milla y reducir la merma en inventarios.

Con la tecnología de automatización desarrollada por *Symbotic*, optimizamos el proceso de manejo de pallets desde que se descargan de un camión hasta que se trasladan a un camión de manufactura, sin intervención humana. Este sistema automatizado se encarga de desmontar los pallets y almacenar los productos de manera rápida y segura, mejorando la eficiencia y reduciendo riesgos en el manejo de mercancías.

También estamos desplegando pantallas de reconocimiento facial en nuestras instalaciones para el registro de asociados en los cedis y utilizando cerraduras inteligentes para reducir el robo entre centros de distribución, donde solo las tiendas tienen la llave para abrirlas.

Integramos herramientas avanzadas para optimizar la estabilidad de estibas y fortalecer el envío a todas nuestras tiendas atendidas en cedis Cuautitlán. Este enfoque innovador mejora la seguridad y eficiencia en el manejo de todos los productos, reafirmando nuestro compromiso con la excelencia operativa y la sostenibilidad.

Desarrollamos una nueva calculadora en cedis Cuautitlán que determina con precisión el volumen procesado por nuestro *Sorter*. Esto permite optimizar la capacidad, reducir tiempos operativos y mejorar la eficiencia general, reflejando nuestro compromiso con la innovación y la mejora de procesos.



Finalmente, con la tecnología *Monarch Pilot*, empleamos su función de *Optic Vision* para gestionar inventarios en tiempo real y liberar a nuestros asociados de tareas repetitivas, mejorando la precisión en precios y etiquetado en las tiendas de Sam's Club. Estas iniciativas nos permiten optimizar nuestra cadena de suministro, reducir costos y mejorar la eficiencia operativa.

Transformando nuestra Cadena de Suministro

Este año desplegamos nuestro proyecto de transformación de la cadena de suministro, el cual tiene como objetivo lograr el mejor NPS con un costo de servicio inigualable. Establecimos metas de corto (2025) y mediano plazo (2029) para garantizar la trazabilidad de nuestro progreso en 4 áreas clave:

1

Evolucionar nuestra red de perecederos.

2

Transformar nuestro diseño de red de importaciones con comercializadores externos estratégicos.

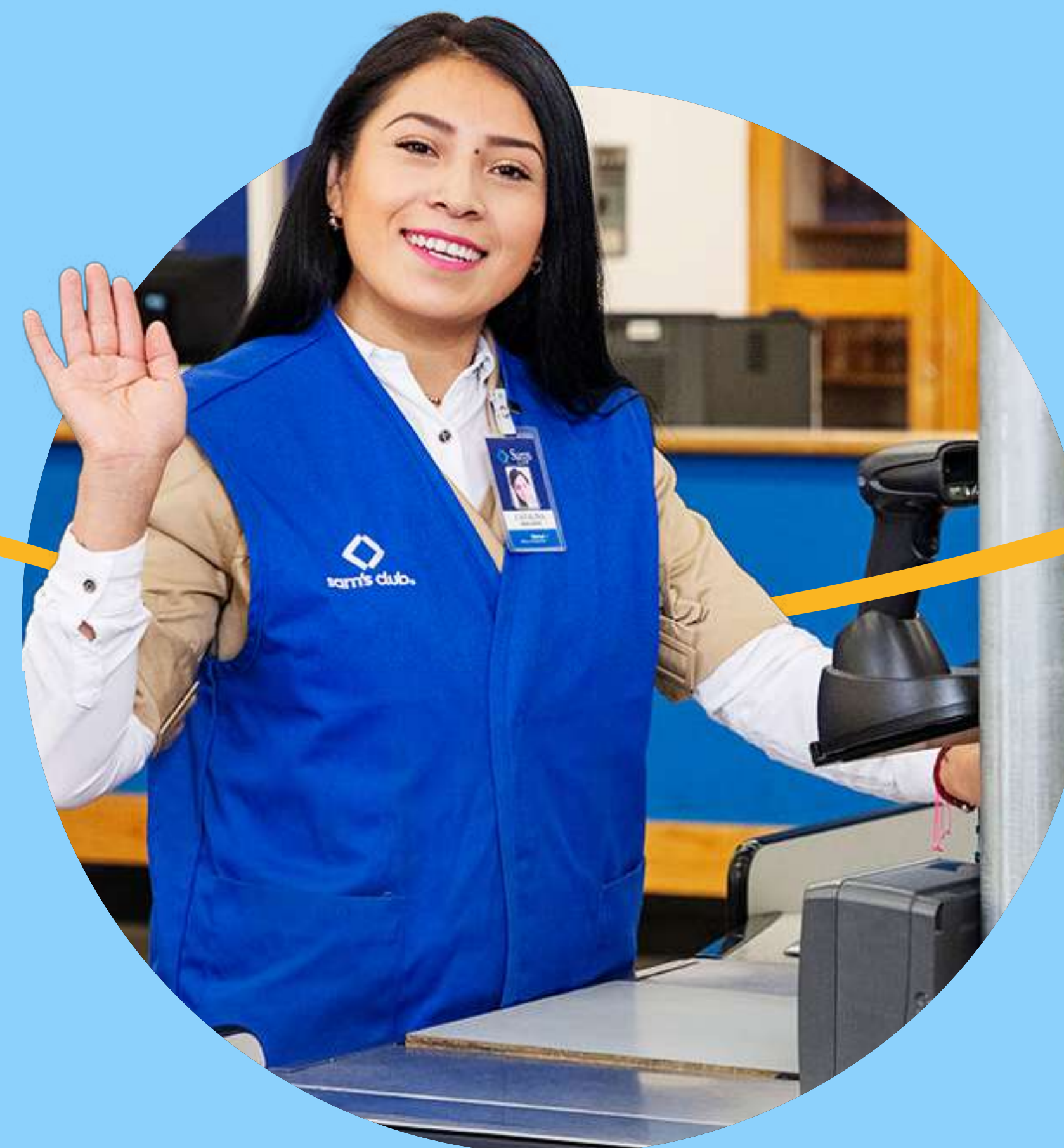
3

Desplegar la automatización de la red omnicanal a grande escala.

4

Expandir nuestros hubs de última milla, optimizando nuestro transporte y Walmart Fulfillment Services.





Evolucionar nuestra Red de Perecederos

Queremos evolucionar nuestra cadena de suministro de perecederos para aumentar la capacidad de gestión de productos frescos y reducir la dependencia de terceros. Mejoraremos la disponibilidad de productos al diseñar una red de importaciones eficiente que nos conecte con una muestra de proveedores diversificados y comprometidos con nuestros estándares de calidad y eficiencia de entrega. Además, automatizaremos varios procesos logísticos a través de una red de distribución de bajo costo para apoyar el crecimiento de nuestro eCommerce.

Como apoyo a esto, estamos implementando varias iniciativas para reducir la merma en nuestra cadena de suministro. Hemos adoptado tecnología de seguridad utilizada en aeropuertos en nuestros centros de distribución para eCommerce, utilizando rayos X para inspeccionar las cajas y detectar productos orgánicos e inorgánicos. Además, penalizamos a las empresas de entrega si se detectan problemas con productos incorrectos, lo que ha reducido las quejas de los clientes considerablemente. Planeamos expandir esta tecnología en 2025.

Red Omnicanal Integrada

Nuestro compromiso con la innovación nos posiciona como líderes en la optimización de la cadena de suministro. Nos hemos especializado en nuestra red de distribución para llegar a nuestros clientes de manera más eficiente, lo que nos permite expandir nuestro diferencial de precios y establecer un círculo virtuoso. Contamos con una de las cadenas de suministro omnicanal más automatizada y de las más amplias de México, y entendemos nuestra responsabilidad de entrega con cada cliente.

Modelo de Última Milla

Estamos invirtiendo y avanzando en la implementación de modelos de entrega innovadores y en la optimización de nuestro sistema de transporte para ofrecer a nuestros clientes y socios una experiencia más rápida y eficiente. La apertura de *Delivery Stations* nos permite controlar internamente la última milla, sustituyendo la logística de terceros, y garantizando un servicio más ágil y de mejor calidad.

Estamos expandiendo los *Hubs Última Milla* en cinco sitios y optimizando el transporte, lo que incluye la capacitación de los asociados. Con estos esfuerzos, esperamos capturar ahorros significativos, liberar restricciones de capacidad y mejorar la satisfacción del cliente, consolidando nuestra posición en el mercado y garantizando un servicio de alta calidad.

La interacción entre nuestro equipo de bienes raíces y la cadena de suministro es crucial, ya que estamos trabajando por migrar del uso instalaciones de manufactura como puntos logísticos a almacenes estratégicos, buscando reducir los costos de mantenimiento relacionados.

46

**Delivery
Stations**

10

nuevas en 2024.



Walmart Fulfillment Services (WFS)

Walmart Fulfillment Services es el servicio por medio del cual los vendedores de nuestro *Marketplace* pueden entregar sus pedidos de manera rápida y eficiente aprovechando nuestra cadena de suministro, lo que se traduce en una mayor satisfacción del cliente. Nuestra meta es automatizar a gran escala toda la red omnicanal, digitalizando los procesos que llevamos a cabo con terceros y comercializadoras externas internacionales.



Walmart Fulfillment

Services creció

57%

contra el 2023 y
representa el

38%

del Marketplace
(3P).

Este tipo de soluciones facilitan que los pedidos *WFS* lleguen a los clientes en la mitad del tiempo en comparación con el esquema tradicional del *Marketplace*.

Nuestros *Fulfillment Centers* funcionan como una especie de cedís más pequeños ubicados en sitios estratégicos en donde tenemos el inventario de los vendedores para hacer entregas con mayor rapidez y de forma directa a través de nuestra red logística.



TECNOLOGÍA

HABILITADORES en acción

Durante 2024 seguimos trabajando en nuestro nuevo *data center* en Querétaro, aún en proceso de finalización de construcción. Este ya alberga 14 de nuestros servicios más importantes, que incluyen funcionalidades de las plataformas de *eCommerce* y servicios clave para las operaciones de proveedores y la cadena de suministro en general.

Oficina del Cliente

Desde 2022, comenzamos a desarrollar lo que hoy en día es nuestra Oficina del Cliente, una estrategia de transformación diseñada para potenciar la experiencia de nuestros clientes y socios. Se basa en datos e información recopilada de los hábitos de nuestros clientes y nuestras operaciones. En 2024, nos centramos en integrar este enfoque en un modelo que nos proporciona una visión integral de cómo cada variable interactúa para influir en la experiencia del cliente. Conocer el valor consolidado nos permite tener una comprensión más profunda de nuestros clientes en varias dimensiones, lo que a su vez orienta las modificaciones necesarias en nuestras operaciones.

Estructura de la Oficina del Cliente

Enfocamos nuestros esfuerzos en cuatro áreas clave para implementar las iniciativas destinadas a mejorar la experiencia de nuestros clientes:

Conocimiento y Experiencia del Cliente

Integra diversas fuentes de información del cliente, incluyendo indicadores y estudios cuantitativos y cualitativos. Esto nos permite identificar las principales preocupaciones de nuestros clientes para definir estrategias que generan soluciones efectivas.

Marketing

Con base en nuestro conocimiento del cliente, desarrollamos estrategias y propuestas de valor, gestionamos compromisos de marca y establecemos una comunicación clara y efectiva.

Atención al Cliente Omnicanal

Siendo el primer punto de contacto para los clientes con problemas o consultas, buscamos desarrollar una comunicación omnicanal que ofrezca un servicio integral, abordando sus inquietudes desde un enfoque unificado.

Análisis de Datos y Producto

Este equipo desarrolla soluciones y determina cómo optimizar los procesos tecnológicos de la empresa para mejorar la experiencia del cliente. Además, se enfoca en la integración de datos mediante diversos modelos analíticos para proporcionar soluciones efectivas y eficientes.

En Walmart de México y Centroamérica, fortalecimos el programa de capacitación Momentos de Cuidado (MOC), el cual está dirigido a asociados que interactúan directamente con nuestros clientes y socios. El principal objetivo es mejorar la experiencia de compra y el nivel de servicio que ofrecemos en todas nuestras unidades, centrándonos especialmente en cuidar los momentos cruciales en su *journey* de compra.



Medimos la Satisfacción de Nuestros Clientes

Empleamos herramientas digitales innovadoras para medir y analizar la satisfacción de nuestros clientes y socios, mediante nuestro NPS omnicanal. Estas herramientas de monitoreo están disponibles a través de correo electrónico, WhatsApp, SMS, redes sociales y códigos QR disponibles en nuestras unidades.

Encuestas de índice de satisfacción del cliente:

429,791 **1,579,464**
 México Centroamérica

Resultados NPS Omnicanal



GRI 2-29 México

- Incrementamos 228.9 pb totales nuestro NPS Omnicanal vs 2023.
 - › Incrementamos 228.5 pb nuestro NPS Omnicanal en Sam's Club vs 2023.
 - › Mantuvimos nuestro NPS Omnicanal en nuestros formatos de autoservicio vs 2023.
 - Incrementamos 127.7 pb nuestro NPS Omnicanal en Walmart Supercenter vs 2023.
 - Incrementamos 102.7 pb nuestro NPS Omnicanal en Bodega Aurrera vs 2023.
 - Incrementamos 147.0 pb nuestro NPS Omnicanal en Mi Bodega vs 2023.

Centroamérica

- Incrementamos 600.0 pb totales nuestro NPS Omnicanal vs 2023.
 - › Incrementamos 700.0 pb nuestro NPS Omnicanal en Más X Menos/Paiz/La Despensa de Don Juan/La Unión vs 2023.
 - › Incrementamos 400.0 pb nuestro NPS Omnicanal en Maxi Palí/Maxi Despensa vs 2023.
 - › Incrementamos 700.0 pb nuestro NPS Omnicanal en Palí/Despensa Familiar vs 2023.
 - › Incrementamos 300.0 pb nuestro NPS Omnicanal en Walmart vs 2023.

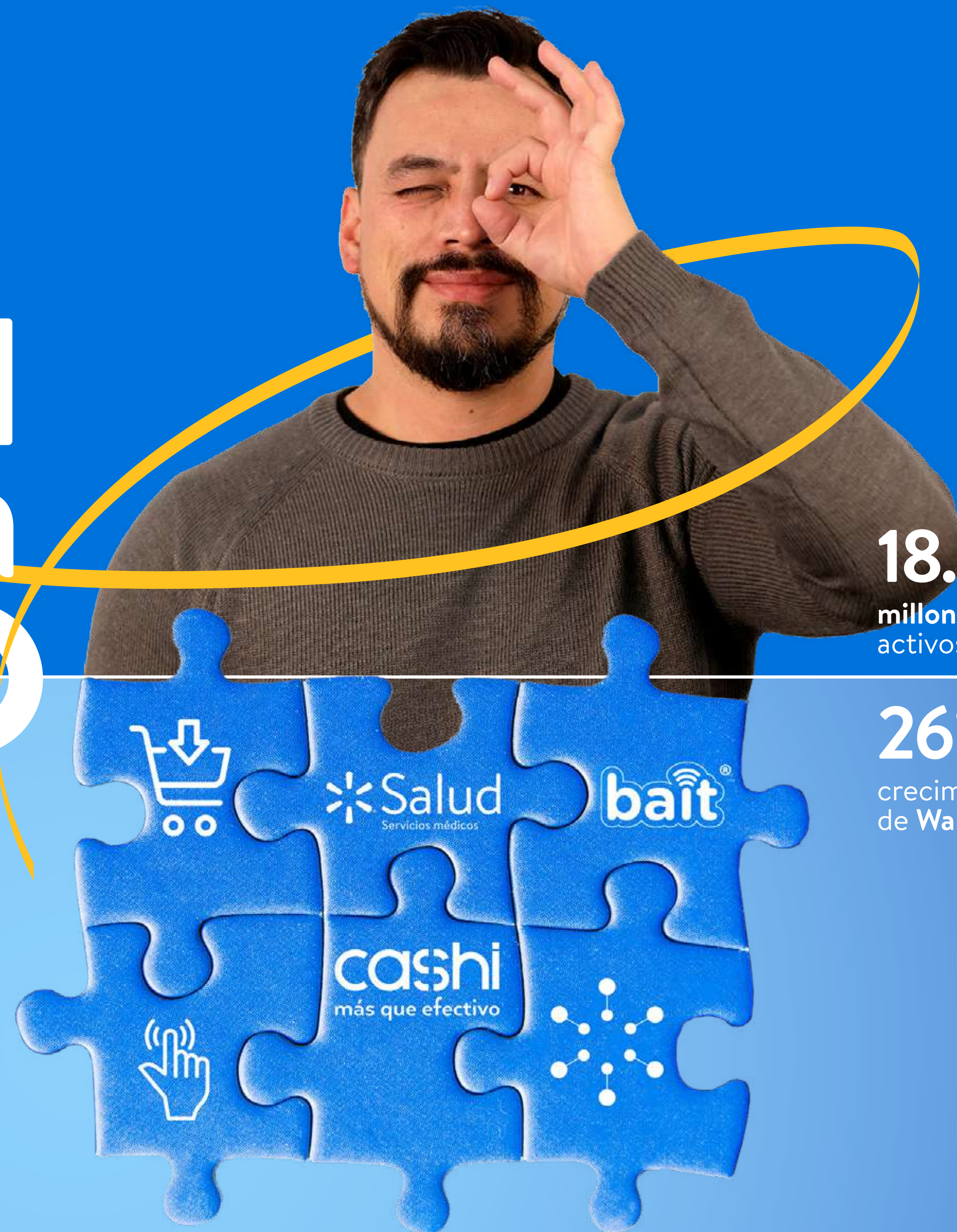
Durante 2024, evolucionamos la forma de analizar y comprender los comentarios que recibimos de nuestros clientes y socios mediante automatizaciones con análisis de texto. Esto nos permitió obtener información valiosa y transformarla en acciones concretas para atender sus expectativas y mejorar continuamente su experiencia de compra.

Impulsados por una cultura centrada en el cliente y el socio, empoderados por la tecnología y tomando decisiones basadas en data, reafirmamos nuestro propósito de ayudar a las familias en México y Centroamérica a ahorrar dinero y vivir mejor.

Ser el Ecosistema PREFERIDO

Ecosistema en evolución

Acercar a nuestros clientes
a la economía digital y
ofrecerles soluciones
integrales en un solo lugar.



18.3

millones de usuarios
activos en Bait.

26%

crecimiento en ventas
de Walmart Connect.

En los últimos años, hemos transformado nuestra empresa, pasando de operar exclusivamente como una red de tiendas físicas a convertirnos en una plataforma omnicanal. Este proceso ha sido tanto un desafío como una oportunidad, guiado por un propósito claro: acercar a nuestros clientes a la economía digital y ofrecerles soluciones integrales en un solo lugar, siempre a precios que puedan pagar.

Para lograr nuestro objetivo, hemos diseñado nuestro ecosistema como un portafolio de servicios diversificado que pueda satisfacer distintas necesidades de nuestros clientes. Concebido como un negocio omnicanal, combina la fortaleza de nuestras tiendas físicas con una gran plataforma de eCommerce. Sus soluciones abarcan desde la conectividad a internet y telefonía móvil con Bait, servicios financieros asequibles a través de Cashi, atención y servicios de salud a través de un programa en nuestras farmacias, hasta la generación de conexiones significativas entre marcas y nuestros clientes gracias a Walmart Connect. Gracias a su alcance, nuestro ecosistema nos permite obtener una comprensión más profunda de nuestros clientes, y ofrecerles además de ahorros, beneficios personalizados en cada compra utilizando nuestro nuevo programa Bodega Aurrera Beneficios y Walmart Beneficios. Esto nos permite fomentar relaciones duraderas en las que nuestros clientes pueden ahorrar dinero y vivir mejor.

En 2024 logramos grandes resultados, siempre centrados en el cliente. Queremos ser la primera opción de nuestros clientes para tener soluciones que les generen beneficios, satisfaciendo sus necesidades actuales.



PARA CONOCER MÁS INFORMACIÓN SOBRE **NUESTRO ECOSISTEMA**, VISITA NUESTRAS PÁGINAS WEB DANDO CLIC EN CADA UNO DE LOS CÍRCULOS.





Bait

Seguimos creciendo nuestro alcance con Bait, cerrando 2024 con 18.3 millones de usuarios activos, un crecimiento de más de 6 millones de usuarios comparado con el año anterior. Además, logramos un hito significativo alcanzando por primera vez la rentabilidad y sostenibilidad operativa de Bait.

Conectividad accesible, que incluye internet en el hogar y telefonía móvil de prepago, dando acceso a las familias de México a la economía digital. Bait se caracteriza por ofrecer:

- **Precios bajos:** conservamos las tarifas más bajas para los servicios de conectividad, datos, voz y SMS de cobertura nacional e internacional.
- **Cobertura a máxima velocidad:** impulsamos la experiencia de máxima velocidad con la red 4.5G LTE.
- **Beneficios por tus compras:** seguimos brindando megabytes a nuestros clientes por sus compras en nuestras tiendas, ayudándoles a ahorrar mientras se mantienen conectados.

Nuestras soluciones de conectividad completa a precios bajos están disponibles en todo el país. En 2024, logramos dar cobertura a 135 mil localidades. Muchos de estos lugares están ubicados donde ningún otro proveedor ofrece servicios digitales, por lo que nuestra presencia se vuelve relevante para poder cerrar la brecha digital en México.

18.3
millones de
usuarios activos.*



* Usuarios activos: usuarios con al menos una transacción en los últimos 6 meses, incluyendo transacciones económicas (ventas a distribuidores). Incluye líneas de Home Broadband y Mifi.



Bait, Parte de Nuestro Ecosistema Omnicanal

Seguimos trabajando para fortalecer nuestro negocio en tiendas físicas, enfocándonos en ofrecer productos y servicios de alta calidad. Como parte de ello, hemos impulsado nuestras ventas mediante ofertas innovadoras y estrategias cuidadosamente diseñadas para responder a las necesidades de nuestros clientes. Así, nuestro programa de beneficios se ha consolidado como el eje que integra nuestro ecosistema, conectando lo digital con lo físico y facilitando la interacción de nuestras verticales gracias a la confianza depositada por nuestros clientes.

Buscando recompensas significativas que agradezcan la fidelidad en cada compra, durante el año lanzamos una oferta donde en la compra mínima de 199 pesos en productos de Nuestras Marcas, los clientes recibían tarjetas SIM de Bait con datos incluidos. Esta estrategia no solo impulsó las ventas de Nuestras Marcas, sino que también atrajo nuevos usuarios a nuestra red de Bait y al programa de beneficios, fortaleciendo nuestra base de clientes y ampliando el alcance de ambos.

Gracias a esta estrategia, Bait se posiciona cada día más como uno de los servicios de telefonía y conectividad líderes en el país.





TECNOLOGÍA

HABILITADORES en acción

La tecnología es un pilar clave en la innovación digital de nuestro negocio, permitiéndonos desarrollar soluciones más eficientes y accesibles para clientes y colaboradores. A través de la modernización de nuestra infraestructura tecnológica y el uso de plataformas avanzadas, reducimos las barreras de entrada de nuestros usuarios a los servicios que más necesitan. Optimizamos su experiencia y ofrecemos mayor flexibilidad en sus soluciones de telecomunicaciones.

Innovación Digital

Durante 2024, lanzamos la tecnología eSIM de Bait a través de nuestra página MiBait. La eSIM, o SIM electrónica, es una versión digital de la tarjeta SIM tradicional que viene integrada en los dispositivos móviles. Con ella se puede activar una línea telefónica sin necesidad de tener una tarjeta física. Este lanzamiento refuerza nuestro compromiso con la innovación y la accesibilidad, facilitando a los usuarios la adquisición y activación de sus líneas desde la comodidad de su hogar.

Con la eSIM de Bait, nuestros clientes pueden disfrutar de múltiples beneficios que hacen su experiencia más cómoda y flexible:

Seguiremos constantemente buscando nuevas tecnologías que nos permitan posicionarnos como líderes en innovación digital en el mercado de telecomunicaciones.



- **Compra y activación en línea, sin salir de casa.**
- **Posibilidad de cambiar de operador sin necesidad de intercambiar tarjetas físicas.**
- **Compatibilidad con dispositivos de última generación.**
- **Activación mediante código QR del operador.**
- **Mayor seguridad al reducir riesgos de pérdida o daño de tarjetas físicas.**
- **Posibilidad de tener múltiples números en un mismo dispositivo.**



BAIT Negocios

Entendemos la importancia de ofrecer soluciones que impulsen la productividad y el crecimiento de las empresas en México. Por ello, hemos desarrollado un servicio especialmente diseñado para negocios, combinando conectividad avanzada, flexibilidad y precios competitivos. El servicio de Bait Negocios permite a sus usuarios mantenerse conectados, enfocándose en sus objetivos, mientras optimizan sus recursos y fortalecen sus operaciones. Sus principales beneficios son:

Paquetes para nuestros Asociados

Porque en Walmart valoramos el esfuerzo y compromiso de nuestro equipo, ofrecemos a nuestros Asociados acceso a paquetes exclusivos de Bait como parte de sus beneficios, permitiéndoles mantenerse conectados con sus seres queridos y facilitando su día a día con una solución de telefonía accesible y confiable.

Estos paquetes incluyen opciones de recarga exclusivas desde 60 pesos. Además, todas sus recargas incluyen llamadas nacionales e internacionales a Estados Unidos y Canadá, mensajes SMS ilimitados y navegación en redes sociales. Queremos ofrecerles conectividad completa para cubrir sus necesidades personales y laborales. Este beneficio reafirma el compromiso de Walmart con el bienestar de su equipo, asegurando que cada asociado tenga acceso a herramientas de comunicación eficientes y asequibles.

1
Internet ilimitado: abierto para compartir datos con otros dispositivos.

2
Amplia cobertura: nacional, Estados Unidos y Canadá.

3
Ahorro: ofreciendo planes atractivos a precios accesibles.





Soluciones Financieras



Centricidad en el

CLIENTE

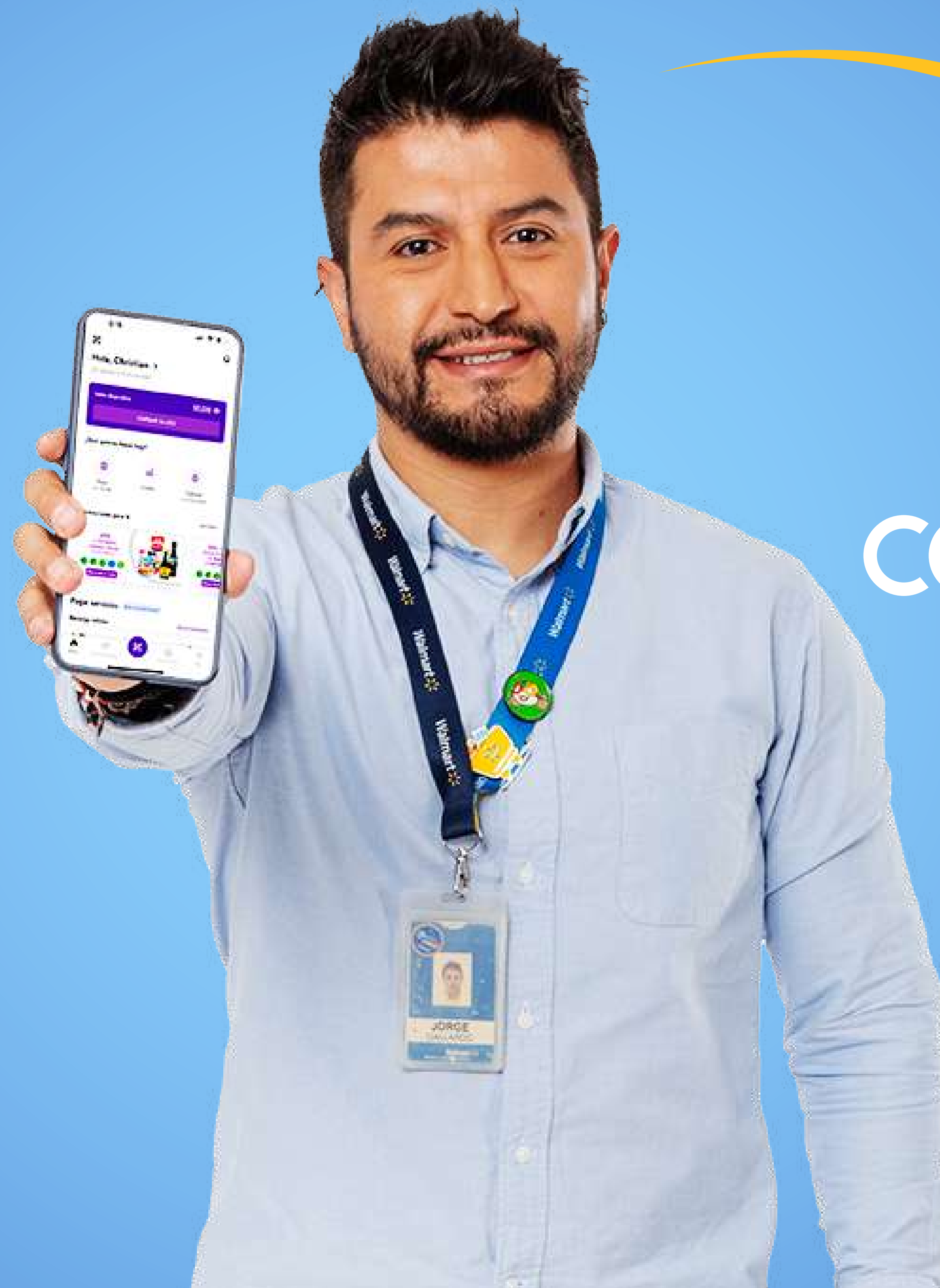
HABILITADORES en acción

Entender a nuestros clientes nos permite diseñar soluciones financieras adaptadas a sus necesidades y hábitos de consumo. A medida que analizamos sus expectativas y comportamientos, podemos desarrollar herramientas que faciliten su vida diaria. Ya sea recibir, mandar o ahorrar su dinero, esta estrategia centrada en el cliente es un factor clave que alinea nuestra oferta de servicios con su interés por gestionar adecuadamente sus finanzas personales y familiares.

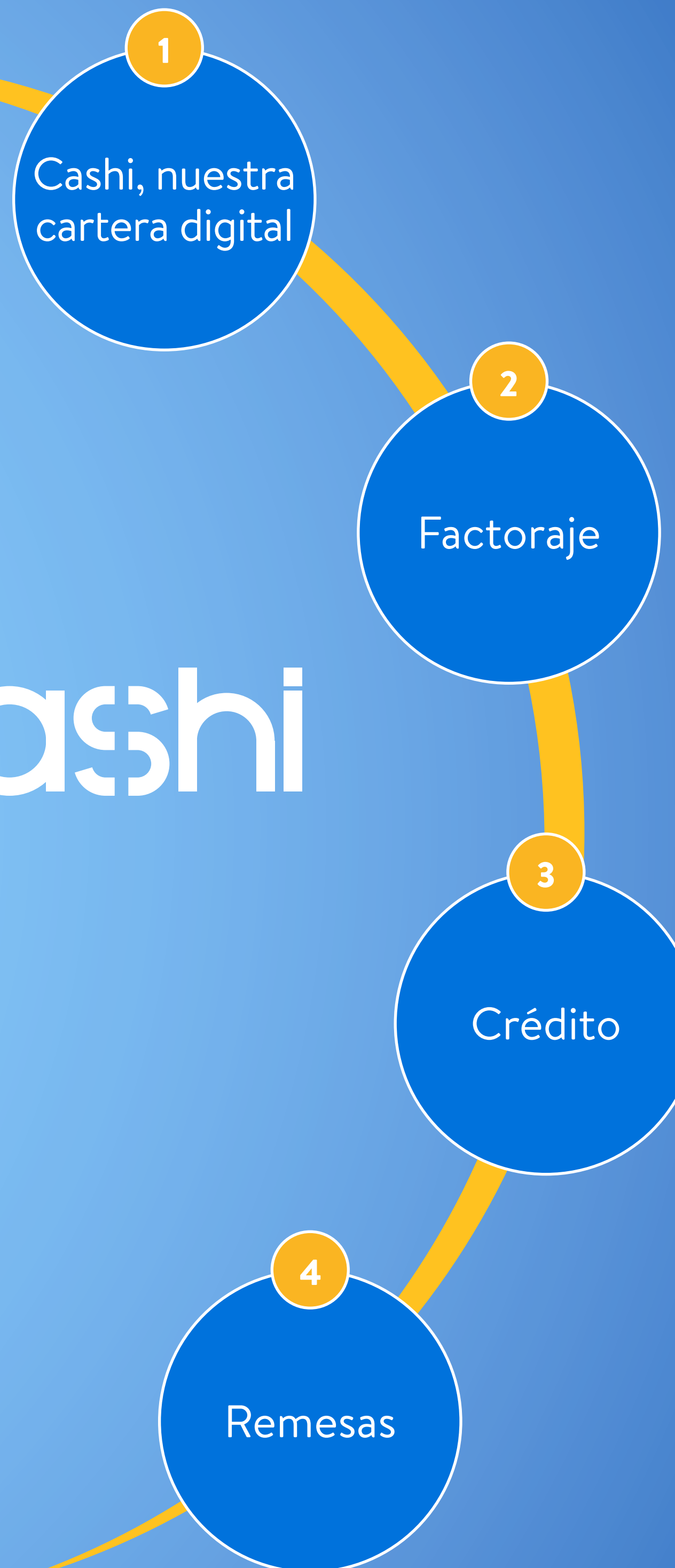
Simplificamos procesos y transacciones para que nuestros clientes estén tranquilos y puedan enfocarse en las cosas más importantes para ellos.

Nuestra misión es ser un aliado de nuestros clientes, proporcionándoles las herramientas necesarias para alcanzar sus metas personales y familiares. Queremos facilitar el acceso a servicios asequibles que mejoren su calidad de vida y, como parte de ello, buscamos robustecer continuamente nuestra oferta de soluciones financieras.

Nuestra estrategia de soluciones financieras se fundamenta en cuatro pilares:



cashi





Cashi

Nuestra cartera digital es una aplicación móvil que permite pagar de manera segura y cómoda desde un dispositivo móvil. Cashi lleva casi seis años operando y continúa evolucionando. Desde la adquisición de la fintech mexicana Trafalgar en 2023, y la consiguiente autorización de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, Cashi ha continuado realizando pruebas internas de manera rigurosa para asegurar la eficiencia y seguridad de nuestros servicios. Próximamente, compartiremos noticias emocionantes al respecto. Queremos enfatizar que este tema sigue siendo una prioridad para nosotros. Como parte de nuestras pruebas, hemos introducido nuevas características en 2024 que, por el momento, solo están disponibles para “familiares y amigos”. Estamos emocionados por este nuevo paso y esperamos poder compartirlo con todos nuestros clientes en un futuro cercano.



El Valor Total
Procesado (TPV por
sus siglas en inglés)
de Cashi creció
92%
en el año.



+10%
de crecimiento
en México en
2024.

11.3%
de crecimiento
en Centroamérica
en 2024.

Factoraje

Tenemos un programa enfocado en nuestros proveedores que les permite convertir las cuentas por cobrar en efectivo inmediato, obteniendo un crédito a tasas competitivas. Queremos apoyar a nuestra cadena de suministro con sus necesidades de capital de trabajo, ofreciendo mayor liquidez y apoyando a nuestros proveedores con el cumplimiento de sus compromisos y su ciclo de producción.



Crédito

Ofrecemos soluciones de crédito diseñadas para que nuestros clientes puedan realizar compras de forma ágil y sencilla. Tenemos nuestro propio sistema de calificación de crédito, el Walmart Score, que nos permite trabajar con socios crediticios y ofrecer a nuestros clientes a través de un *marketplace* de prestamistas, opciones personalizadas. Esta inteligencia de datos permite entender a los usuarios no bancarizados, quienes tradicionalmente no son calificados por el sistema financiero, mejorando su confiabilidad crediticia.

CrediBodega tuvo un crecimiento de 38% en cuentas activas en comparación con 2023 (134,000 nuevas cuentas).

Para ello, tenemos dos líneas de productos principales:

Crédito Co-brand

- CrediBodega: da acceso a promociones y descuentos únicos, compras a meses sin intereses y la flexibilidad de uso tanto en tiendas físicas como en nuestra tienda línea. Esta tarjeta se ha vuelto la tarjeta más importante en número de transacciones en nuestras tiendas de formato Bodega.
- Tarjeta Walmart-Inbursa: dentro de sus promociones, esta tarjeta genera una bonificación del 3% del valor de la compra de sus usuarios.

Crédito Digital

- Telefonía: crédito para poder adquirir un nuevo teléfono móvil de hasta 10,000 pesos disponible en nuestras tiendas.
- Catálogo extendido: crédito para la compra de nuestros productos de catálogo extendido de hasta 6,000 pesos disponible en Cashi.



Cashi

Créditos digitales con procesos rápidos y sencillos que da una respuesta en cinco minutos y ofrece líneas de crédito de hasta 20,000 pesos.



Remesas

Nuestro servicio de remesas que permite a nuestros clientes cobrar hasta 2,800 dólares por operación en cualquiera de nuestras tiendas, está disponible los 365 días del año. Además, contamos con el servicio *Buy & Collect* en más de 2,800 tiendas, que proporciona a nuestros clientes la opción de pagar directamente con sus remesas antes de retirarlas en el punto de venta. Esta modalidad también les da acceso a promociones exclusivas e incentivos de nuestros programas de beneficios. Al finalizar la transacción, los clientes pueden retirar el saldo restante en efectivo, lo que añade flexibilidad y conveniencia a su experiencia.

Queremos seguir construyendo una propuesta de valor centrada en los clientes, ampliando nuestra oferta de crédito y servicios. Nuestro ecosistema ofrece beneficios únicos de escala y con sinergias entre las diferentes soluciones que atienden las diversas necesidades de nuestros clientes, impulsando una experiencia financiera integral.



1.5

millones de clientes
cobraron sus remesas a
través de nuestra red.



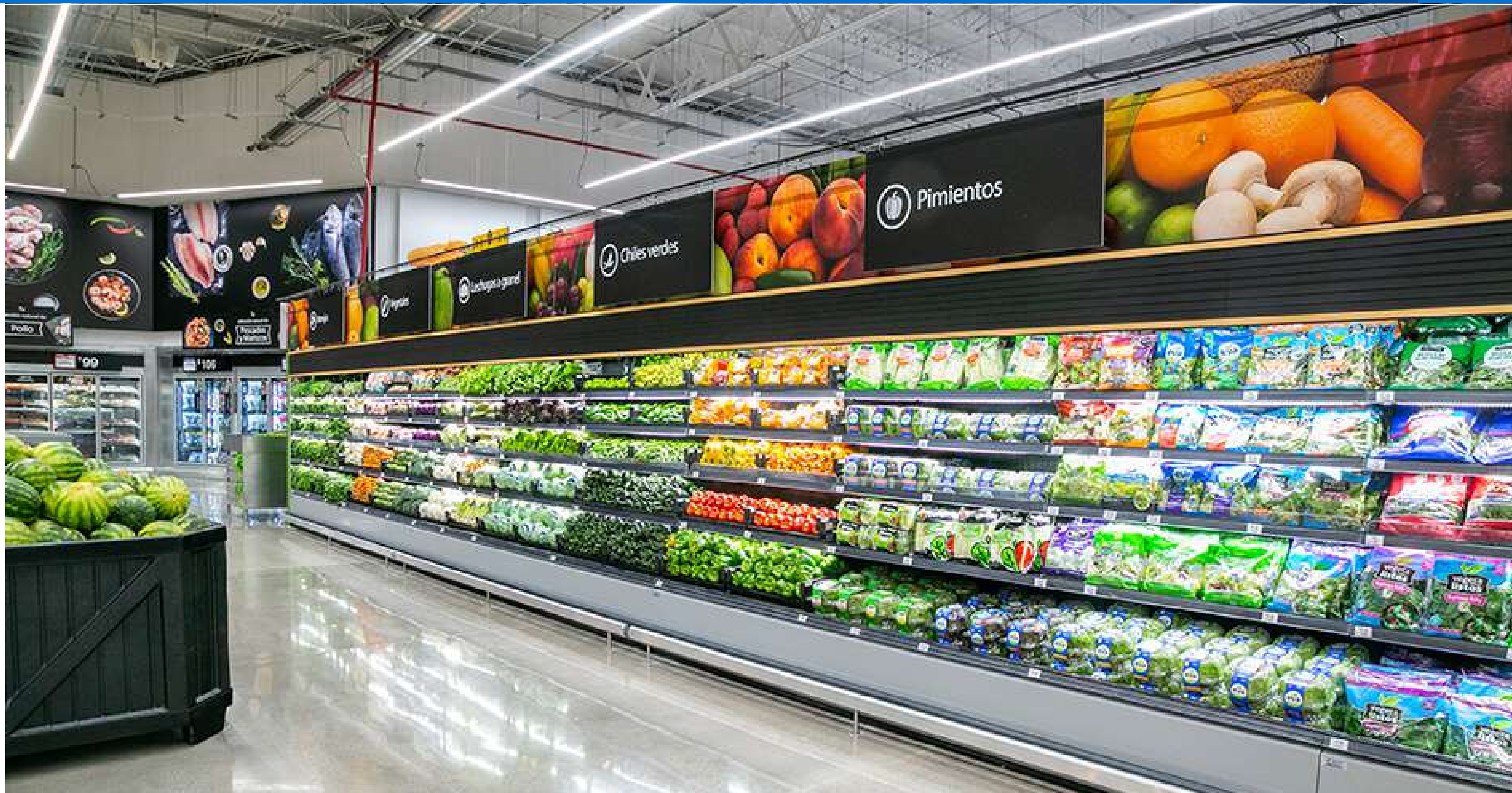
Walmart Connect

La industria del consumo minorista atraviesa una transformación marcada por la evolución de los comportamientos de los clientes en un mundo cada vez más omnicanal. La digitalización, el crecimiento del comercio electrónico y la integración de experiencias físicas y digitales han redefinido las expectativas de los clientes, quienes buscan conveniencia, personalización y rapidez en sus compras.

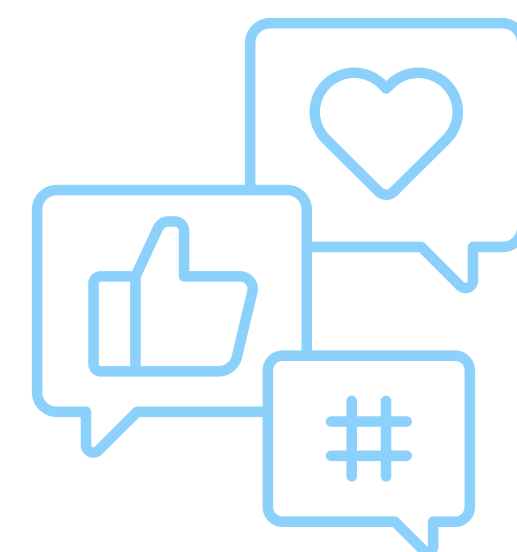
Con Walmart Connect buscamos construir relaciones significativas entre las marcas y nuestros clientes, conectando la marca adecuada con el cliente indicado en el momento perfecto. Esto asegura que nuestros clientes, ya sea en nuestras más de 3,000 tiendas, o a través de nuestras plataformas de eCommerce y aplicaciones móviles para Bodega Aurrera, Walmart Express, Walmart Supercenter y Sam's Club, siempre encuentren los mejores productos, en el momento, lugar y forma que prefieran. Este enfoque no solo impulsa las ventas de nuestros anunciantes, sino que también garantiza que nuestros clientes encuentren lo que les genera valor. Al fortalecer esta confianza, fomentamos la lealtad de nuestros clientes, incentivándolos a regresar y seguir eligiéndonos como su opción preferida.

Estamos optimizando continuamente el impacto de nuestra publicidad, avanzando hacia formatos digitales que además de ser más dinámicos y ágiles, también reducen significativamente nuestro impacto ambiental.





Nos enorgullece que 2024 fue un año destacado en el desarrollo de Productos patrocinados, superando nuestras metas y acercando productos a nuestros clientes de manera más efectiva. Ahora, los clientes cuentan con detalles enriquecidos, como videos detallados, que les permiten tomar decisiones de compra más informadas. Además, hemos implementado con éxito nuestra nueva plataforma de Anuncios patrocinados en el *Marketplace*, desarrollada con tecnología propia, posicionándonos como el primer mercado fuera de Estados Unidos en adoptar esta innovadora solución. Esto no sólo representó brindar al vendedor una experiencia de uso más amigable, sino que generó una mejora en la rentabilidad de esta línea de negocio al no tener que pagar a un proveedor externo por la solución.



A lo largo del año, también lanzamos la iniciativa de *Social Commerce*, que consolida nuestras audiencias en plataformas clave como Meta, TikTok y Pinterest, brindando una experiencia de compra más fluida y simplificada, y abriendo nuevas puertas para interactuar con nuestros clientes de manera más personalizada.



TECNOLOGÍA

HABILITADORES en acción

La posibilidad de transformar tendencias de compra en información procesable permite optimizar estrategias de venta mientras seguimos ofreciendo a los más de 5 millones de clientes que visitan a diario nuestras tiendas y clubes en México, una experiencia de compra fluida y personalizada. En 2024 lanzamos la plataforma **Scintilla** (antes llamada Walmart Luminate) como parte de nuestra vertical de negocio **Walmart Data Ventures**. Esta herramienta colaborativa es una suite de productos digitales de datos e insights de Walmart que permite a nuestros proveedores conocer a nuestros clientes a mayor profundidad, ayudándoles a tomar decisiones más informadas y efectivas en sus estrategias publicitarias. Así, fortalecemos nuestras relaciones comerciales y potenciamos su éxito.

La plataforma proporciona análisis detallados sobre tendencias clave como la penetración de categorías, frecuencia y misión de compra, toma de decisiones y promociones cruzadas. Basándose en datos históricos de los últimos dos años, registrará exclusivamente patrones de compra, sin incluir información personal, garantizando así la privacidad de nuestros clientes mientras ofrecemos conclusiones valiosas para optimizar las estrategias de nuestros proveedores.



GRI 413-1

Salud

Seguimos enfocados en fortalecer la oferta de soluciones de salud para nuestros clientes, ofreciendo el servicio más accesible en el país. En esta red de servicios tenemos ya 568 consultorios y 1,574 farmacias. A través de nuestras clínicas, damos acceso a servicios de salud de primer nivel a nuestros clientes. Además, fomentamos una mayor confianza entre ellos al ofrecerles los medicamentos que necesitan en nuestras farmacias, asegurando que tengan todo lo necesario para su bienestar en un solo lugar.

En nuestras farmacias, ofrecemos una amplia gama de vacunas, incluyendo COVID-19, influenza estacional, herpes zóster, neumococo y virus del papiloma humano. La aplicación es realizada por personal médico certificado en más de 400 consultorios adyacentes a Bodega Aurrera, Walmart Express y Walmart Supercenter. Contamos también con pruebas rápidas de COVID-19 e influenza, proporcionadas por la farmacéutica Abbott.

Ofrecemos un 5% de descuento en sus compras a los miembros de nuestro Programa Salud y a quienes presenten la tarjeta INAPAM.



2024
Más que
duplicamos la
renovación del
Programa de Salud
vs el año pasado.



Programa de Salud

Nuestro Programa de Salud, anteriormente conocido como membresía, está disponible en todos nuestros formatos y ofrece a nuestros clientes beneficios relacionados con la mejora de su salud y bienestar. Entre ellos se incluyen llamadas de emergencia, acceso a ambulancias en caso de emergencia, orientación y asistencia médica, nutricional y psicológica a distancia, ya sea por videollamada o vía telefónica, consultas con especialistas a precio preferencial, atención médica a domicilio con tarifa reducida, descuentos en laboratorios, 5% de descuento en farmacias Walmart y promociones especiales como entradas al cine 2x1. Además, según el tipo de membresía, los clientes pueden acceder a consultas médicas en tiendas Walmart y dentales con la red Odontoprev sin costo.



568

consultorios disponibles
en nuestra red.

Durante 2024, acumulamos 2.5 millones de Programas de Salud en manos de nuestros clientes, más del doble que la cifra del año anterior y mejorando el acceso a soluciones de atención médica. Para facilitar su uso, habilitamos una opción digital que permite a los clientes gestionar su programa, renovarlo y realizar compras de manera más sencilla. Además, en colaboración con Walmart Connect, impulsamos la entrega de más de 400 mil Programas de Salud a través de ofertas en tienda. También, como parte de nuestras innovaciones, lanzamos una recarga especial en Bait que permite agregar un Programa de Salud por un costo adicional de 20 pesos, logrando vender 25 mil programas en tan solo dos meses.



Walmart y Bodega Aurrera Beneficios

En Walmart, seguimos evolucionando para consolidarnos como el ecosistema preferido, ofreciendo a nuestros clientes acceso a los beneficios de la economía digital y soluciones que van más allá de los productos físicos. Nuestro compromiso es entender mejor las necesidades y preferencias de nuestros clientes para ofrecerles soluciones accesibles, fortalecer su lealtad y maximizar el valor de cada compra. Seguimos invirtiendo en conocerlos mejor para incentivar su permanencia en el largo plazo. Sabemos que nuestros clientes confían en nosotros para acceder a soluciones a un precio que pueden pagar.

Con nuestros clientes en el centro de nuestra estrategia, hemos desarrollado Bodega Aurrera Beneficios y Walmart Beneficios, programas diseñados no solo para generar ahorro, sino también para crear experiencias personalizadas que se ajustan a sus hábitos de compra. A través de estos programas, establecemos un vínculo digital más estrecho con nuestros clientes, permitiéndoles maximizar su poder de compra y acceder a recompensas dentro de nuestro ecosistema, como megas de Bait, Programas de Salud y cursos digitales de educación, además de beneficios con socios externos a Walmart.

La respuesta de nuestros clientes ha sido excepcional. La valoración del programa a través del *Net Promoter Score* (NPS) confirma que esta propuesta de valor resuena con ellos, ayudándolos a ahorrar dinero y vivir mejor, al tiempo que les facilita el acceso a nuestro ecosistema. Gracias a ello, el programa de Beneficios ha logrado a tan solo siete meses de su lanzamiento contar con cerca de 46 millones de usuarios, consolidándose como un pilar clave en nuestra estrategia de fidelización y fortalecimiento de la relación con ellos.

Alcanzamos **46 millones** de usuarios con nuestro programa de Beneficios en siete meses.

El acceso a estos beneficios es simple y se completa en tres pasos:



Empresa REGENERATIVA



GRI 2-22, 2-23, 2-24

Estrategia

Nuestros Objetivos

Abordar los problemas sociales y ambientales de manera que generen valor para nuestro negocio y nuestros grupos de interés forma parte del ADN del negocio. A lo largo de 2024, continuamos midiendo, monitoreando y avanzando en cada uno de nuestros objetivos de regeneración de primer nivel (*tier 1*). Aspiramos a convertirnos en una Empresa Regenerativa, dedicada a poner a la naturaleza y a la humanidad en el centro de nuestras prácticas de negocio.

Ser una Empresa Regenerativa nos encamina a continuar creando valor compartido para nuestros grupos de interés y negocio. Este enfoque nos permite operar de forma eficiente en el presente y promover un crecimiento sostenible a futuro.

Los objetivos que hemos establecido guían nuestros esfuerzos hacia una visión clara y ambiciosa. Cada objetivo de regeneración *tier 1* está asignado a un miembro del Comité Ejecutivo, que es responsable de supervisar e implementar acciones que favorezcan su cumplimiento.

Pilar	Métrica	Región	Resultado 2024	Objetivo 2024
Oportunidad 	Talento ejecutivo femenino (% del total de posiciones ejecutivas)	MX CAM	42.6% 42.4%	43.0% 44.5%
	Asociados con discapacidad (% del total de asociados)	MX CAM	3.8% 5.0%	3.7% 4.9%
	Compras de pequeños productores (Pequeño Productor) (% del total de compras de frutas y verduras)	MX	16.1%	14.5%
	Compras de pequeños productores (Tierra Fértil) (% del total de compras de frutas y verduras)	CAM	64.0%	71.0%
Comunidad 	Alimentos y mercancías* generales recuperadas mediante donación (% del total de merma)	MX CAM	44.6% 27.8%	46.0% 47.0%
	Donaciones** (Millones MXN)	MX CAM	4,445.9 17.5	3,001.7 17.5
Sustentabilidad 	Cero residuos (% de residuos desviados de rellenos sanitarios)	MX CAM	83.2% 69.1%	83.1% 65.0%
	Empaques sustentables de Nuestras Marcas (reutilizable, reciclable, compostable)	MX CAM	71.9% 59.0%	N/A
	Emisiones de alcance 1 & 2 (% vs año anterior)	MX CAM	+10.2% +23.1%	-3.3% -5.9%
Ética e Integridad 	Accidentes de asociados (% de reducción vs línea base 2015)	MX CAM	-64.7% -59.6%	-71.0% -69.0%
	Accidentes de clientes (% de reducción vs línea base 2015)	MX CAM	-74.5% -69.9%	-74.0% -60.0%
	Descargas de aguas residuales (% de cumplimiento)	MX CAM	92.9% 94.5%	95.0% 99.0%
	Apps en producción con SSP*** aprobado (% del total de apps)	MX CAM	83.0%	80.0%

* Centroamérica solo considera alimentos, excluyendo mercancías generales.
**Los donativos en MX fueron ejecutados por presupuesto de Fundación Walmart, CAM por presupuesto de Asuntos Corporativos.
*** Solution Security Plan

GRI 2-9, 2-13, 2-29, 3-1, 3-2, 3-3

Gestión ASG

Modelo de Gobernanza ASG

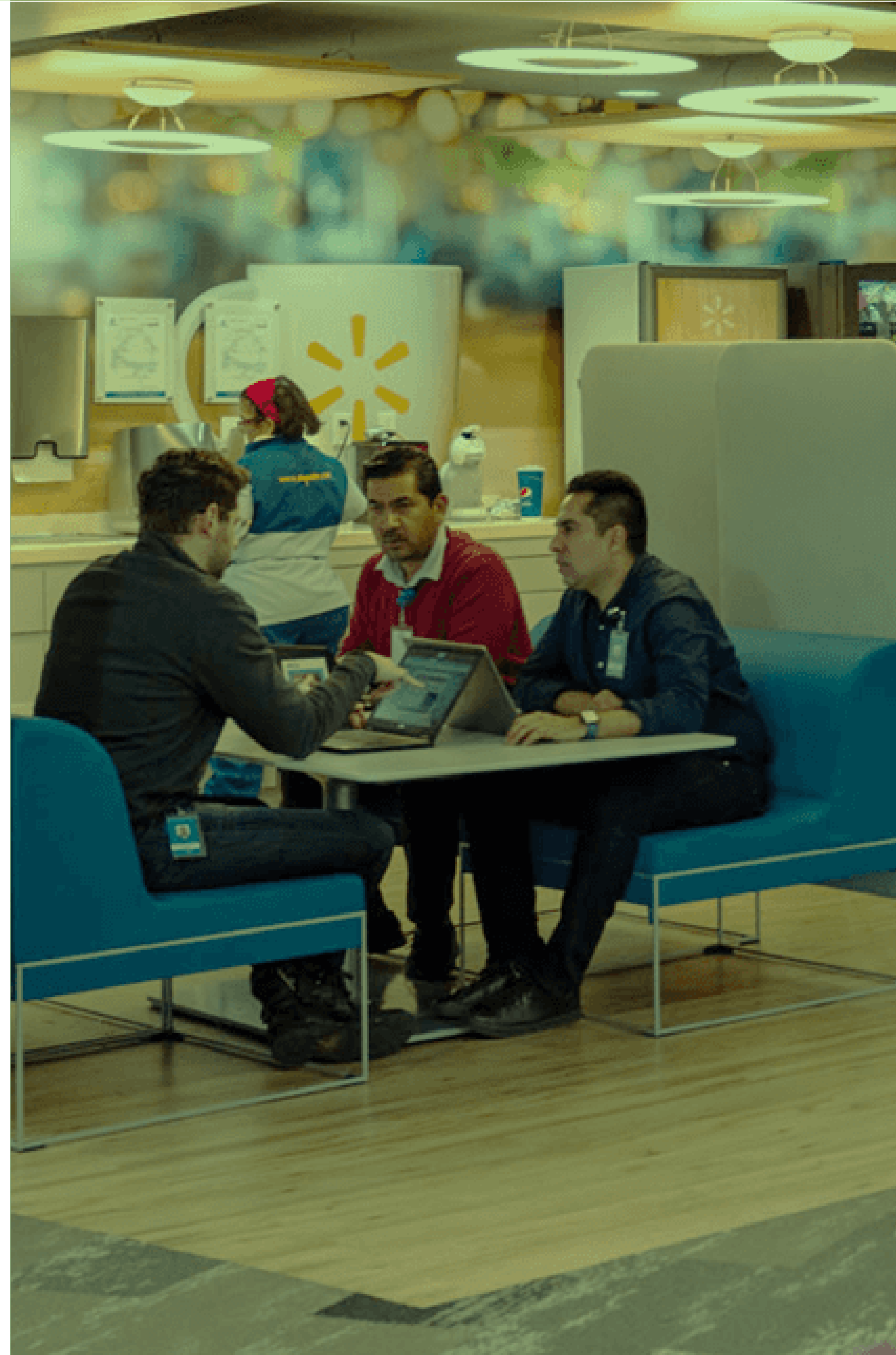
Nuestra gestión ambiental, social y de gobernanza (ASG) se lleva a cabo con un enfoque en la eficiencia, la toma de decisiones basada en datos y transparencia, respaldada por una sólida estructura de gobernanza.

Desde Walmart Inc. se define la estrategia global de regeneración, así como las metas que guían nuestra aspiración de convertirnos en una Empresa Regenerativa. Como el contexto de cada país en el que operamos es único, adaptamos las metas para satisfacer las necesidades particulares de cada región. En Walmart de México y Centroamérica, nos aseguramos de atender de manera efectiva las necesidades específicas de las comunidades en las que operamos.

En 2023, llevamos a cabo nuestro primer Análisis de Doble Materialidad en México y Centroamérica, lo que nos permitió identificar cómo nuestras acciones tienen un impacto en los ámbitos social y ambiental, y cómo pueden influir en nuestro rendimiento financiero. Gracias a los resultados de este análisis, corroboramos que nuestra estrategia y acciones ASG estaban considerando los criterios mencionados anteriormente, atendiendo los impactos derivados de nuestro negocio y alineadas con las necesidades de nuestros grupos de interés.



CONOCE LOS RESULTADOS
DEL ANÁLISIS DE DOBLE
MATERIALIDAD AQUÍ.



En 2024, comenzamos a hacer revisiones trimestrales de la información recopilada por distintos equipos para evaluar nuestro progreso hacia nuestros objetivos *tier 1* de regeneración. Estas revisiones son realizadas por el Comité Ejecutivo en México, liderado por nuestro Presidente y Director General, así como por el Comité Ejecutivo de Centroamérica, encabezado por su Presidenta y Directora General. Ambos comités están compuestos por los líderes de nuestra empresa, que son los responsables de supervisar y dirigir la implementación de iniciativas para el cumplimiento de los objetivos. Posteriormente, se reportan los avances al Consejo de Administración de Walmart de México y Centroamérica. Este seguimiento regular habilita la toma de decisiones eficiente y oportuna.

Asimismo, para estar constantemente alineados y coordinados con los diferentes mercados de Walmart, el Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart de México y Centroamérica se reúne y revisa trimestralmente los avances en materia de regeneración con el CEO Regional de Walmart Canadá, Chile, México y Centroamérica, quien también preside nuestro Consejo de Administración, y con la Presidenta Ejecutiva y Directora General de Walmart Internacional.

Estos puntos de contacto unifican nuestra visión y facilitan la identificación de áreas con potencial de mejora. A partir de ahí, detallamos planes accionables y efectivos, garantizando la transparencia y confiabilidad de la información que compartimos sobre el progreso hacia nuestros objetivos de Empresa Regenerativa. Para lograr esto, es esencial disponer de información precisa y fiable que nos facilite la toma de decisiones basadas en datos y cumplir con los requisitos de reporte.

Para ello, contamos con una Política de Gobernanza ASG que garantiza la adherencia a los estándares más altos de reporte, asegurando la transparencia, comprensibilidad y accesibilidad del proceso de cálculo de los indicadores, definiendo las responsabilidades específicas de cada área.

Walmart Inc.

Define estrategia global para convertirnos en una Empresa Regenerativa.

Walmart Internacional

Las metas se adaptan al contexto de cada país en el que Walmart opera.

WALMEX

Adaptamos la estrategia global a nuestro contexto para satisfacer las necesidades de las comunidades que operamos.

Comité Ejecutivo México

Supervisa y dirige la implementación de estrategias y toma de decisiones clave para alcanzar nuestros objetivos.

**Consejo de Administración
WALMEX**

Toma de decisiones clave para alcanzar nuestros objetivos.

Comité Ejecutivo Centroamérica

Supervisa y dirige la implementación de estrategias y toma de decisiones clave para alcanzar nuestros objetivos.

Este enfoque nos permite estar alineados con grandes agendas globales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Desde 2019 identificamos nuestros cinco ODS prioritarios en un proceso en conjunto con miembros del Comité Ejecutivo y estudios de la industria a nivel local, regional y global. A partir de 2020, integramos un reporte histórico para identificar nuestro avance en su cumplimiento.



Hemos sido signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde 2019.



DA CLIC AQUÍ
PARA SABER
MÁS.

Fomentando una Cultura de Regeneración

En 2024, llevamos a cabo varias iniciativas con el fin de sensibilizar a nuestros grupos de interés sobre la estructura y propósito de nuestra estrategia de Empresa Regenerativa. Buscamos que vivan y promuevan los principios regenerativos en sus actividades todos los días.



HAZ CLIC AQUÍ PARA
CONOCER MÁS SOBRE
ESTAS INICIATIVAS.



PARA
CONOCERLO,
DA CLIC AQUÍ.

OPORTUNIDAD

Ecosistema en evolución

Fomentamos el desarrollo de asociados y proveedores en un entorno de pertenencia.



241,172

asociados forman parte de nuestra fuerza laboral.

46,185

proveedores forman parte de nuestra cadena de suministro.





Oportunidad

Nos enfocamos en crear oportunidades que desarrollen y fortalezcan a nuestros asociados y proveedores. Por ello, buscamos:

Crear

buenos empleos y oportunidades de desarrollo para nuestros asociados y proveedores.

Fomentar

la pertenencia.

Desarrollar

a nuestros asociados, proveedores, comunidades y economías locales.





Crear Buenos Empleos y Oportunidades de Desarrollo para Nuestros Asociados

Nuestro propósito de ayudar a las personas a ahorrar dinero y vivir mejor se materializa a través de nuestros asociados, quienes marcan la diferencia para nuestros clientes todos los días.

Estamos comprometidos a hacer del sector minorista un lugar de oportunidades, buscando que cualquier persona pueda adquirir las habilidades y la experiencia necesarias para avanzar en su carrera. Hacerlo nos permite atraer, desarrollar y retener al mejor talento para entregar nuestra propuesta de valor al cliente.

Un equipo compuesto por personas con diferentes trayectorias y perspectivas desencadena ideas y enfoques novedosos. Cada asociado aporta su experiencia y conocimientos únicos que se convierten en soluciones innovadoras y creativas para nuestros clientes. Por lo tanto, nos enfocamos en aprovechar su talento como un habilitador clave para nuestra estrategia.



Nuestro Talento

Propuesta de Valor al Asociado

Este año logramos maximizar nuestra Propuesta de Valor para el Asociado:

- Somos el lugar donde trabajamos con un propósito, apoyando a nuestras comunidades y trabajando por un mejor planeta.
- Nos desafiamos y reinventamos todos los días, integrando la agilidad como forma de trabajar y adoptando metodologías innovadoras para afrontar los desafíos.
- Ofrecemos a nuestros asociados oportunidades de crecimiento personal y profesional. Para ello, contamos con diferentes programas de capacitación que potencian su talento.
- Creamos un entorno colaborativo, donde nos escuchamos y ayudamos unos a otros, reconociendo y celebrando cada logro. Este es el lugar donde disfrutamos de lo que hacemos todos los días.
- Nos enfocamos en crear un lugar de trabajo donde todos los asociados se sientan vistos, apoyados y conectados a través de una cultura de Pertenencia.

Flywheel para nuestros Asociados

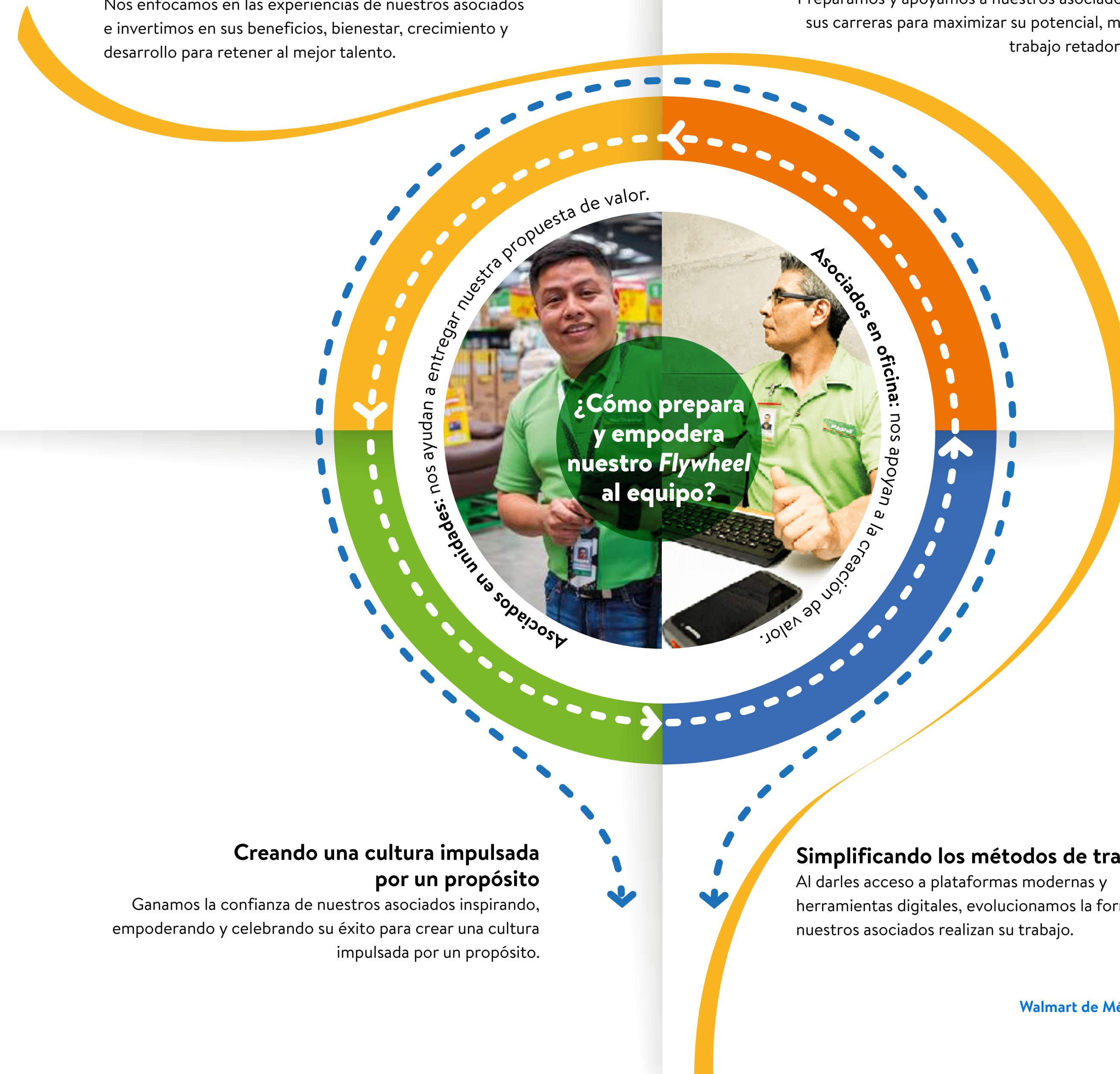
Nuestro *Flywheel* genera un círculo virtuoso que vincula de forma dinámica el valor que entregamos a nuestros clientes con la propuesta única que ofrecemos a nuestros asociados.

Redefiniendo la experiencia de los asociados para ganar en el core

Nos enfocamos en las experiencias de nuestros asociados e invertimos en sus beneficios, bienestar, crecimiento y desarrollo para retener al mejor talento.

Mejorando y maximizando el potencial

Preparamos y apoyamos a nuestros asociados a lo largo de sus carreras para maximizar su potencial, manteniendo su trabajo retador e interesante.



Creando una cultura impulsada por un propósito

Ganamos la confianza de nuestros asociados inspirando, empoderando y celebrando su éxito para crear una cultura impulsada por un propósito.

Simplificando los métodos de trabajo

Al darles acceso a plataformas modernas y herramientas digitales, evolucionamos la forma en que nuestros asociados realizan su trabajo.

Atracción de Talento

Estamos comprometidos con la mejora continua de nuestros procesos de reclutamiento y selección de talento. Aspiramos a mejorar la forma de contratar, reduciendo tiempos y aumentando nuestra productividad.

Además, en 2024 mejoramos el proceso de incorporación para nuevos asociados en tres fases: *pre-onboarding*, apoyo durante los primeros 30 días de *onboarding* y seguimiento durante los primeros 100 días. Esto nos permitió optimizar la comunicación, estandarizar y simplificar el proceso de contratación. Como resultado, alcanzamos un *Net Promoter Score* (NPS) de *pre-onboarding* del 98%.

En México y Centroamérica, también adoptamos un enfoque centrado en aumentar el flujo de candidatos a través de las redes sociales, utilizando plataformas como LinkedIn, Instagram, Facebook y TikTok para llegar a un público más amplio y diversificado. Nuestros asociados *influencers*, que comparten sus experiencias laborales con nosotros en las redes sociales, fueron un factor clave para humanizar la marca y generar confianza con los posibles candidatos.

Esta estrategia nos permitió procesar más de 30 mil candidatos al mes, resultando en un proceso de selección eficiente para contratar a más de 7,000 asociados nuevos cada mes. Logramos digitalizar el 75% de nuestras contrataciones, lo que representa un notable aumento en comparación con el 50% del año anterior. Este avance refleja una mejora significativa en la eficiencia y modernización del proceso de reclutamiento.

10,151
nuevos empleos generados.

GRI 203-2



Oportunidades y Crecimiento Interno

Así como es importante para nosotros atraer talento nuevo, también es imperativo promover el crecimiento de los asociados de nuestra compañía. Con esto en mente, lanzamos una aplicación en México que permite a los asociados postularse para nuevas oportunidades dentro de la empresa de manera sencilla y 100% digital, optimizando la gestión de talento interno.

Contamos con

998 posiciones internas

para asociados en oficinas para fomentar oportunidades de crecimiento dentro de la empresa. Más de 4,000 asociados en oficina aplicaron a estas vacantes, mostrando un gran interés y compromiso con su crecimiento.

Del total de vacantes disponibles durante el año, la tasa de promoción interna se situó en **36.28%**



39% de las vacantes fueron cubiertas por asociados mediante promociones y movimientos laterales en México.

Continuaremos fortaleciendo estrategias que mejoren la experiencia de los asociados para garantizar que atraer talento se convierta también en retener al mejor talento.



SASB CG-EC-330A.2, CG-EC-330A.3, CG-MR-310A.2
GRI 2-7, 2-8, 401-1, 405-1

Nuestro Equipo

Reafirmamos nuestro compromiso de atraer, retener e incluir al mejor talento. Utilizamos herramientas tecnológicas para visualizar datos sobre nuestro equipo, simplificando la toma de decisiones. Estos tableros nos muestran métricas clave como la rotación, cobertura y salidas, proporcionando una visión clara y detallada del estado, desempeño y necesidades de nuestra fuerza laboral en México y Centroamérica.



TOTAL DE ASOCIADOS POR EDAD Y GÉNERO:

		HOMBRES	MUJERES	
≤ 25	58%	33,242	23,965	42%
26-30	51%	20,822	20,095	49%
31-35	44%	16,059	20,082	56%
36-40	39%	11,255	17,670	61%
≥ 41	36%	27,951	50,031	64%



792

asociados con nacionalidad extranjera.

228

564

● México ● Centroamérica ● México y Centroamérica

5.1

años de antigüedad promedio de los asociados.

5.2

5.0



PARA SABER MÁS SOBRE
NUESTRA FUERZA LABORAL,
DA CLIC AQUÍ.

TASA DE ROTACIÓN*

2024

35.4%

32.1%

34.8%

2023

40.1%

31.5%

38.7%

2022

38.8%

31.1%

37.5%

● México ● Centroamérica ● México y Centroamérica

* En 2024 se realizó un cambio en la metodología para el cálculo de la rotación vs 2023.

GRI 203-2, 404-1, 404-2

Desarrollo y Crecimiento

Fomentando el Autodesarrollo

En Walmart de México y Centroamérica ofrecemos una amplia gama de carreras y oportunidades. Nuestros asociados pueden desarrollar sus habilidades y tener la oportunidad de moverse entre equipos, roles y ubicaciones. Desde el momento en que un asociado se integra a la empresa en adelante, nos enfocamos en apoyar su crecimiento, maximizar su potencial y ayudarlos a desarrollar su carrera profesional. Este año, fomentamos el autodesarrollo como método para identificar y potenciar las capacidades de cada asociado.

Lanzamos nuestra **Semana de Autodesarrollo en México**, con la participación de más de 2,000 asociados, a quienes ofrecimos seminarios web sobre desarrollo personal y profesional. Estos incluyeron actividades para diseñar el futuro de sus carreras profesionales, donde les presentamos diversas herramientas de desarrollo disponibles dentro de la empresa para alcanzar sus metas. En Centroamérica, llevamos a cabo nuestro **Mes del Autodesarrollo**, donde asociados y líderes recibieron herramientas para fortalecer su autoconocimiento y habilidades.

También diseñamos mapas de desarrollo para los asociados en tiendas y clubes, proporcionándoles una visión clara de sus posiciones actuales y de las oportunidades de crecimiento disponibles tanto dentro de su formato como en otros. Asimismo, reforzamos la mentoría como habilitador estratégico, beneficiando a más de 1,200 asociados.

Walmart Educación: otorgamos 2,502 becas educativas en México y 74 en Costa Rica y Guatemala, apoyando a nuestros asociados a acreditar sus estudios desde nivel básico hasta el superior, impulsando su desarrollo profesional y mejorando la calidad de vida de sus familias.





Capacitaciones

Ofrecemos a nuestros asociados acceso a un robusto ecosistema de aprendizaje que impulsa su desarrollo profesional a través de herramientas tecnológicas y cursos presenciales. Con una sólida red de formación en habilidades técnicas, liderazgo y cultura organizacional colaborativa, fomentamos su crecimiento continuo para alcanzar su máximo potencial.

327,881
asociados capacitados*.

174,514
asociadas mujeres capacitadas.

153,367
asociados hombres capacitados.

87%



13%

54%



48%

46%



52%

● México

● Centroamérica

● México y Centroamérica

25.8

horas de capacitación
promedio por
asociado.

+42.1

millones de pesos
invertidos en
capacitación.



HORAS DE CAPACITACIÓN

8,305,791.9
horas hombre de capacitación en México.

141,104.4
horas hombre de capacitación en
Centroamérica.

8,446,896.3
horas hombre de capacitación en México y
Centroamérica.

* La capacitación incluye tanto cursos obligatorios como voluntarios. Estos últimos se refieren a cursos que los asociados escogen realizar como parte de su desarrollo profesional. Estos datos consideran a los asociados activos y no activos al 31 de diciembre de 2024.



Programas de desarrollo por enfoque:

Desarrollando Líderes

Contar con líderes que personifiquen los valores de nuestra empresa, apunten nuestras prioridades estratégicas, sepan trabajar de forma colaborativa y guíen a sus equipos, nos permite canalizar el valor de nuestro talento. Por ello, implementamos varios programas de capacitación dirigidos a desarrollar sus habilidades de liderazgo.



- **Academia de Liderazgo:** fortalecimos habilidades esenciales alineadas con nuestros comportamientos, desarrollando a nuestros asociados en áreas clave como la retroalimentación efectiva, construcción de equipos de alto rendimiento y liderazgo basado en el servicio. A través de este programa, logramos impactar a más de 100 mil asociados en México y Centroamérica.

- **Spark Talent:** un programa para asociados de alto rendimiento, quienes reciben formación sobre datos, agilidad, liderazgo y orientación al cliente. Más de 500 asociados en la región participaron en este programa.
- **Manager Academy:** adaptamos un programa de Walmart EU a las necesidades específicas de México. Dirigido a gerentes de tiendas, clubes y *Supply Chain*, reforzamos sus principales habilidades de liderazgo.

- **Experiencias de Desarrollo:** capacitamos a más de 600 líderes ejecutivos en temas clave como innovación, transformación digital y habilidades narrativas, reforzando sus competencias para liderar en un entorno cambiante.



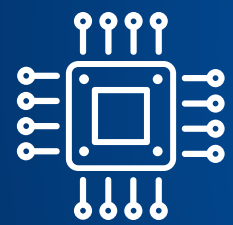
Calidad y Servicio en Tienda

Ofrecemos programas de desarrollo para nuestros asociados en tiendas y clubes, quienes interactúan directamente con los clientes y socios. Tener una atención al cliente de la mejor calidad es esencial para crear experiencias diferenciadas, por lo que trabajamos para desarrollar equipos preparados y ágiles.

México



- **Fresh Institute:** capacitamos a 758 facilitadores en 40 ubicaciones para enseñar a los asociados del área de perecederos cómo mejorar los procesos *end-to-end* y optimizar los indicadores del negocio, impactando positivamente en la calidad del servicio al cliente.



- **Taller de Electrónica:** ofrecimos talleres especializados en categorías clave como electrónica, electrodomésticos, servicios telefónicos y quioscos.



- **Laboratorios de Capacitación Práctica:** espacios de capacitación específicamente dedicados a práctica real de los procesos de recibo de mercancía y alimentación Sorter en espacios seguros en centros de distribución, impactando a más de 25 mil nuevos asociados.

Centroamérica



- **Momentos de Cuidado Operaciones:** capacitamos a nuestros asociados de línea de caja en aspectos clave para mejorar el servicio al cliente, impactando positivamente en la experiencia de compra del cliente. Capacitamos a más de 8,500 asociados y, gracias a este esfuerzo, logramos un incremento de 4 puntos en el NPS de nuestras tiendas.



- **Espacios de Capacitación Virtual:** se crearon nueve espacios de capacitación equipados en los cinco países de Centroamérica, beneficiando a más de 2,000 asociados en unidades para que puedan realizar su entrenamiento virtual, con una inversión de 146 mil pesos.

Házlo Ágil, Házlo Walmart: promovemos la agilidad y la innovación en nuestro *Way of Working* (WOW) con contenidos distribuidos en dos olas de capacitación, fomentando la flexibilidad y la adaptabilidad en el trabajo.

Los asociados pueden utilizar estas experiencias y conocimientos adquiridos para seguir desarrollándose dentro de la compañía.



GRI 404-3

Evaluación a Asociados

En Walmart de México y Centroamérica, continuamos evolucionando nuestro proceso anual de evaluación de desempeño. En 2024, logramos implementarlo de manera 100% digital en una plataforma unificada, abarcando a todos nuestros asociados.

Las evaluaciones de desempeño son cruciales dentro del proceso del ciclo de talento porque nos permiten identificar oportunidades de mejora y desarrollo. Incluyen conversaciones poderosas entre líderes y asociados para proporcionar retroalimentación oportuna y constructiva, construyendo un sistema de crecimiento continuo.

También revelan las habilidades y fortalezas de cada asociado, facilitando la gestión del talento desde una perspectiva estratégica. Durante este proceso, se evalúa el cumplimiento de los objetivos previamente establecidos, así como nuestros cuatro comportamientos de liderazgo. Esta información es muy valiosa, ya que proporciona visibilidad al estructurar los Planes Individuales de Desarrollo.

Nuestro esquema de remuneración valora tanto los logros como la antigüedad, alineándose con los comportamientos de liderazgo establecidos en nuestras políticas, para garantizar un sistema justo y transparente.



Evaluaciones de
desempeño
y potencial

T4

Retroalimentación continua

Establecimiento
de objetivos

T1

Plan Individual
de Desarrollo
(PID)

Ciclo del talento

T3

Conversaciones
poderosas

T2

Sucesión y
Planificación

SASB CG-EC-330A.1

Escucha y Retroalimentación de Asociados

Escuchamos de primera mano las opiniones, sugerencias y percepciones de nuestros asociados sobre su experiencia en la empresa. Para abrir este canal de diálogo, realizamos anualmente nuestra Encuesta de Compromiso y la Encuesta Retroalimenta a tu Líder, invitando a participar al 100% de los asociados. Ambas encuestas son confidenciales y voluntarias.

Encuesta de Compromiso

Esta encuesta mide el índice de compromiso, pertenencia, intención de quedarse y participación de los asociados. Con estos resultados, podemos identificar las áreas de reconocimiento y mejora en las que debemos trabajar para construir una experiencia inigualable para nuestros asociados.

PARTICIPACIÓN EN LA ENCUESTA DE COMPROMISO

94%
México

84%
Centroamérica

92%
México y Centroamérica

ÍNDICE DE COMPROMISO

87%
México

89%
Centroamérica

87%
México y Centroamérica



Encuesta Retroalimenta a tu Líder

En 2024, en línea con nuestro compromiso continuo con el liderazgo, volvimos a implementar la encuesta Retroalimenta a tu Líder. Esta herramienta es clave para conocer y entender la percepción directa de nuestros asociados sobre sus líderes. Alcanzamos un hito significativo, extendiendo la encuesta a todos los miembros del equipo en México y Centroamérica por primera vez, logrando una cobertura de más de 200 mil asociados. También comenzamos a medir la percepción de los superiores de los líderes directos de los asociados, proporcionando una visión más completa de los equipos de liderazgo.

PARTICIPACIÓN EN LA ENCUESTA RETROALIMENTA A TU LÍDER

72%
México

65%
Centroamérica

71%
México y Centroamérica

ÍNDICE RETROALIMENTA A TU LÍDER

84%
México

87%
Centroamérica

85%
México y Centroamérica



GRI 201-3, 401-2, 403-3, 403-6

Balance de Vida

En Walmart de México y Centroamérica, valoramos el bienestar integral de nuestros asociados. A través de una compensación justa, beneficios competitivos y horarios atractivos, apoyamos su bienestar económico, físico y emocional. Generamos un ambiente laboral positivo, así como un equilibrio entre su trabajo y vida personal.

En 2024, seguimos impulsando nuestro Programa de Asistencia Integral (PAI) en Centroamérica y, en México, lo evolucionamos con el lanzamiento de la Membresía Más. Ambos proporcionan acceso gratuito a una variedad de servicios de terceros, incluyendo asistencia médica especializada, nutricional, emocional, legal, financiera y veterinaria. Este beneficio también se extiende a los familiares directos de nuestros asociados, beneficiando a más de 28,580 personas.

Ofrecemos acceso a descuentos de hasta el 70% en una amplia gama de productos y servicios a través de nuestra Plataforma de Beneficios, que incluye categorías como automotriz, belleza, tecnología y artículos para el hogar.

Salud Emocional

Los desafíos de salud emocional y mental, como la ansiedad, el estrés y la depresión, son algunas de las condiciones más comunes que enfrentan las personas hoy en día. En la empresa, priorizamos el bienestar emocional de nuestros asociados y sus familias, ofreciéndoles acceso a asesoramiento gratuito disponible las 24 horas del día, así como a herramientas educativas.

Nuestras iniciativas incluyen:

- **Curso de Salud Emocional:** en México impartimos la primera edición de este curso para proporcionar a nuestros asociados herramientas y recursos prácticos que les permitan gestionar mejor las emociones y el estrés, tanto en el trabajo como en su vida cotidiana.
- **Semana de la Salud Emocional:** en México, dedicamos una semana a conferencias e iniciativas enfocadas a promover hábitos que favorezcan la salud mental y emocional de nuestros asociados. Abordamos temas como el manejo del estrés y el *burnout*, la ansiedad y depresión, complementando estas actividades con masajes y sesiones de meditación.
- **Seminarios web de salud:** en Centroamérica, impartimos un seminario web con un especialista externo en salud mental, en el que se abordaron temas esenciales como la importancia del autocuidado. Incluyó herramientas y consejos para detectar cuándo hay un desequilibrio en la salud mental.



En 2024, 24,237 asociados y sus familiares en México y Centroamérica recibieron apoyo psicológico de un tercero.



Salud Física y Nutricional

Estamos comprometidos a proporcionar a nuestros asociados y sus familias acceso a atención médica de alta calidad y asequible. Además, promovemos su bienestar físico.

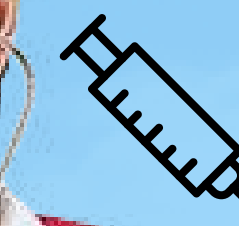
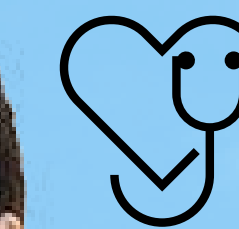
Nuestras principales iniciativas durante el año fueron:

- **Servicio de nutrición:** contamos con un equipo que brinda asistencia presencial a nuestros asociados en las oficinas corporativas de la región.
- **Seguro Médico*:** en México, ampliamos la cobertura para incluir servicios como cirugías bariátricas y cobertura gratuita para hijos mayores de 25 años con discapacidad. Los asociados también tienen la opción de contratar pólizas de seguro para sus padres a tarifas preferenciales.
- **Apoyo al desarrollo familiar:** como parte de la política ampliada del seguro médico en México, ahora ofrecemos dos nuevas coberturas. La primera cubre la criopreservación de ovocitos (congelación de óvulos), y la segunda incluye los costos relacionados con tratamientos de fertilidad, procedimientos de infertilidad y reproducción asistida para asociados o sus cónyuges.
- **Semanas de la Salud:** fomentamos el bienestar físico abordando temas y actividades para promover la salud femenina y masculina, la salud preventiva, la salud dental, visual y auditiva, la nutrición y la importancia del sueño.
- **Campaña de prevención del cáncer de mama:** en Centroamérica, las asociadas o dependientes que tienen una póliza de seguro médico pueden acceder a mamografías.

* Disponible para los asociados de nivel 7 y superiores, sus cónyuges, parejas, hijos e hijastros menores de 25 años.

757
consultas nutricionales y

5,689
consultas médicas
fueron realizadas por un tercero como parte de nuestro programa PAI en Centroamérica y del programa Membresía Más en México.



494 consultorios médicos
en oficinas corporativas, unidades y centros de distribución para nuestros asociados.

324 salas de lactancia
en oficinas corporativas, unidades y centros de distribución.

7,191 vacunas
administradas contra el COVID-19 y 10,747 contra la influenza.



Salud Financiera

Estamos comprometidos a proporcionar herramientas que fortalezcan las capacidades financieras de nuestros asociados, ayudándoles a tomar decisiones informadas que contribuyan a su bienestar financiero personal y familiar. Para ello, ofrecemos una serie de beneficios diseñados para promover su salud financiera.

En México, implementamos el **Fondo de Ahorro** como una prestación social para asociados con contrato permanente en tiendas, clubes, centros de distribución y oficina. Los asociados aportan el 2% de su salario nominal (hasta 1.3 veces la UMA**), y Walmart contribuye la misma cantidad de manera quincenal o semanal, dependiendo de la frecuencia de pago. Además, las cantidades ahorradas generan rendimientos tanto en la aportación de los asociados como en la de la empresa.

- **Caja de Ahorro:** este sistema de ahorro voluntario permite a los asociados en México ahorrar entre el 5% y el 25% de su salario bruto, con deducciones vía nómina, obteniendo atractivos rendimientos sobre sus aportaciones.
- **Membresía Digital Sam's Club Asociado:** todos los asociados en México, tanto de oficina como de unidades, con contrato indefinido o temporal, reciben una Membresía Digital Sam's Club Asociado sin costo. Este beneficio les da acceso a ofertas, promociones exclusivas y otros beneficios del club, contribuyendo al bienestar de sus familias.

** La UMA (Unidad de Medida y Actualización) es una referencia financiera utilizada para calcular el pago de obligaciones y supuestos según lo dictado por las leyes federales, estatales y municipales en México. Se usa para determinar el monto de cosas como multas, impuestos y beneficios sociales, y se ajusta anualmente de acuerdo con el Índice Nacional de Precios al Consumidor para tener en cuenta la inflación.



- **Vales electrónicos y descuento a asociados:** en México, incrementamos los beneficios de los vales electrónicos en 1% adicional, pasando del 12% al 13%, con un límite de \$1,500 pesos al mes. Además, en todos los países donde operamos, otorgamos un 10% de descuento en compras en todos los formatos (excepto clubes) para nuestros asociados y un familiar adicional.

• Ecosistema en Acción

Paquetes de teléfono móvil/celular e internet Bait:

ofrecemos opciones asequibles de telefonía e internet para facilitar el acceso al mundo digital y contribuir al bienestar financiero de nuestros asociados.

Programa As Super: apoyamos a asociados de Bodega Aurrera, Walmart Supercenter y Sam's Club, otorgándoles un apoyo económico a través de su monedero digital Cashi. Este monto puede ser utilizado para la compra de productos de la canasta básica de Nuestras Marcas (Great Value, Bodega Aurrera y Marketside).

En marzo lanzamos la Semana de la Salud Financiera, una serie de seminarios web impartidos por diversos expertos y proveedores para promover hábitos financieros saludables. Participaron más de 2,800 asociados, que recibieron herramientas y consejos para gestionar mejor su dinero, fomentar el ahorro y tomar decisiones económicas informadas.



PARA CONOCER MÁS SOBRE
TODOS LOS **BENEFICIOS**
PARA NUESTROS
ASOCIADOS, DA CLIC AQUÍ.



GRI 401-3

Flexibilidad Laboral

Entendemos la importancia de la flexibilidad laboral para nuestros asociados. En México y Centroamérica ofrecemos diferentes esquemas, permisos y horarios flexibles que favorecen un ambiente laboral positivo y contribuyen a su calidad de vida:



Horarios flexibles:

Nuestros asociados en oficina pueden acomodar sus horarios de trabajo para disfrutar de viernes más cortos. También ofrecemos turnos fijos durante los periodos de lactancia, horarios específicos para estudiantes y traslados para mejorar la calidad de vida.



Licencias especiales:

Ofrecemos licencia por maternidad de hasta cinco meses. Además, implementamos el esquema de Paternidad Extendida, que permite a los asociados regresar al trabajo después de 30 días naturales de licencia pagada tras el nacimiento o la finalización del proceso de adopción. Esta iniciativa les permite pasar más tiempo con sus hijos y disfrutar completamente esta importante etapa de sus vidas. En Centroamérica, las licencias se ajustan de acuerdo con las regulaciones de la seguridad social.



Apoyo en casos especiales:

Para la adopción o subrogación, los asociados tienen la opción de tomar una semana de permiso antes de la llegada del bebé. En casos de emergencia, como el fallecimiento de la madre o la hospitalización del bebé, los padres pueden ajustar su permiso para cuidar a su familia.



CONSULTA
NUESTRA
**POLÍTICA DE
HORAS DE
TRABAJO AQUÍ.**

GRI 405-1, 406-1

Fomentar la Pertenencia

Mantenemos un conjunto de valores atemporales que guían nuestra cultura y comportamientos, con el respeto por el individuo al centro. Estamos comprometidos a asegurar que todos los asociados sean valorados, buscando que se sientan entusiasmados por desarrollar su carrera con nosotros. En Walmart de México y Centroamérica, abundan las oportunidades para todos. Aspiramos a que todos se sientan reconocidos por sus contribuciones únicas, apoyados en su trabajo diario y conectados con sus compañeros. Al hacerlo, creamos oportunidades para ellos, así como para nuestros proveedores, socios comerciales y otros grupos de interés, al tiempo que fortalecemos las comunidades en las que operamos. Nos esforzamos por cultivar una cultura de trabajo en la que los asociados de todos los niveles se sientan parte integral de la empresa.

- **PERTENENCIA:** nuestro objetivo es construir una cultura corporativa en la que cada asociado se sienta valorado por quien es, profundamente arraigada en el respeto por el individuo.

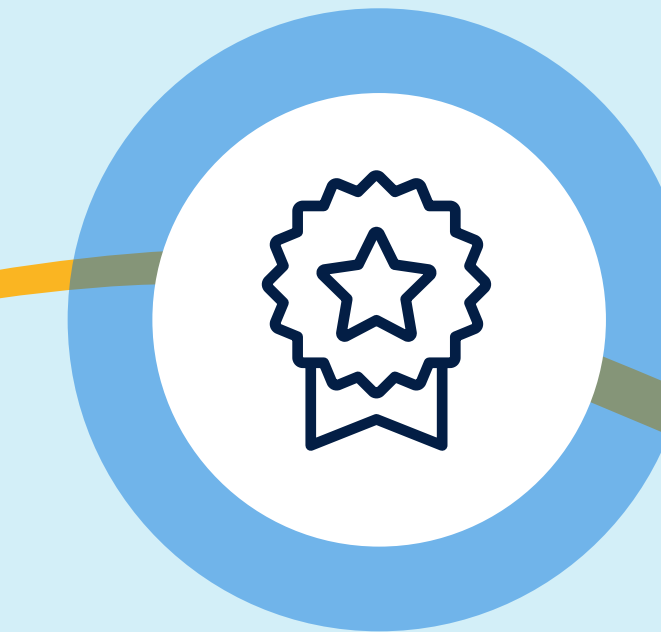
Nuestra estrategia consta de cuatro pilares:



MUJERES EN LA FUERZA
LABORAL



IDENTIDAD PERSONAL



TALENTO CON DISCAPACIDAD



NO DISCRIMINACIÓN

Hemos establecido estructuras de gobernanza que proporcionan una supervisión efectiva de nuestra estrategia de pertenencia. Nuestro Consejo Consultivo compuesto por líderes de operaciones y del negocio de México y Centroamérica, tiene el objetivo de consolidar estrategias inclusivas en nuestra organización.

También tenemos políticas que apoyan firmemente nuestra cultura de pertenencia:



[CÓDIGO DE CONDUCTA.](#)

[POLÍTICA DE IGUALDAD DE REMUNERACIÓN.](#)

[POLÍTICA GLOBAL DE PREVENCIÓN DE ACOSO Y DISCRIMINACIÓN.](#)



Mujeres en la Fuerza Laboral

Promovemos el respeto, las oportunidades y una cultura de pertenencia para nuestros asociados.



Estamos comprometidos a fomentar ambientes donde las mujeres se sientan valoradas y apoyadas en cada etapa de sus carreras. A través de iniciativas como Red Crecemos Juntas, que ha conectado a más de 600 participantes, proporcionamos espacios para el aprendizaje, la colaboración y el crecimiento. Este esfuerzo ha contribuido a nuestro reconocimiento como la mejor empresa para mujeres en México por Grupo Expansión.

En nuestras operaciones, programas como Mujeres en Bienes Raíces y Distribución (WIRED, por sus siglas en inglés) abren nuevos caminos para las mujeres en roles tradicionalmente menos accesibles, asegurando que tengan las herramientas y el conocimiento para tener éxito. Al ampliar nuestros grupos de talento, creamos oportunidades significativas que fortalecen nuestros equipos y reflejan el mundo diverso al que servimos.

A través de alianzas estratégicas, estamos ampliando el acceso a roles técnicos y de liderazgo, asegurando una gama más diversa de perspectivas y habilidades en nuestra fuerza laboral. Estas colaboraciones fortalecen nuestros equipos, impulsan la innovación y crean un lugar de trabajo donde todos contribuyen al éxito a largo plazo.



55%

**de nuestra fuerza laboral está
compuesta por mujeres.**

55%

**de las promociones fueron
para mujeres.**

136

**mujeres se desarrollan en
puestos STEM (Ingeniería y
Tecnologías de la Información).**

SASB FB-FR-310A.1, CG-MR-310A.1

GRI 2-20, 2-21, 202-1, 405-2

Equidad Salarial

Estamos comprometidos con una remuneración justa y equitativa para los asociados en todos los países donde operamos. Contamos con procesos, herramientas y sistemas para ayudar a garantizar una compensación equitativa y sin sesgos en las ofertas, movimientos y promociones dentro de la organización. Medir y divulgar las brechas salariales promueve la transparencia. En 2024, en Walmart de México y Centroamérica, realizamos un análisis de brecha salarial ajustada y no ajustada y obtuvimos los siguientes resultados:

Brecha salarial ajustada: la brecha salarial ajustada indica si los asociados que realizan el mismo trabajo, teniendo en cuenta factores relevantes para el trabajo, como la ubicación geográfica, la unidad de negocio, el nivel interno y el puesto, reciben una remuneración justa en relación con los demás, independientemente de su estado protegido. Nuestro análisis más reciente de la brecha salarial ajustada indica que las asociadas reciben \$0.9987 MXN por cada \$1 MXN que reciben los asociados.

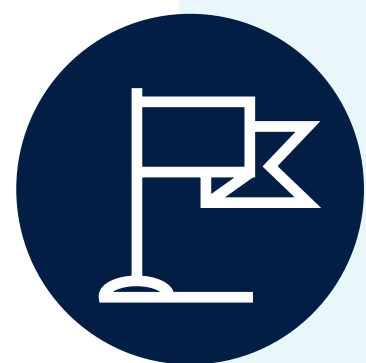
Brecha salarial no ajustada: aunque creemos que la brecha salarial ajustada es la medida más significativa para determinar la equidad salarial, también reportamos la brecha salarial no ajustada, que indica las diferencias salariales medias cuando no se ajustan por factores como la ubicación geográfica y el nivel interno (reflejando la representación relativa en puestos de mayor o menor remuneración). Nuestros análisis más reciente de la brecha salarial no ajustada muestra que las asociadas reciben el 99.76% de la remuneración de los asociados.



Identidad Personal

En Walmart de México y Centroamérica, promovemos activamente el respeto por el individuo y valoramos la cultura de pertenencia. Destacamos la importancia de apoyar a todos los asociados, incluyendo a la comunidad LGBT+ y nos esforzamos por crear un ambiente en el que cada individuo se sienta valorado y respetado.

Reafirmamos nuestro compromiso de pertenencia y apoyo a la comunidad LGBT+ a través de diversas iniciativas. Durante el Día Nacional de la Inclusión Laboral, fuimos reconocidos por *Pride Connection México* por cumplir con sus 10 compromisos para crear espacios de trabajo seguros y firmamos la Declaración de San José, que promueve la no discriminación y los Derechos Humanos de la comunidad LGBT+ en el ámbito laboral.



caso de ÉXITO

Voluntariado LGBT+ VIHve Libre en México

Como parte de las acciones del Mes del Orgullo, el equipo del Grupo de Recursos de Asociados (ARG, por sus siglas en inglés) PROWD organizó la primera colecta de productos como alimentos y artículos de higiene personal para la organización VIHve Libre, que promueve la pertenencia y apoya a la comunidad LGBT+. Con estas donaciones beneficiamos a más de 100 personas que más lo necesitaban.





GRI 405-1

Talento con Discapacidad

Durante 2024, continuamos implementando iniciativas que brindan a las personas con discapacidad la oportunidad de trabajar y crecer profesionalmente dentro de nuestra empresa.

Equipo Swat TcD

Formamos el equipo Swat TcD (Talento con Discapacidad), dedicado a liderar iniciativas que integren a personas con discapacidad en nuestras actividades diarias. Mapeamos proactivamente las necesidades y oportunidades de estos asociados, asegurando procesos accesibles y posiciones abiertas para TcD. También certificamos a nuestros asociados, que recibieron capacitación en Lenguaje de Señas Mexicana (LSM), para fomentar las relaciones empáticas y aumentar la productividad de los equipos que incluyen miembros con discapacidad auditiva.

Inclusión con el Corazón

A través del programa piloto AsCanasta, posibilitamos a nuestros asociados a comprar productos en buen estado, con un 90% de descuento, pero que no son aptos para la venta al cliente. El 10% restante se utiliza para financiar becas académicas para asociados y proporcionar soportes funcionales para asociados con discapacidad. Entregamos más de 87 soportes funcionales en México, lo que representó una inversión de más de 260 mil pesos. Nuestro objetivo es crear un círculo virtuoso que fomente el desarrollo y el crecimiento del talento interno y que contribuya al bienestar financiero de nuestros asociados, al tiempo que desviamos productos perecederos de los rellenos sanitarios.

Hora Sensorial

Relanzamos la Hora Sensorial para apoyar a las personas con hipersensibilidad visual y auditiva. Ofrecemos un horario especial de 7:00 am a 8:00 am todos los días, durante el cual reducimos los estímulos sensoriales como pantallas promocionales y anuncios por altavoz. Además, durante las temporadas de *Halloween* y Navidad, apagamos luces, inflables y cualquier otro estímulo, todo con el objetivo de mejorar su experiencia de compra.

OBJETIVO 2024:
Asociados con
discapacidad

3.75%
en México

4.9%
en Centroamérica

RESULTADOS 2024:

3.8%
en México

5.0%
en Centroamérica

9,493

asociados con discapacidad.

7,647
México

1,846
Centroamérica



caso de ÉXITO

Janeth, embajadora de nuestra cultura de pertenencia

Janeth, asociada de Bodega Aurrera en Veracruz, se ha destacado por su excepcional desempeño desde que se integró a Walmart de México y Centroamérica. Además de ser una activa promotora de nuestros valores y embajadora de la Cultura Walmart, es un ejemplo a seguir tanto dentro de su tienda como en su comunidad. Gracias a su desempeño, compromiso con el cliente y valores, fue reconocida con la oportunidad de asistir a *Shareholders*, un evento cultural que fomenta el compromiso de los asociados y reúne a personas de todos los países donde operamos.

Janeth se convirtió en la primera asociada de Walmart de México y Centroamérica con discapacidad auditiva en asistir a este evento. Para hacerlo posible, el equipo le ayudó a tramitar su pasaporte y visa, y le brindó apoyo integral, incluyendo la presencia de un intérprete de Lenguaje de Señas Mexicana, lo que le permitió disfrutar plenamente de la experiencia. Con acciones como ésta, Walmart reafirma su compromiso de priorizar el talento sobre cualquier condición, resaltando su genuina dedicación a la pertenencia.



CONOCE EL TESTIMONIO
DE JANETH **AQUÍ.**

Accesibilidad

Fomentamos la pertenencia en nuestras tiendas, oficinas y centros de distribución creando espacios accesibles para personas con discapacidad. Proporcionamos infraestructura especializada que incluye:

Caja inclusiva: cajas de cobro con secciones accesibles diseñadas para personas con discapacidad.

Botón de asistencia: dispositivo inalámbrico conectado a los radios portátiles de los asociados que emite una señal predefinida para solicitar asistencia en zonas específicas para personas con discapacidad.

Señalización y mapas hápticos: representaciones gráficas en relieve y textos en *braille* que detallan la distribución de los espacios, incluyendo el diseño del piso de venta y sanitarios.

Piso podó táctil: guías táctiles indicativas con direcciones para personas con discapacidad visual.





GRI 406-1

No Discriminación

La no discriminación no sólo representa un valor fundamental para nosotros, sino que también define nuestra forma de operar a diario. Nos esforzamos por crear un entorno en el que cada persona se sienta valorada, respetada y apreciada. Reconocemos que nuestra verdadera fuerza reside en los asociados y en nuestro firme compromiso con la pertenencia.

Más de 190 proveedores en México y Centroamérica forman parte del Compromiso Empresarial por la Diversidad e Inclusión.



CONOCE MÁS SOBRE
NUESTRA **POLÍTICA GLOBAL
DE PREVENCIÓN DE ACOSO
Y DISCRIMINACIÓN, AQUÍ.**



caso de ÉXITO

Cajas de autopago con instrucciones en lengua maya

Estamos muy entusiasmados con el lanzamiento de las Cajas Inclusivas en nuestras tiendas Maxi Despensa y Despensa Familiar en Guatemala, reafirmando nuestro compromiso con nuestros clientes. Esta iniciativa atiende a las regiones de Chimaltenango, Sololá, Quiché, Totonicapán, Quetzaltenango, Alta Verapaz y Petén, ofreciendo tecnología de auto cobro con instrucciones en tres lenguas mayas: Kaqchikel, K'iche' y Q'eqchi'. Estas lenguas se seleccionaron en función de su importancia en el país. En colaboración con la Asociación de Lenguas Mayas, nos aseguramos de que toda la comunicación fuera precisa y respetuosa. Las máquinas de auto cobro ofrecen instrucciones en español y maya mediante comandos de audio, facilitando y haciendo más independiente la compra para los clientes. Esta tecnología aumenta la rapidez y la eficacia, mejorando la experiencia de compra en general. Además, nuestros asociados están capacitados para utilizar los equipos de auto cobro, lo que garantiza un excelente servicio y la resolución de cualquier problema. La inclusión de las lenguas mayas añade un nivel adicional de accesibilidad sin alterar el proceso de compra.

22 tiendas con cajas de auto cobro en lengua maya.



SASB FB-FR-000.C, FB-FR-000.D
GRI 2-6, 204-1

Desarrollar a nuestros Proveedores y Economías Locales

Nuestro negocio está enfocado en ofrecerle productos de calidad y accesibles a millones de clientes y socios. Para poder responder a sus gustos y necesidades de la mejor forma, estamos comprometidos a fomentar el desarrollo de proveedores y productores locales, facilitando su acceso al mercado formal y promoviendo su crecimiento. Impulsamos la capacitación y el desarrollo de sus capacidades, permitiéndoles acceder a nuevas oportunidades. De esta manera, no solo generamos empleos y dinamizamos las economías locales, sino que también fortalecemos la resiliencia de nuestras cadenas de suministro y ofrecemos productos diferenciados que enriquecen nuestra propuesta de valor.

91.20%

de la mercancía vendida en México se compra en el país.

83.73%

de la mercancía vendida en Centroamérica se compra en la región.



46,185

proveedores en la región.

31,726
México

14,459
Centroamérica

4,762

nuevos proveedores.

3,843
México

919
Centroamérica

89.40%
de proveedores pyme en México.

12.61%
de proveedores pyme en Centroamérica.



Cadena de Suministro Inclusiva

Este año, fortalecimos y conectamos nuestros esfuerzos para apoyar a proveedores actuales y potenciales. Nuestro objetivo es impulsar su desarrollo mediante programas y herramientas que se ajusten a sus necesidades y acompañarlos en su crecimiento sostenible. Nos enfocamos en brindarles oportunidades de mercado que les permitan evolucionar sus operaciones, responder a los intereses de los clientes y generar valor para sus negocios en el largo plazo.

Para ello, escuchamos a nuestros proveedores a través de diversas herramientas y canales que nos ayudan a comprender sus necesidades y fortalecer nuestra colaboración, fomentando un diálogo continuo. Al integrar la información recopilada, adquirimos un entendimiento más profundo y completo de sus perfiles. Esto nos permite proporcionar oportunidades que se ajusten tanto a su situación actual como a sus objetivos futuros de la mejor forma.



CONOCE MÁS SOBRE
NUESTRA **CADENA**
DE SUMINISTRO
LOCAL AQUÍ.

Oportunidades de Acceso al Mercado y Desarrollo

Analizamos e identificamos las mejores opciones disponibles para que nuestros proveedores puedan acceder al mercado formal, ya sea vía *eCommerce*, tiendas y clubes o *Marketplace*. Asimismo, brindamos oportunidades de desarrollo a través de la formación integral de nuestros proveedores actuales y potenciales, fortaleciendo sus capacidades productivas y desarrollando habilidades comerciales. Para ello, contamos con diversos programas de acuerdo con sus necesidades y objetivos futuros.



GRI 204-1, 413-1

Pequeño Productor

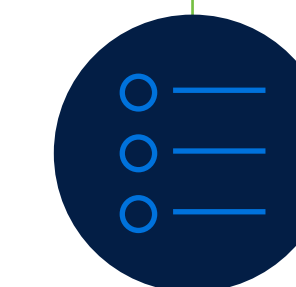
Este programa surgió con la visión de transformar al campo mexicano y a los pequeños productores que viven debajo de la línea de pobreza. Nuestro objetivo es incrementar su productividad e ingresos de manera sostenible para impulsar las economías locales. Esto es posible gracias a:

- Acceso directo a un mercado seguro.
- Capacitaciones para fortalecer sus capacidades productivas y comerciales.
- Pagos rápidos y seguros, sin necesidad de intermediarios.

Además, incorporamos elementos clave que aumentan el impacto y alcance del programa:

- Mantener un enfoque en la demanda del producto.
- Identificar las principales barreras de acceso al mercado y transformarlas para facilitar el crecimiento de los productores.
- Capacitar oportunamente a los productores sobre la venta en los canales omnicanal.
- Incorporar prácticas de agricultura regenerativa.

OBJETIVO 2024:



14.5%
de penetración de compras
de pequeños productores
en la categoría de frutas y
verduras.

RESULTADO 2024:

16.1%

Es esencial que las familias productoras logren optimizar sus procesos con el objetivo de incrementar su rentabilidad e impulsar su estabilidad en el mercado. Este avance podría propiciar la creación de oportunidades de empleo en áreas rurales, reduciendo así el abandono de los campos de estas zonas y la migración laboral juvenil.

ACCIÓN	META 2030	RESULTADOS AL 2024
Fortalecer el acceso a los mercados.	Adquirir el 20% del volumen de perecederos de pequeños productores.	16.16%.
	Contar con 15 empresas aliadas para amplificar el programa.	13 aliados.
Promover la agricultura regenerativa.	Contar con 100 mil hectáreas bajo agricultura regenerativa.	71,371 hectáreas.
Aumentar la conectividad rural.	Capacitar digitalmente a 25 mil agricultores.	7,002 agricultores capacitados.
Contribuir a generar empleos y oportunidades empresariales para los jóvenes.	Generar 10 mil empleos para mujeres y hombres jóvenes.	7,002 empleos generados.
Brindar herramientas y capacitación.	Capacitar a 50 mil agricultores.	35,933 agricultores capacitados.



5,970
productores
beneficiados.

1,817
mujeres
productoras
beneficiadas.

40.30%
de incremento
en el ingreso
promedio.

4,535
empleos actuales
generados.

+1,316.79
millones de pesos
de compras
a pequeños
productores.

39,723.09
toneladas de
alimentos
comercializadas.



caso de **ÉXITO**

Productores Agrícolas Plataneros de la Isla (PAPI)

Esta cooperativa, ubicada en Tabasco, logró crecer y establecerse como un proveedor formal del mercado de consumo gracias a la alianza estratégica entre Fundación Walmart de México y Fundación PepsiCo.

En Walmart de México y Centroamérica, ya teníamos experiencia comprando frutas y verduras a pequeños productores de la zona. A través de nuestra Fundación, colaboramos con Fundación PepsiCo para que los miembros de PAPI pudieran constituirse como una agroempresa capaz de responder a las necesidades del mercado.

Implementamos una metodología para capacitarlos y optimizar sus procesos de producción, creando además un empaque que cumple con altos estándares de calidad. A la fecha, esta cooperativa ha logrado vender hasta 232 toneladas de plátano verde para la producción de Natuchips. El desarrollo de este producto es el resultado de tres años de trabajo conjunto, logrando crear un producto desde cero con el potencial de tener un impacto positivo en el campo mexicano.

Estamos convencidos de que esta alianza no solo facilita a los pequeños productores el acceso al mercado formal y la venta de sus productos a precios justos, sino que también les proporciona las herramientas y recursos necesarios para proteger el suelo, agua y biodiversidad de sus tierras.



caso de **ÉXITO**

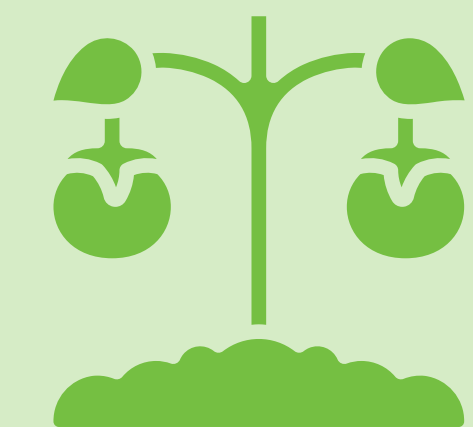
Cooperativa Jitomateros Mazahuas

Hace más de 15 años, un grupo de hombres y mujeres mazahuas de la comunidad San Felipe del Progreso en el Estado de México, se unió con el propósito de enfrentar los desafíos de la producción agrícola en su comunidad. En un contexto marcado por la pobreza alimentaria y diversas limitaciones, muchos comenzaron a cultivar en sus traspatios para asegurar el abasto y consumo familiar, además de compartir un sueño común: transformar su realidad y llevar sus productos más allá de su región. Con esfuerzo, dedicación y una visión compartida, se organizaron en una cooperativa. Este trabajo colectivo les permitió aprender juntos, capacitarse en buenas prácticas agrícolas, manejo de calidad y comercialización. Cada avance fue fruto del compromiso y el trabajo en equipo.

Hoy, ese sueño es una realidad. En 2024 obtuvieron increíbles resultados, al vender 6 toneladas de jitomate a nuestra compañía. Este gran logro simboliza años de esfuerzo y retos superados, demostrando claramente que, desde sus raíces y tradiciones, es posible alcanzar lo que antes parecía imposible.

Este resultado representa más que un ingreso económico. Es un reconocimiento a su talento como productores indígenas que dejaron atrás la pobreza alimentaria y se convirtieron en pequeños productores con acceso directo al mercado formal y seguro, llevando jitomates de calidad a miles de hogares.

12
productores
beneficiados.





Tierra Fértil

El objetivo de Tierra Fértil es apoyar a los pequeños y medianos productores agrícolas centroamericanos para convertir sus negocios en prósperas agroempresas. Promovemos su crecimiento y desarrollo por medio del fortalecimiento de habilidades productivas y comerciales, y con pagos seguros sin necesidad de intermediarios.

El programa beneficia a nuestros proveedores agrícolas al mismo tiempo que fortalece la propuesta de valor para nuestros clientes, garantizando la disponibilidad de productos locales, con calidad a precios competitivos.

Nuestro equipo de ingenieros y especialistas agrónomos desempeña un papel crucial en el apoyo a nuestros proveedores, actuando como asesores técnicos internos. Este grupo de profesionales realiza visitas regulares a los productores proporcionando orientación en una variedad de temas, entre los que se incluyen: técnicas de cultivo regenerativo, reducción en el uso de agroquímicos, control de enfermedades y plagas, manejo del suelo y uso responsable de recursos.

644 productores beneficiados, 99 mujeres.	+2,529 millones de pesos en compras a productores.
24 productores capacitados, 4 mujeres.	11,216 empleos directos generados.
11,216 familias beneficiadas.	



Con la finalidad de reducir la brecha digital de los productores agrícolas, impulsamos y robustecimos la *app* Tierra Fértil. Esta aplicación brinda información a los participantes del programa para mejorar el rendimiento y productividad de sus cosechas. A través de cualquier dispositivo móvil, pueden:



- Acceder a calendarios de capacitaciones, bases de datos agronómicos, pronósticos climatológicos y costos de producción por cultivo.
- Consultar a un fitopatólogo virtual.
- Realizar análisis de desempeño y mantener un registro de las actividades agrícolas.
- Monitorear plagas y enfermedades.

OBJETIVO 2024:



71.0%
de penetración de compras
de pequeños productores
en la categoría de
frutas y verduras.

RESULTADOS 2024:

64.0%

En 2024, se implementó el módulo de Recargos y Reposiciones para optimizar la comunicación durante los momentos de necesidad de abasto. Este módulo permite al equipo de compras expresar una necesidad específica de abasto, de manera que los productores puedan asumir el volumen requerido. Esto representa una oportunidad para que los productores aumenten sus ventas, optimicen tiempos y satisfagan eficazmente las necesidades de nuestros clientes.

Fresas y moras en hidroponía y estructura protegida

Los fenómenos de El Niño y La Niña afectaron gravemente las cosechas, causando sequías, plagas, exceso de lluvia y enfermedades. Para mitigar estos efectos, capacitamos a 26 proveedores de Honduras y Guatemala en bioinsumos y producción hidropónica de fresas y moras, promoviendo prácticas que optimizan costos, reducen agroquímicos y mejoran la gestión agrícola y comercial. Este enfoque no solo reduce el uso de agroquímicos tradicionales, sino que también promueve prácticas agrícolas regenerativas y resilientes, mejorando la gestión empresarial y comercial de los productores, y la estabilidad en las ventas de producto.

Impulso al sector agrícola en Guatemala: Alianza Walmart y AGEXPORT

En colaboración con la Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT), firmamos un memorando de entendimiento para fortalecer el sector agrícola en Guatemala. Además, contribuiremos con una alta inversión para apoyar a más de 400 productores agrícolas en Sololá y Jalapa. Esta alianza estratégica busca empoderar a los productores, brindándoles herramientas para mejorar su gestión empresarial, productiva y comercial, mientras se integran a mercados formales bajo un enfoque de agricultura sostenible y resiliente. Con este esfuerzo conjunto, se fomenta la capacitación e innovación, transformando la realidad de pequeños productores y ayudándolos a alcanzar su máximo potencial, impulsando el desarrollo de las economías locales y generando un impacto positivo a largo plazo.



caso de ÉXITO

Transformando el negocio de un agricultor

En un entorno macroeconómico altamente competitivo, Ulises Martínez, un agricultor de Costa Rica, ha logrado optimizar sus técnicas agropecuarias y diversificar sus cosechas gracias a las capacitaciones y herramientas proporcionadas por nuestro programa Tierra Fértil. El programa lo ha conectado con un mercado de compras directas y seguras, eliminando la necesidad de intermediarios y permitiéndole llegar directamente a sus clientes. Además, la posibilidad de recibir pagos puntuales ha garantizado un flujo de ingresos constante, lo que le ha permitido consolidar su negocio y asegurar su bienestar financiero a largo plazo.

Inició con solo 5,000 plantas de chile dulce, pero cuatro años después de unirse al programa, ha logrado expandir su cultivo a 80 mil plantas. Gracias a nuestro apoyo también ha podido diversificado su producción, añadiendo a su oferta cultivos de cilantro, lechuga, zucchini, rábano y vainilla mini.

Ulises ha generado un impacto significativo en su comunidad al crear oportunidades laborales. Pasó de tener ayuda de 2 personas a 34 colaboradores, aumentando su fuerza laboral y contribuyendo al desarrollo económico local.



Walmart Growth Summit México

En abril, celebramos la segunda edición del Walmart Growth Summit México, una convocatoria abierta a empresas mexicanas de todas las escalas para formar parte de nuestra red de proveedores, la cual les brinda acceso a millones de clientes en nuestras tiendas y clubes, eCommerce o Marketplace. Este programa brinda la oportunidad de conectar a las empresas cuyos productos sean fabricados, cultivados o ensamblados en México con nuestro equipo de compras.

En esta edición, contamos con la participación de la Secretaría de Relaciones Exteriores y representantes de los gobiernos estatales de 16 entidades federativas, así como de las embajadas de Estados Unidos y Chile. En este espacio de colaboración, se firmó el memorándum de entendimiento con la Secretaría de Relaciones Exteriores para contribuir en la capacitación de habilidades y conocimientos digitales para mujeres.

En 2025, se celebrará la tercera edición del Walmart Growth Summit México, así como la primera edición del Walmart Growth Summit Centroamérica en Costa Rica y Guatemala.

Se otorgaron 120 *Tickets Dorados* que representan el interés de nuestros compradores en incluir los productos en nuestros canales de venta.

ASISTIERON:

+330

empresas de los 32 estados de la República Mexicana y más de 100 compradores.

85%

fueron pymes con menos de **50 empleados.**





GRI 204-1

Adopta una Pyme

Desde su fundación en 2014, el programa de aceleración empresarial, Adopta una Pyme, ha promovido el crecimiento económico y social del país. Desarrollamos a las micro, pequeñas y medianas empresas en México, que forman parte de nuestra cadena de suministro, ayudándolas a adquirir una visión más amplia del negocio y apoyándolas en su crecimiento.

A lo largo del programa, nuestros asociados expertos brindan capacitación integral a los proveedores sobre aspectos clave que contribuyen a mejorar sus operaciones, finanzas, logística, estrategia comercial omnicanal, permitiéndoles llegar hasta los más de 6 millones de clientes diarios que compran en nuestras tiendas, clubes y sitios de *eCommerce*. Ofrecemos un camino de aprendizaje que abarca una variedad de temas, desde aspectos operativos y de cumplimiento, hasta una visión profunda de nuestro ecosistema y los elementos esenciales para fomentar el bienestar social y ambiental.

Más del 70% de los proveedores que han participado en el programa continúan sosteniendo una relación comercial con nuestra compañía. Esto es un claro reflejo de nuestro compromiso en fomentar su crecimiento y permanencia en el mercado.

En 2024, se graduó la décima generación del programa, contando con la participación de 40 pymes, de las cuales 45% son lideradas por mujeres.

+550

pymes apoyadas
en 10 generaciones.

36.4%

de incremento
en ventas vs 2023.

1,714.91

millones de pesos
en ventas.



caso de ÉXITO

ZAHINI: más que una simple alternativa al yogurt

Zahini es una línea mexicana de productos 100% libres de lácteo, se incorporó como nuestro proveedor a través del Walmart Growth Summit México en 2023. Posteriormente, en 2024, se unió al programa Adopta una Pyme. Su ingrediente principal es la pulpa de coco orgánica, que cuenta con probióticos, y es endulzada con miel de agave para ofrecer un mejor sabor. Empezaron con una maquila sencilla, y en el 2019, iniciaron la construcción de su propia planta dedicada a la producción de nuestros productos innovadores. La planta es 100% libre de lácteo, gluten, soya y productos de origen animal, lo que la hace única en México, y cuenta con la certificación FSSC 22000 *Development Program*.



Desde febrero 2024 fueron incrementando su presencia a nivel nacional y hoy se encuentran en:

- 28 estados del país.
- 305 tiendas de Walmart Supercenter y Walmart Express.



caso de ÉXITO

Avante Gourmet: la visión de Don Paul en México

Avante Gourmet es una empresa que comenzó en 1950 con una pequeña tienda de abarrotes fundada por Don Paul, quien se destacó por su receta casera de chiles en escabeche. Con el tiempo, la demanda de sus productos creció, y la familia decidió expandir el negocio, manteniendo siempre un compromiso con la calidad y la autenticidad de los sabores mexicanos. Cada uno de los ingredientes seleccionados para sus productos tiene un propósito que va más allá del sabor, ya que buscan ofrecer alimentos que, además de deleitar el paladar, contribuyan al bienestar de las personas. Se unieron al programa Adopta una Pyme en 2021, lo cual representó un punto de inflexión que les permitió maximizar su presencia. Para 2024, lograron expandir la comercialización de sus productos a nivel nacional. Hoy en día, Avante Gourmet se enorgullece de ser un empleador importante en su comunidad contando con 29 colaboradores y de haber obtenido la certificación *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP) en inocuidad alimentaria, que garantiza la excelencia de sus productos.



Una Mano para Crecer

Este programa está diseñado para impulsar el crecimiento y desarrollo de pequeñas y medianas empresas manufactureras en Centroamérica, ofreciendo a nuestros clientes productos de origen local y de alta calidad, y fortaleciendo nuestra propuesta de valor al cliente. De esta manera, buscamos contribuir a la dinamización de las economías, y mejorar la calidad de vida de nuestras comunidades.

Asimismo, en colaboración con pequeños y medianos proveedores, llevamos a cabo el Mercadito Pymes. Esta iniciativa ofrece a nuestros proveedores la oportunidad de exhibir sus productos directamente en el piso de ventas para fomentar su crecimiento y expansión. Realizamos siete ediciones, con la participación de 44 pymes del programa, que lograron un crecimiento del 60% en ventas comparado contra el fin de semana anterior.

Además, lanzamos la Estampa Pyme, que permite a los clientes reconocer productos del programa Una Mano para Crecer, fomentando la empatía y el apoyo a las compras locales. Las empresas pueden colocar esta estampa voluntariamente en sus productos.

480
pymes beneficiadas.

de las cuales



**47% están
lideradas por
mujeres.**

7,702
empleos
generados.

4.57%
de incremento en
ventas vs 2023.

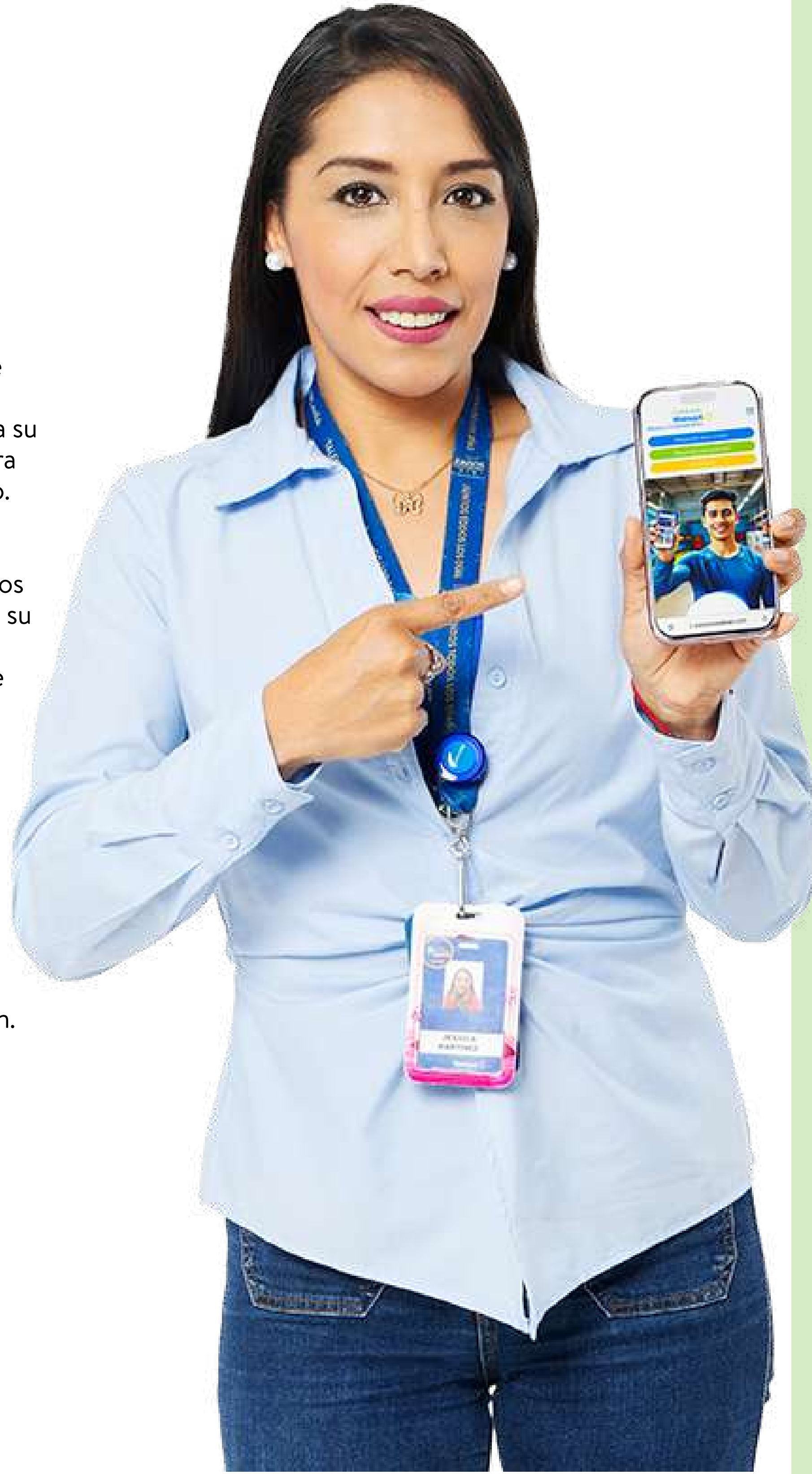
4.77%
de incremento en
compras vs 2023.

7,702
familias
beneficiadas.



Proveedora Mamá Gollita, Nicaragua

Mamá Gollita es una empresa nicaragüense fundada en 2010. Comenzó produciendo achiote molido y vinagres en casa. Gracias a su participación en el programa Una Mano para Crecer logró un crecimiento extraordinario. Desde su incorporación en 2011, demostró convicción por su emprendimiento. Inició vendiendo más de 250 cajas por mes con dos productos. Sin embargo, en 2024, gracias a su esfuerzo, dedicación y compromiso con el programa, incrementó el volumen a más de 1,000 cajas por mes con una variedad de ocho productos, aumentando sus ventas a cuatro veces lo que eran al inicio. Hoy, Mamá Gollita, se prepara para dar el salto hacia el mercado centroamericano, consolidándose como un ejemplo inspirador del impacto que las pymes pueden tener en la economía. Su éxito refleja el compromiso de la compañía con el desarrollo de proveedores locales, beneficiando a miles de familias en la región.



Crece con Walmart

Como parte de nuestra estrategia omnicanal, nuestro Marketplace en México se convierte en una plataforma clave para que pequeñas y medianas empresas mexicanas amplíen su alcance de venta, colocando sus productos cerca de las familias en la región.

En línea con este compromiso, en México, lanzamos el programa Crece con Walmart, una plataforma digital gratuita diseñada para facilitar su acceso a canales de venta en línea y al Marketplace, ofreciendo a las empresas la posibilidad de:

- Desarrollarse como nuestros proveedores mediante un aprendizaje flexible y a demanda.
- Aprender en línea con especialistas en las principales áreas de desarrollo empresarial.
- Conectar con un equipo profesional que los guiará para integrar su negocio exitosamente al Marketplace de Walmart en México.

Dependiendo de las necesidades de cada una de las empresas, ofrecemos capacitaciones a diferentes niveles y con distintos enfoques.

Oportunidades de Exportación

Poder acceder y participar en el mercado global constituye un hito para cualquier proveedor. Para ello, identificamos y fomentamos el desarrollo de proveedores regionales con el objetivo de brindar oportunidades para que puedan participar en mercados internacionales. Este enfoque ayuda a los proveedores a mejorar sus capacidades y abrir nuevas vías para el crecimiento. Con esto en mente, buscamos conectar a los proveedores con las oportunidades omnicanal de nuestro negocio para escalar su alcance y potencial de crecimiento de acuerdo con sus objetivos a futuro, a través de nuestros equipos de abastecimiento global, Marketplace internacional, y eventos para exportadores como el Walmart Global Growth Summit.

Nuestro objetivo es capacitar a 30 mil pymes al 2029.



CONOCE MÁS
SOBRE CRECE
CON WALMART
AQUÍ.



CONOCE MÁS
SOBRE CÓMO
SOMOS LÍDERES
OMNISCANAL AQUÍ.

COMUNIDAD

Ecosistema en evolución
con responsabilidad y cercanía,
aspiramos a ser un vecino valioso,
contribuyendo activamente al
desarrollo y bienestar de las
comunidades donde operamos.

Servir a las
comunidades locales
brindando acceso
a un ecosistema
asequible y confiable.

Apoyar el desarrollo
de las comunidades
locales.

+4,731
millones de pesos
canalizados en
beneficio de las
comunidades.

+2.19
millones de
beneficiarios de los
programas de apoyo
comunitario.

GRI 201-1, 413-1

Servir a las Comunidades Locales Brindando Acceso a un Ecosistema Asequible y Confiable

Nuestro propósito es claro: ayudar a las familias en México y Centroamérica a ahorrar tiempo y dinero para vivir mejor. Por ello, en Walmart de México y Centroamérica, promovemos la confianza con las comunidades donde tenemos presencia, atendiendo sus necesidades y ofreciendo soluciones asequibles que impactan positivamente en su bienestar.

Para lograrlo, adoptamos la filosofía de Precios Bajos Todos los Días (EDLP) como pilar de nuestra propuesta de valor. Esto nos permite ofrecer productos esenciales de alta calidad a precios asequibles. Cada compra contribuye al bienestar de las familias, reflejando nuestro compromiso con la accesibilidad y la transparencia. Con EDLP, ayudamos a más personas a cubrir sus necesidades diarias de manera sencilla, confiable y sin preocupaciones.



GRI 201-1, 413-1

Ofrecemos Acceso a un Ecosistema Asequible y Confiable

Reconocemos los desafíos que enfrentan muchos de nuestros clientes y socios para incorporarse a la economía digital, obtener servicios financieros o acceder a un servicio de salud adecuado. En respuesta a esto, nos comprometemos a construir puentes y ofrecerles soluciones de calidad prácticas y asequibles. Queremos facilitar el acceso a un ecosistema integrado que simplifica y potencia los beneficios que ofrece cada una de nuestras verticales.

Conectividad Confiable y Acceso a la Economía Digital

La necesidad de conectividad va en aumento, pero muchas familias en México aún no tienen acceso a servicios digitales. Gracias a la cercanía y confianza que hemos logrado con nuestros clientes, les ofrecemos la oportunidad de conectarse con lo que más valoran, siempre al precio más bajo. Desde su lanzamiento, Bait se ha consolidado como el Operador Móvil Virtual más inclusivo y accesible para todas las familias mexicanas. Nos enorgullece ser parte de su vida cotidiana.



Soluciones Financieras

Muchas personas en México y Centroamérica aún no forman parte del sistema financiero tradicional. Por ello, trabajamos para acercar a nuestros clientes a esas soluciones que antes parecían estar fuera de su alcance, contribuyendo a potenciar su economía personal y familiar. A través de Cashi, nuestro objetivo es ayudarlos a ahorrar y mejorar sus finanzas personales al realizar compras y pagos de servicios. Además, ofrecemos un canal rápido, sencillo y seguro para el envío de remesas desde el extranjero. Complementamos estas herramientas de transacción ofreciendo acceso a créditos con tasas preferenciales y flexibles.



CONOCE MÁS SOBRE
NUESTRAS SOLUCIONES
FINANCIERAS **AQUÍ.**

Servicios Médicos

En Walmart de México y Centroamérica, valoramos profundamente la importancia de la salud como un derecho fundamental. Por esta razón, nos esforzamos cada día para garantizar que nuestros clientes y asociados tengan la atención médica que requieren, así como acceso a medicamentos asequibles y de alta calidad, promoviendo su bienestar integral.



CONOCE MÁS SOBRE
NUESTROS SERVICIOS
MÉDICOS Y DE SALUD **AQUÍ.**

SASB FB-FR-260A.2
GRI 417-1

Ofrecemos Productos Seguros y Saludables

Estamos comprometidos en crear valor para las comunidades, proporcionándoles acceso a productos asequibles, seguros, saludables y de calidad.

El interés de nuestros clientes en la salud y el bienestar está en constante evolución, lo que genera una demanda dinámica de productos que mejoren su calidad de vida. La visibilidad de la cadena de suministro se ha convertido en un aspecto indispensable para ellos, ya que desean conocer el origen de los productos que adquieren y su proceso de fabricación. La importancia de disponer de un catálogo seguro, saludable y diversificado ha sido reforzada con la implementación de diversas regulaciones y normativas, como la Ley General de Alimentación Adecuada y Sostenible, y la NOM 051 en México. Estas medidas han impulsado la reformulación de productos en beneficio de nuestros clientes.

Desarrollo y Reformulación de Productos

Contamos con un proceso de desarrollo y reformulación muy robusto que nos permite satisfacer las preferencias de nuestros clientes y socios, al mismo tiempo que garantizamos el cumplimiento de normativas y mejoramos su calidad de vida. En conjunto con nuestros proveedores, ofrecemos productos accesibles que se adaptan a las necesidades del mercado y de nuestros clientes.



Trabajamos todos los días para realizar las reformulaciones necesarias en los productos de Nuestras Marcas en México, logrando:

- Ofrecer productos con menos grasas, azúcares y sodio.
- Impulsar productos orgánicos en categorías como perecederos y alimentos para bebé, brindando opciones más saludables y naturales, evitando el uso de conservadores artificiales, hormonas y antibióticos.
- Eliminar el cloruro de sodio en el atún.
- Incrementar la oferta de productos sin gluten para personas con alergias.

En México, lanzamos los siguientes productos:

- Miel, limón, ejote y mango orgánicos.
- Bebida de avena sin lactosa.
- Harina de maíz, harina de almendra y tortitas de arroz sin gluten, como alternativas para celíacos.
- Pavo y pollos libres de hormonas, sin antibióticos y sin esteroides.
- Frijoles preparados sin conservadores.
- Cacahuates sin glutamato monosódico.

En México, todos los productos de **Nuestras Marcas** son elaborados evitando el uso de grasas y aceites parcialmente hidrogenados, lo que reduce significativamente o elimina grasas trans del producto final. Esto tiene un beneficio directo en la salud y bienestar de nuestros clientes, ayudándoles a vivir mejor.

NOM 051 – Fase 3

En México, hemos avanzado de manera consistente en el cumplimiento de la NOM-051, logrando concluir con éxito las fases 1 y 2 que cubren la colaboración con proveedores para asegurar el cumplimiento de las especificaciones de etiquetado y la reformulación de productos con los límites nutrimentales establecidos. Hemos diseñado un plan integral para cumplir con la fase 3 de la NOM 051, que entrará en vigor en 2025. Este plan incluye herramientas avanzadas para identificar los ingredientes de los productos y definir los sellos nutrimentales requeridos. Con esta información también podremos alinear nuestra estrategia de etiquetado en nuevos lanzamientos y actualizaciones de productos existentes. Identificamos el 100% de los productos que requieren ajustes y estamos avanzando en la reformulación de un amplio portafolio, garantizando el cumplimiento normativo desde el primer día.



Organismos Genéticamente Modificados

La Ley General de la Alimentación Adecuada y Sostenible en México requiere identificar productos con Organismos Genéticamente Modificados (OGM). En Centroamérica, el Reglamento Técnico Centroamericano (RTCA) cuenta con medidas similares para el etiquetado de alimentos preenvasados. Conscientes de que podrían llegar nuevas normas para regularlos, y siempre con la salud y seguridad de nuestros clientes como prioridad, estamos comprometidos con la transparencia sobre los ingredientes derivados de OGM presentes en nuestros productos. Por lo tanto, en colaboración con nuestros socios comerciales, identificamos aquellos productos que contienen ingredientes derivados directamente del uso de Organismos Genéticamente Modificados. Estos se estarán comunicando de acuerdo con los requisitos que se establezcan en la Ley.



CONOCE NUESTRA
POLÍTICA DE SALUD Y
NUTRICIÓN.

CONOCE OTROS ESFUERZOS QUE REALIZAMOS PARA
GARANTIZAR PRODUCTOS SEGUROS Y SALUDABLES:

Seguridad
alimentaria



Seguridad de
los productos



Protección al
consumidor



GRI 201-1, 413-1, 413-2

Apoyar el Desarrollo de las Comunidades Locales

Cada año, colaboramos estrechamente con organizaciones locales y otros grupos de interés para comprender las necesidades de las personas que viven en los lugares donde operamos. Gracias a ello podemos cocrear soluciones que generen un impacto positivo y sostenible. En ese sentido, en 2024 nos enfocamos en reforzar el desarrollo de liderazgos locales en cada comunidad para nuestros programas e iniciativas tengan el mayor impacto y relevancia posible. Nuestras tiendas, clubes y cedis fungen como puntos de contacto que permiten crear soluciones locales, en un radio de 2 kilómetros a la redonda de la unidad. Trabajamos de forma colaborativa para que la comunidad viva mejor. Esto nos ayuda a priorizar el apoyo a las necesidades sociales inmediatas, adaptándonos a cada una de ellas para maximizar el impacto positivo en las comunidades.

De manera destacada, buscamos combatir la pobreza y malnutrición, apalancando nuestra infraestructura, alcance colectivo y experiencia. Esto incluye esfuerzos como la donación de alimentos y productos esenciales o el fomento de programas de voluntariado. Asimismo, impulsamos el desarrollo de las economías locales al trabajar con pequeños productores y proveedores, ofreciéndoles acceso a un mercado formal y capacitación. Además, estamos firmemente comprometidos en brindar una respuesta ágil y efectiva ante desastres naturales.





México y Centroamérica



Seguridad Alimentaria

Aunque en la región se produce suficiente comida para satisfacer las necesidades de la población, nos enfrentamos a un desafío crítico: el desperdicio de alimentos y la inseguridad alimentaria. De forma paradójica, mientras muchas familias carecen de acceso a alimentos, gran cantidad de estos terminan siendo desechados. En Walmart de México y Centroamérica, asumimos con firmeza el desafío de abordar esta problemática. Nuestra amplia red logística y nuestro alcance regional nos permiten responder a esta situación de manera rápida y eficaz.

OBJETIVO 2024:

Recuperar alimentos y mercancías generales aptos para donación en México y alimentos en Centroamérica.

46.0%
México

47.0%
Centroamérica



RESULTADOS 2024:

44.6%
México

27.8%
Centroamérica



Alianzas con Bancos de Alimentos

México

Nos esforzamos diariamente para minimizar el desperdicio de alimentos en todas nuestras tiendas, clubes y centros de distribución. Este compromiso nos ha convertido en el principal donante de los bancos de alimentos en México, canalizando alimentos y mercancías generales que, aunque no son aptos para la venta, son seguros para el consumo humano. Así, proporcionamos apoyo nutricional a personas con recursos limitados. Además, nos enfocamos en fortalecer y crecer el sistema de bancos de alimentos, mejorando nuestros mecanismos para recuperar y redirigir toneladas de alimentos hacia aquellos que más los necesitan.

+3,039 millones

de pesos canalizados en alimentos y mercancías generales a través de más de 102 bancos de alimentos en los 32 estados de la República.

Centroamérica

Somos cofundadores de los 5 bancos de alimentos principales en la región. Gracias a ellos, logramos canalizar el apoyo directamente a quienes más lo necesitan. En 2024, logramos recuperar el 60% de los alimentos en la región, lo que resultó en la donación de 6,576.52 toneladas provenientes de nuestras tiendas, cedís y plantas a los bancos de alimentos de Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica, así como a la Asociación Club de Leones de San Sebastián en Costa Rica. Estas donaciones beneficiaron a más de 268 mil personas en situación de inseguridad alimentaria.

Asimismo, donamos 5.49 millones de pesos a los bancos de alimentos para la compra de equipo que mejore su capacidad logística, como la adquisición de camiones refrigerados. Esto les permitirá conservar las cadenas de frío necesarias para la donación de ciertos alimentos. Esta iniciativa es el resultado del esfuerzo conjunto de toda nuestra operación en la región para recuperar alimentos y productos de primera necesidad, especialmente perecederos, que ayudan a mejorar la dieta de las personas atendidas por estas instituciones.

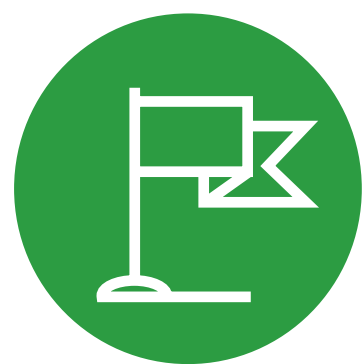
Recibimos el sello Aliados por la Alimentación, un reconocimiento otorgado por el Banco de Alimentos de El Salvador en consideración al apoyo y las prácticas sustentables que integramos en nuestro modelo de negocio para contribuir al bienestar de las familias salvadoreñas en situación de vulnerabilidad.



Desarrollo de Capacidades Productivas

En México, desarrollamos proyectos que impulsan la seguridad alimentaria como creación de huertos, granjas, sistemas de agua, saneamiento y estufas ecológicas en comunidades urbanas, rurales e indígenas, proporcionando además capacitación para su uso eficiente. Este enfoque integral busca atender las necesidades básicas de las personas para facilitar su incorporación al sistema económico.

El ingreso promedio de una familia antes de capacitarse en un programa de seguridad alimentaria es de 1,400 pesos mensuales. Después de unirse al programa y producir sus propios alimentos, su ingreso incrementa hasta 10,600 pesos gracias a la venta de los excedentes de alimentos.



caso de **ÉXITO**

Comunidad de Chinantla

En la comunidad de Chinantla, Oaxaca, habitada por la etnia Chatina, se implementaron proyectos que contribuyen a la seguridad alimentaria como la creación de huertos y granjas para producir su propio alimento, entre otros. Esto permitió mejorar su estado nutricional y los ingresos de las familias al ahorrar en la compra de alimentos como frutas, verduras y pollo, que ya producen de forma autónoma.

540
personas beneficiadas.



Desarrollo de Pequeños Productores

Los programas Pequeño Productor y Tierra Fértil buscan brindar oportunidades de acceso al mercado formal y desarrollo para los agricultores, identificando y abordando las barreras de acceso de productores a los mercados. Los capacitamos en temas de ventas, producción, postproducción, logística y administración de empresas. Además, promovemos prácticas de agricultura regenerativa, brindando nuevas oportunidades de crecimiento y fortalecimiento para los productores locales.

PARA CONOCER A DETALLE
LOS PROGRAMAS

PEQUEÑO
PRODUCTOR



TIERRA
FÉRTIL



Apoyo ante Desastres Naturales

Como parte de nuestra responsabilidad comunitaria, en momentos de desastre, construimos alianzas con empresas, organizaciones de la sociedad civil y gubernamentales para llevar ayuda humanitaria a donde se requiere. Es así como multiplicamos esfuerzos de la mano de nuestros asociados, clientes y de la comunidad.

Gracias a la infraestructura de Walmart de México y Centroamérica, la capacidad de Cruz Roja Mexicana y el fondo revolvante de ayuda humanitaria, logramos brindar apoyo a diferentes comunidades damnificadas en México dentro de las primeras 24 horas de un desastre natural. Ponemos a su disposición nuestra capacidad logística, acceso a nuestra proveeduría y donaciones monetarias, y nuestro Centro de Continuidad de Operaciones. Su principal función es estar disponible las 24 horas del día, los siete días de la semana, para brindar atención en situaciones de desastres naturales. Nuestro objetivo es minimizar el impacto a nuestras operaciones y restablecer en el menor tiempo posible nuestro servicio a la comunidad, así como salvaguardar la integridad de nuestros asociados y clientes.



DESASTRES NATURALES ATENDIDOS

	México	Centroamérica
Derrumbes	Estado de México	
Incendios forestales	Veracruz, Estado de México, Tamaulipas, Michoacán, Jalisco, Hidalgo y Tabasco	Guatemala
Tormentas tropicales	Tamaulipas y Nuevo León	El Salvador, Honduras y Costa Rica
Onda de calor	Baja California	
Huracán	John en Michoacán, Oaxaca y Guerrero	Costa Rica
Inundaciones	Quintana Roo y Estado de México	
Sequía	Sinaloa	

Comunidades en Guerrero

Tras el paso del huracán Otis en 2023, este año contribuimos al bienestar de los locales canalizando paquetes de alimentos y de higiene personal a través de la Red Nacional de Bancos de Alimentos (BAMX) en cada uno de los sectores afectados. Este esfuerzo refleja nuestro compromiso continuo con el estado, que fue golpeado nuevamente por un desastre climático en 2024.

En colaboración con el Centro Nacional de Apoyo ante Contingencias y Desastres Epidemiológicos (CENACED), iniciamos también un proyecto de rehabilitación escolar centrado en agua, saneamiento e higiene en Acapulco, en respuesta a los efectos ocasionados por el huracán Otis. Este proyecto comenzó en 2024 y se extenderá durante los próximos dos años, contando con la asesoría y apoyo técnico de UNICEF.



Nuestra responsabilidad no sólo se limita a estar durante un desastre natural, sino brindar apoyo oportuno y eficaz tras su impacto, apoyando a la recuperación a mediano y largo plazo de las comunidades afectadas.



Voluntariado

Como parte de nuestro firme compromiso de convertirnos en una Empresa Regenerativa, en 2024 llevamos a cabo una serie de voluntariados que incluyeron actividades de reforestación, limpieza de playas y otros espacios públicos. Cada uno de estos voluntariados no sólo aportó mejoras tangibles, sino que también generó nuevas formas de impactar positivamente en las comunidades. Todo esto, respaldado por la calidad humana de nuestros asociados.

En la región, realizamos 2,335 jornadas de voluntariado, donde participaron 35,234 asociados.

Con la participación de nuestros asociados en México y Centroamérica, realizamos entregas de juguetes a niños de comunidades cercanas a las tiendas, clubes y oficinas a través del programa Haz Magia. A lo largo de la jornada, se llevan a cabo diversas dinámicas y actividades recreativas, culminando en el momento más emocionante cuando los voluntarios distribuyen los juguetes.

Durante el año, dimos continuidad a nuestro programa de Voluntariado 2K en México. Este programa busca generar actividades de voluntariado en un radio de 2 kilómetros alrededor de nuestras tiendas, siempre con el máximo respeto hacia las costumbres y tradiciones de cada comunidad. Así, no solo logramos generar un impacto directo y positivo en las comunidades donde operamos, sino que también brindamos a nuestros asociados la oportunidad de sentirse parte de un propósito mayor. Además, logramos establecer alianzas locales y participar activamente en los momentos más relevantes para nuestras comunidades.

Haz Magia llevó alegría
a 9,044 niños en México
y Centroamérica en 2024.



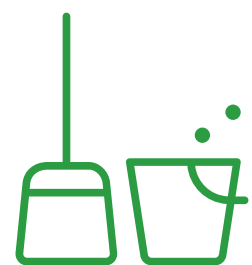
Entre los esfuerzos que llevamos a cabo durante 2024 en México, destacan:



La Guelaguetza: por tercer año consecutivo, los asociados de Sam's Club en Oaxaca formaron parte de las actividades voluntarias durante la Guelaguetza. En conjunto con la comunidad, salieron a las calles donde se lleva a cabo la festividad para realizar actividades de limpieza.



Reforestaciones: buscamos contribuir de forma activa a la regeneración del medio ambiente, beneficiando la calidad de vida de las personas. Este año, logramos sembrar más de 144 mil árboles a través de 219 jornadas de reforestación con la participación de voluntarios en todo el país.



Limpieza de espacios públicos: ejecutamos 918 actividades de limpieza, las cuales fueron el resultado de la cercanía que se genera con clientes y vecinos de cada una de nuestras tiendas, clubes y centros de distribución.



Asimismo, destacamos los siguientes esfuerzos realizados en Centroamérica:

Habilitamos el Mirador Vuelo Libre en el Parque Nacional Naciones Unidas, en Guatemala, en colaboración con la Fundación Defensores de la Naturaleza. Instalamos sistemas de tuberías para el riego y la prevención de incendios, colocamos señalizaciones interpretativas, establecimos estaciones de reciclaje y diseñamos un plan de mantenimiento para garantizar el cuidado constante de la zona. Además, organizamos una jornada de voluntariado ambiental, durante la cual se plantaron especies nativas que ahora embellecen el nuevo sendero. Todo ello generó un espacio para el disfrute de la comunidad y sus visitantes.

Asimismo, realizamos voluntariados adicionales con los bancos de alimentos de la región para ayudar en la logística y creación de una exhibición lúdica para niños en el Museo Tin Marín en El Salvador. En este, aprendieron a leer los componentes nutricionales de las etiquetas de productos y hacer listas de compras, entre otras habilidades para la vida diaria.

SUSTENTABILIDAD



Ecosistema en evolución
Trabajando cada día
por un planeta mejor.

GRI 203-1
+4,109.9
millones de pesos de
inversión sustentable.

+134.5
millones de pesos en
ahorros de **iniciativas**
de **eficiencia**
energética.



Metas y Avances

Cambio Climático

Cero emisiones en nuestras operaciones para 2040.

- 11.38% de incremento en emisiones de Alcance 1 y 2 vs 2023.
- 10.20% de incremento vs 2023 en México.
 - 23.15% de incremento vs 2023 en Centroamérica.



Abastecer el 100% de nuestras operaciones con energías renovables para 2035*.

56.23% porcentaje estimado de nuestras necesidades de electricidad suministradas por fuentes renovables.

52.30% en México.

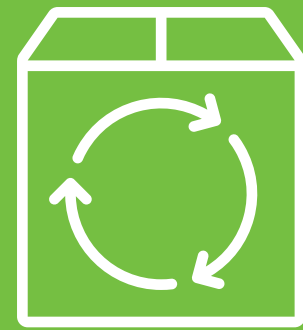
82.73% en Centroamérica.



Economía Circular

"Cero residuos" a rellenos sanitarios e incineración en nuestras operaciones en México para 2025**.

83.24% de residuos desviados de rellenos sanitarios e incineración en México.



100% de los empaques de Nuestras Marcas reciclables, reutilizables o compostables industrialmente para 2025***.

71.97% de nuestros empaques son reciclables, reutilizables o compostables industrialmente en México y 59.03% en Centroamérica.

20% de empaques de plástico de Nuestras Marcas fabricados con material reciclado posconsumo para 2025***.

6.37% de nuestros empaques de plástico fabricados con contenido reciclado posconsumo en México y 5.27% en Centroamérica.

Reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos en las operaciones en un 50% para 2030 (vs año base 2016).

64.60% de reducción de las pérdidas y desperdicios de alimentos en México y 27.87% en Centroamérica.



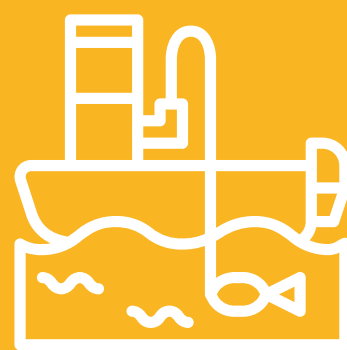
Capital Natural

100% del aceite de palma de los productos de Nuestras Marcas obtenido sin deforestación ni conversión para 2025***.

61.10% del aceite de palma utilizado está certificado como sustentable en México y 84.94% en Centroamérica.

100% de los productos de Nuestras Marcas fabricados con pulpa, papel y madera son obtenidos libres de deforestación y conversión para 2025***.

93.20% de la pulpa, papel y madera es obtenido de forma sustentable en México y 94.98% en Centroamérica.



Para 2025, nuestros proveedores de pescados y mariscos frescos, congelados, de acuicultura y pesca salvaje se abastecerán de pesquerías certificadas por terceros como sustentables, que estén trabajando activamente para obtener la certificación o que participen en un proyecto de mejora pesquera (FIP) o en un proyecto de mejora de acuicultura (AIP)***.

59.87% del pescado y los mariscos frescos y congelados están certificados como sustentables en México y 77.68% en Centroamérica.



Para 2025, en México, todos los proveedores de atún claro y blanco enlatado se abastecerán de pesquerías certificadas por terceros como sustentables, que estén trabajando activamente para obtener la certificación o que participen en un proyecto de mejora pesquera (FIP)***. 100% de atún enlatado certificado en México.



Aspiramos a abastecer el 100% de la carne de res (fresca, refrigerada, congelada y procesada) para Nuestras Marcas y los productos de marca nacional procedentes de Regiones Prioritarias**** como libres de deforestación y conversión (DCF) para 2025.



Aspiramos a que los productos de Nuestras Marcas que contengan soya procedente de Regiones Prioritarias**** se abastezcan como libres de deforestación y conversión (DCF) para 2025.

* Como se utiliza aquí, "fuentes renovables de energía" se refiere a fuentes renovables de electricidad y no pretende abarcar otras fuentes de energía. En 2024, actualizamos nuestra metodología para reportar el porcentaje de las necesidades de electricidad suministrada por fuentes renovables en Walmex para alinearnos con el enfoque de Walmart Inc. Esto incluye la generación a partir de proyectos renovables activos y de bajas emisiones de carbono. Considera la contribución combinada de la energía generada a partir de proyectos dentro y fuera de las instalaciones, así como la generación de energía renovable que alimenta las redes donde se encuentran nuestras instalaciones. La electricidad obtenida de nuestros proyectos de energía renovable y la información más reciente sobre la mezcla de combustibles en la red obtenida de la Agencia Internacional de Energía para las regiones donde operamos. Anteriormente, la generación de energía renovable que se integraba a las redes no se incluía en el porcentaje de las necesidades de electricidad de Walmex suministrada por fuentes renovables. De acuerdo con la metodología actualizada, en 2023, el 56.23% de las necesidades de electricidad de Walmex fueron suministradas por fuentes renovables: 52.30% en México y 82.73% en Centroamérica.

** Walmart ha adoptado la [definición](#) y los [principios empresariales](#) "Cero Residuos" de la Alianza Internacional de Cero Residuos (ZWIA), que incluyen el logro de una desviación del 90% o más de todos los recursos desechados de los rellenos sanitarios, las incineradoras y el medio ambiente. Nuestro objetivo de Cero Residuos y el alcance de nuestro informe incluye los materiales y productos de residuos generados en las instalaciones propiedad de Walmart y sus operaciones (por ejemplo, tiendas, clubes, centros de distribución).

*** Los cálculos de avance se basan en la información reportada por nuestros proveedores.

**** Regiones prioritarias: como la Amazonia y el Cerrado brasileños, y el Gran Chaco en Argentina y Paraguay.

Nos esforzamos por tener un impacto positivo que fortalezca los ecosistemas, preserve la biodiversidad y mejore el bienestar colectivo. Por eso, continuamos centrados en nuestras tres prioridades:

Mitigar el
Cambio
Climático.

Fomentar la
Economía Circular
en Nuestras
Operaciones
y Cadena de
Suministro.

Proteger,
Gestionar y
Restaurar el
Capital Natural.

Mitigar el Cambio Climático

En respuesta al reto mundial del cambio climático, estamos aplicando medidas proactivas para mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero y mejorar la eficiencia energética. Una estrategia climática sólida nos ayuda a gestionar los riesgos asociados, reforzar la resiliencia de nuestro negocio y crear ventajas competitivas. Nuestro alcance colectivo y nuestras relaciones empresariales nos permiten liderar la reducción de las emisiones operativas, apoyar la descarbonización de nuestras cadenas de valor y ampliar el acceso a la energía limpia. De este modo, contribuimos a fortalecer el negocio y a abordar eficazmente el cambio climático, reduciendo nuestra huella de carbono y promoviendo un futuro más sustentable para todos.



Áreas de
enfoque

Riesgos y
oportunidades
climáticas

Emisiones de
alcance 1, 2 y 3

SASB FB-FR-430A.3, FB-FR-430A.1, CG-MR-410A.3
GRI 201-2

Riesgos y Oportunidades Climáticas

Walmart Inc. realiza periódicamente una Evaluación de Riesgos y Oportunidades Climáticas basada en diferentes escenarios para diseñar y comunicar estrategias de adaptación y mitigación del cambio climático. Utilizamos estos resultados globales y aplicamos y adaptamos sus conclusiones a nuestros planes a nivel local. En 2024, por primera vez, realizamos un estudio específico para Walmart de México y Centroamérica, asistidos por un consultor externo.

Este proceso se estructuró de acuerdo con las recomendaciones del *Taskforce for Climate-related Financial Disclosures* (TCFD). Participaron nuestros Directores de Negocio, el Director Financiero (CFO) y expertos internos en la materia. Evaluamos los riesgos y oportunidades, profundizando en su materialidad financiera, probabilidad de ocurrencia y potencial de impacto en el corto, mediano y largo plazo. Este proceso se revisará periódicamente para mejorar nuestra comprensión de la magnitud de lo que está en riesgo para nuestro negocio, de modo que podamos incorporar estos resultados a la estrategia empresarial según sea necesario.

Esta evaluación abarca todas las operaciones y líneas de negocio en los seis países donde operamos, así como en nuestra cadena de suministro local.



* CRO: Por sus siglas en inglés; Riesgos y oportunidades climáticas.

Materialidad Financiera

La materialidad financiera se integró y evaluó en función de la proporción y la escala de ventas de cada unidad de negocio, con el objetivo de que los CRO* evaluados fueran comparables. Cada unidad de negocio se examinó de acuerdo con su contexto para poder elaborar planes específicos que respondieran a sus necesidades.

De acuerdo con las nuevas Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF S2) sobre la divulgación de riesgos y oportunidades sustentables, integramos los resultados de esta evaluación en la toma de decisiones de todos los procesos del negocio relacionados, alineando así la evaluación de la materialidad financiera con la aplicación de las NIIF.

La relevancia de cada CRO se determinó identificando aquellos que pudieran tener un mayor impacto material en Walmart de México y Centroamérica o en una unidad de negocio en particular. Para esta priorización, adoptamos un enfoque basado en evidencias, utilizando criterios vinculados a escenarios climáticos externos o a los rubros financieros de Walmart de México y Centroamérica.

Para comprender qué partes de nuestros resultados podrían considerarse materiales, calculamos el impacto financiero potencial basándonos en la relación entre los parámetros de los escenarios asignados a cada CRO y la partida financiera afectada. Estas estimaciones se basaron en una recopilación de datos financieros relevantes.

Escenarios

Consideramos diferentes escenarios, basados en las recomendaciones de TCFD, en el contexto del cambio climático. El escenario de Política Actual se ajusta a las políticas existentes que actualmente muestran una falta de acción frente al cambio climático. El escenario de Estrés describe tensiones extremas en el entorno global y económico, teniendo en cuenta las estadísticas específicas de cada sector. El escenario Cero Neto, utilizado para evaluar los riesgos de transición, tiene como objetivo un aumento de la temperatura global de 1.5 °C o menos. El escenario de Alta Temperatura, empleado para evaluar los riesgos físicos, prevé un aumento de la temperatura global de 3 °C o más. El escenario de alta temperatura, empleado para evaluar los riesgos físicos, pronostica un aumento de la temperatura global de 3 °C o más.

Resultados

Evaluamos un total de 26 riesgos y oportunidades en función de su materialidad financiera, horizonte temporal y probabilidad de ocurrencia. Se agruparon en los siguientes ejes temáticos:

Riesgos físicos crónicos:

- El aumento crónico de las temperaturas repercute en la demanda energética operativa debido a mayores costos de enfriamiento.
- El aumento crónico de las temperaturas provoca un descenso de la productividad de los trabajadores, impactando los ingresos anuales.

Uso de energía, combustible y refrigerante:

- Un aumento de los precios de los combustibles fósiles (tanto gases como líquidos) conlleva un incremento de los costos logísticos y de operación.
- Las crecientes normativas sobre refrigerantes provocan un aumento de los costos operativos y de refrigeración de los activos.
- La instalación de energía renovable y la restricción de suministro incrementa los costos de logística y adquisición.

Regulación e impuestos sobre el carbono:

- Precios de carbono en las operaciones debido al incremento de las regulaciones relacionadas con el clima.
- El precio del carbono en la producción de bienes se traduce en un aumento de los costos de adquisición.
- Los impuestos sobre el carbono y los cambios en las regulaciones de movilidad provocan mayores costos logísticos.

Otros:

- El desarrollo lento de tecnologías sustentables para Walmart y sus proveedores resulta en costos más altos por multas de incumplimiento.

- El incumplimiento con las políticas internas de sustentabilidad daña la reputación, lo que lleva a una disminución en las ventas.
- La producción sustentable aumenta los precios de las materias primas, lo que se traduce en precios más altos para los consumidores finales.
- En caso de declaraciones engañosas por Walmart sobre la acción climática, pueden dar lugar a acusaciones sobre posturas falsas de sustentabilidad (*greenwashing*), afectando negativamente la reputación y disminuyendo las ventas.
- Criterios ASG más estrictos por parte de los inversionistas, bolsas de valores y aseguradoras reducen la inversión, las calificaciones crediticias y el acceso a financiamiento, lo que conduce a mayores costos de inversión.
- La prohibición de los plásticos de un solo uso resultan en costos operativos más altos.

Oportunidades:

- Invertir en nuevas estrategias de economía circular puede aumentar los ingresos derivados de medidas de sustentabilidad, incrementando los ingresos.
- Regionalizar la cadena de suministro reduce los costos de transporte.
- Ofrecer productos con menor impacto ambiental puede atraer a nuevos clientes, lo que se traduciría en un aumento de los ingresos.
- El rezago con los competidores directos en la introducción de tecnologías innovadoras de bajo carbono conduce a menores ventas.

- Construir tiendas en zonas con menor riesgo climático mientras se implementan tecnologías de construcción eficientes reduce los costos de operación y mantenimiento.
- La inversión en medidas de mitigación y adaptación genera mayores ingresos.
- Invertir en nuevas o ampliadas plantas de energía renovable para ofrecer acuerdos de compra de energía (PPAs) a los proveedores creará un nuevo flujo de ingresos para Walmart.

Riesgos físicos agudos:

- Los fenómenos meteorológicos extremos (incendios forestales, olas de calor, ciclones tropicales e inundaciones) afectan la logística debido a interrupciones en la cadena de suministro, lo que lleva a costos más altos o pérdidas de ventas.
- Los fenómenos meteorológicos extremos afectan a los proveedores, resultando en costos de adquisición más altos.
- Los fenómenos meteorológicos extremos provocan mayores costos de expansión de Walmart y una pérdida de ingresos futuros.
- Los fenómenos meteorológicos extremos pueden interrumpir las telecomunicaciones y provocar cortes en la red, disminuyendo los ingresos por ventas y servicios en línea.
- La interrupción operacional causada por fenómenos meteorológicos extremos puede causar una disminución de ingresos debido a daños a la propiedad, destrucción de inventario y pérdidas de ventas.



Los siguientes riesgos se consideraron materiales:

RIESGO	DESCRIPCIÓN	MITIGACIÓN
Políticas fiscales sobre el carbono	Riesgo de que se apliquen políticas fiscales sobre el carbono más estrictas para cumplir los objetivos de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).	1. Implementar un seguimiento proactivo de las tendencias de emisiones como mejor práctica en nuestras operaciones. 2. Revisión constante de los cambios regulatorios en la región. 3. Crear alianzas para fomentar la colaboración con los agentes empresariales del sector. 4. Mantener el avance hacia cero emisiones operativas para 2040.
Aumento del costo de los combustibles fósiles	Costos volátiles de los combustibles fósiles derivados de diversos factores, incluyendo el cambio climático, tensiones geopolíticas y variables macroeconómicas.	
Desarrollo tecnológico	Desarrollo tecnológico lento o insuficiente para facilitar el cumplimiento de los objetivos globales de sustentabilidad.	
Fenómenos meteorológicos extremos	Los fenómenos meteorológicos extremos pueden dañar la infraestructura de las tiendas, aumentar los costos de reparación y reducir las ventas debido a cierres temporales.	
Aumento crónico de la temperatura	Los aumentos crónicos de temperatura pueden repercutir negativamente en el rendimiento de los equipos y aumentar los costos operativos debido a la adquisición de más sistemas de refrigeración.	1. Vigilar la demanda de energía que pueda provocar cortes de suministro. 2. Reforzar nuestra capacidad de almacenamiento de energía. 3. Seguimiento constante de la disponibilidad de nuevos productos en el mercado a precios asequibles.

Las siguientes oportunidades se consideraron materiales:

OPORTUNIDAD	DESCRIPCIÓN	ESTRATEGIAS CLAVE
Economía Circular	Invertir en nuevas estrategias de economía circular puede aumentar los ingresos derivados de las medidas de sustentabilidad, incrementando los ingresos.	Crear alianzas para fomentar colaboraciones con actores empresariales del sector. Seguimos aplicando estrategias e innovaciones en nuestros procesos para optimizar el uso de los productos.
Cadena de Suministro	Regionalizar la cadena de suministro reduce los costos de transporte.	Trabajar con nuestros proveedores para reducir los costos de transporte.
Productos	Ofrecer productos con menor impacto ambiental podría atraer a nuevos clientes, lo que se traduciría en un aumento de los ingresos.	Identificar productos con atributos de bajo impacto ambiental, que conforman las fuentes de nuestros proveedores.



Emisiones

Nuestra estrategia de mitigación de emisiones incluye esfuerzos para lograr cero emisiones operativas, incluidas las emisiones de refrigerantes, combustibles y electricidad. Además, estamos comprometidos a alentar a los proveedores y otros grupos de interés a reducir las emisiones en nuestra cadena de valor.



Tener una sólida estructura de gobernanza y estrategia que se extiende desde nuestros dueños de información hasta el Consejo de Administración nos permite producir información confiable y precisa sobre nuestro rendimiento. Esto también nos facilita la supervisión de los avances de nuestros esfuerzos de descarbonización. Revisamos estos avances trimestralmente a nivel del Comité Ejecutivo, así como con el Consejo de Administración en México y Centroamérica, comprometiéndonos a monitorear continuamente la implementación de acciones de mitigación que nos acerquen al cumplimiento de nuestros objetivos.

 **CONOCE MÁS SOBRE CÓMO NUESTRO MODELO DE GOBERNANZA NOS AYUDA A ALCANZAR NUESTROS OBJETIVOS DE EMPRESA REGENERATIVA AQUÍ.**

Mientras seguimos trabajando hacia nuestro objetivo de Cero Emisiones operativas para 2040, el progreso no será lineal y dependerá tanto de nuestras iniciativas como de factores más allá de nuestro control. Entre ellos se incluyen las políticas públicas relacionadas con la energía, infraestructura física disponible e innovación tecnológica, como soluciones de refrigeración con bajo Potencial de Calentamiento Global (GWP) o soluciones de transporte con bajas emisiones de carbono para camiones. No obstante, seguiremos trabajando para reducir las emisiones e informar sobre nuestro progreso.

GRI 305-1, 305-2

Fuentes de Emisión

Medimos periódicamente nuestra huella de carbono, considerando los Alcances 1, 2 y 3, con el objetivo de calcular todas las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a nuestras operaciones y cadena de suministro. Para hacerlo con precisión, debemos tener claro qué fuentes de emisión corresponden a cada Alcance:

Nuestras principales fuentes de emisiones de **Alcance 1** son aquellas asociadas a los gases refrigerantes y los combustibles de fuentes fijas utilizados en tiendas y cedís, así como los vehículos utilitarios.

Nuestras emisiones de **Alcance 2** consideran la energía eléctrica adquirida de fuentes no renovables.

Las emisiones de **Alcance 3** de este año excluyeron la adquisición de productos y su uso y disposición por parte de los clientes, características del sector minorista. Sin embargo, estamos conscientes de su importancia y planeamos incluirlas en el futuro. Actualmente, nuestras emisiones de Alcance 3 cubren el transporte subcontratado, los viajes de negocios y desplazamientos de los asociados.

SASB FB-FR-110B.3

GRI 305-4, 305-5

Intensidad de Emisiones

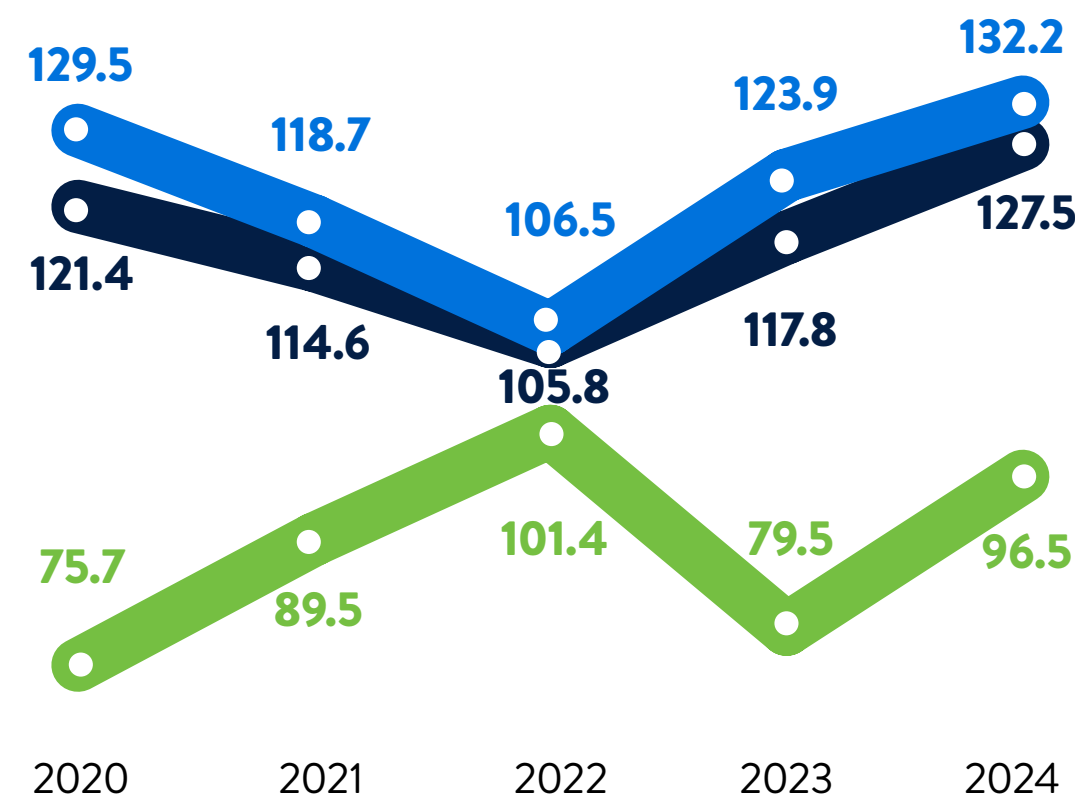
Este año registramos un aumento en la intensidad de las emisiones de nuestras operaciones, lo que indica un incremento de nuestras emisiones de Alcance 1 y 2 por metro cuadrado. Esto se debió principalmente a un mayor uso de refrigerantes y energía eléctrica.

En México, el aumento en la intensidad de las emisiones se debió a la ola de calor que sufrió el país de mayo a junio, lo que redujo el volumen de energía renovable disponible. Además, tuvimos que consumir mayores cantidades de diésel debido a los cortes de electricidad, lo que nos llevó a utilizar nuestras plantas de emergencia con más frecuencia de lo habitual.

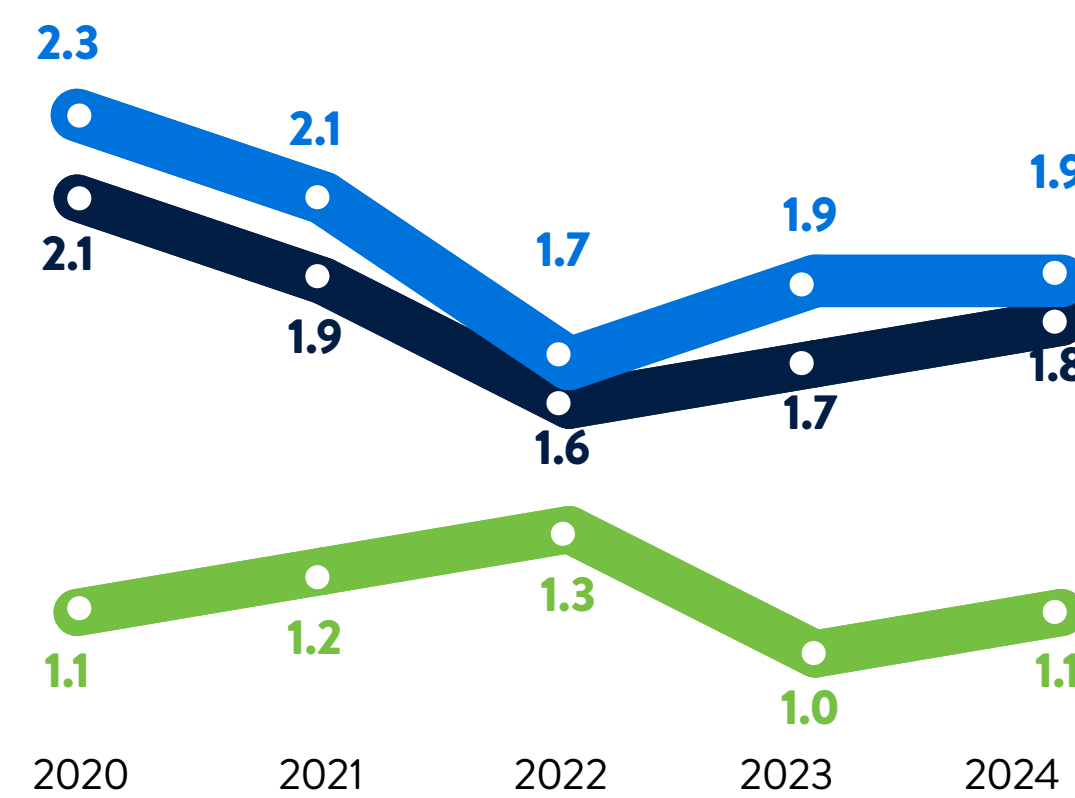
En el caso de Centroamérica, nuestro aumento en la intensidad de emisiones se vio influido por una combinación de factores climáticos y operativos. El retraso de la temporada de lluvias en Costa Rica afectó negativamente la producción de energía hidroeléctrica, lo que se tradujo en una reducción de energía renovable disponible para uso de la empresa. Los altos niveles de salinidad y humedad en nuestras tiendas costeras también provocaron el deterioro de nuestros sistemas de refrigeración, resultando en fugas de refrigerantes.

Seguiremos implementando iniciativas centradas en la reducción de emisiones, reafirmando así nuestro fuerte compromiso con la sustentabilidad y la reducción del impacto ambiental.

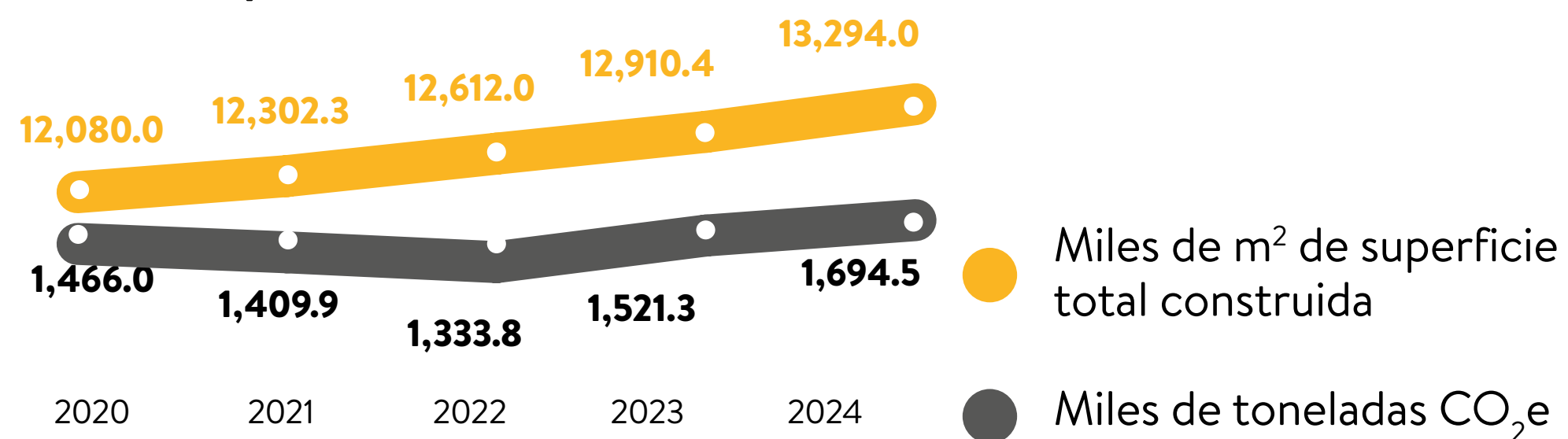
Intensidad de emisiones de alcance 1 y 2
Kg CO₂e / m² de superficie total construida



Intensidad de emisiones de alcance 1 y 2
Millones de toneladas de CO₂e / Ingresos (millones de pesos)



Total Box vs emisiones totales en nuestra operación

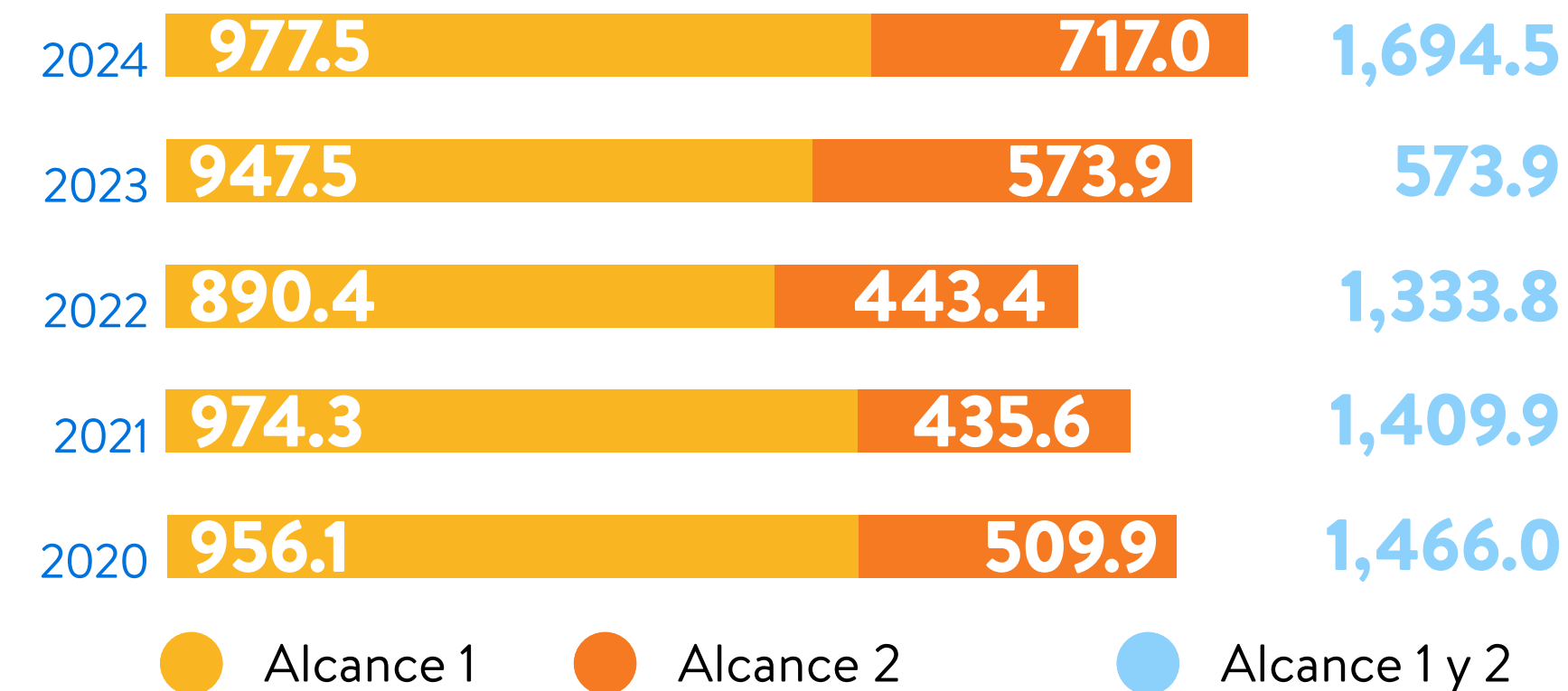


- México
- Centroamérica
- México y Centroamérica

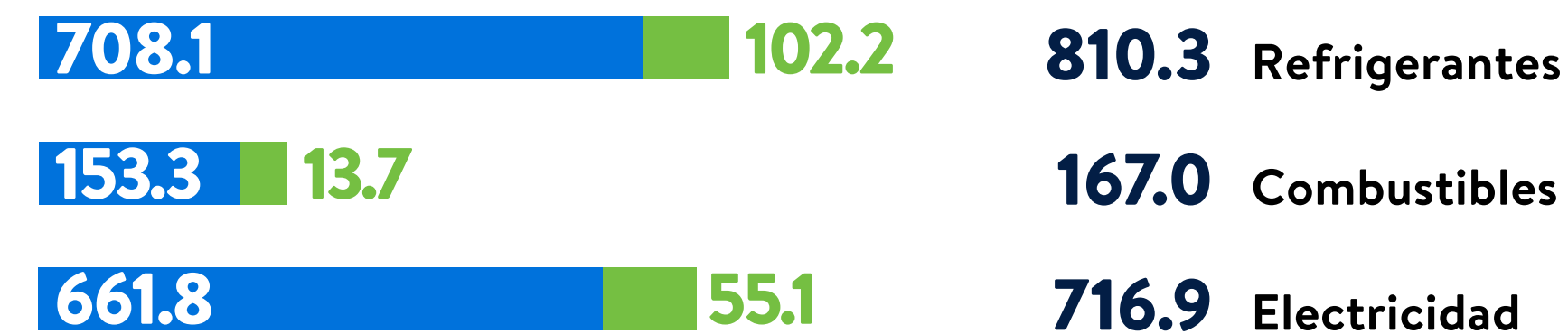


Emisiones Totales

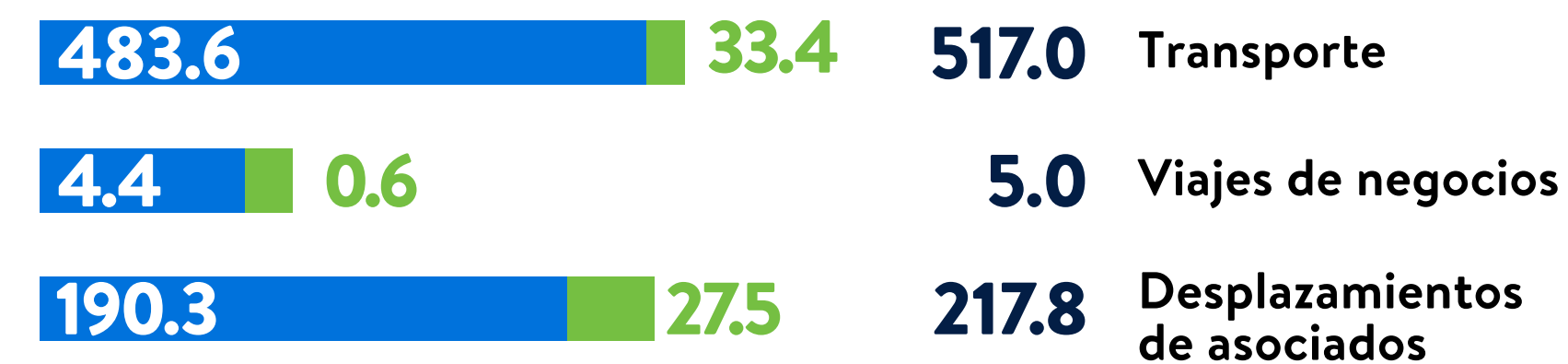
Emisiones de nuestras operaciones por alcance
México y Centroamérica (kt CO₂e)



Emisiones de alcance 1 y 2 de nuestras operaciones por fuente
kt CO₂e



Emisiones de alcance 3 por fuente
kt CO₂e



- México
- Centroamérica
- México y Centroamérica

GRI 305-1

Emisiones de Alcance 1

Las emisiones de alcance 1 son aquellas en las que tenemos el mayor potencial de cambio e impacto positivo. Centramos nuestra estrategia de reducción en este nivel, basándonos en dos esfuerzos clave: transicionar hacia el uso de refrigerantes con menor impacto ambiental y la reducción o sustitución del uso de combustibles fósiles por energías renovables.

Refrigerantes

Entregar de forma segura alimentos frescos y congelados a millones de clientes en nuestras tiendas y clubes, lo cual tiene un impacto positivo en sus experiencias de compra, requiere equipos de refrigeración y aire acondicionado que utilizan refrigerantes. Para mitigar su impacto, estamos transicionando hacia el uso de refrigerantes con un GWP más bajo. Esto implica una gran labor de investigación y probar nuevas tecnologías que nos acercarán al cumplimiento de nuestros objetivos, así como a reducir las fugas.

- Implementando sistemas de Bajo Potencial de Calentamiento Global (GWP)

Estamos avanzando en este frente, con proyectos de remodelación de tiendas incorporando sistemas de refrigeración R-448A, que tienen el potencial de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero hasta un 70% en comparación con los sistemas convencionales. También estamos probando nuevas tecnologías como A2L y CO₂.

En México, instalamos la tecnología de refrigeración A2L en dos tiendas Bodega Aurrera Express. Esta tecnología puede emitir 97% menos emisiones en comparación con los gases convencionales. En Centroamérica, abrimos la tienda Walmart Supercenter en Guatemala, la primera en utilizar tecnología de refrigeración CO₂, con potencial para reducir las emisiones en 99% en comparación con los gases convencionales. Esta tecnología también se implementó con éxito en dos tiendas remodeladas en Costa Rica.

- Reducir las fugas de gas refrigerante

Las fugas de gas refrigerante fueron una de las principales causas del aumento de nuestras emisiones operativas. Para abordar esto, nos enfocamos en reducir las fugas mediante un mantenimiento preventivo mejorado y la sustitución de piezas y materiales.

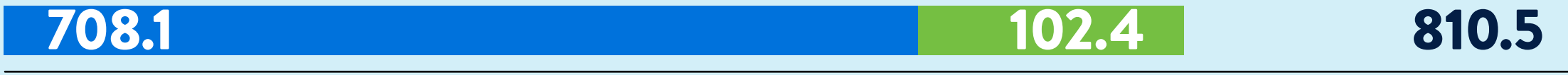


Seguimos impulsando la transformación de nuestras unidades actuales y futuras en México en **Tiendas Regenerativas**. Nuestro objetivo es que estas tiendas contribuyan a la regeneración del bienestar social y ambiental de las comunidades en las que operamos. Estas tiendas cuentan con diversas características estratégicas, como sistemas de refrigeración con bajo Potencial de Calentamiento Global, iluminación LED y generación de energía renovable en sitio a través de paneles solares, entre otras. Actualmente contamos con **268 tiendas regenerativas**.

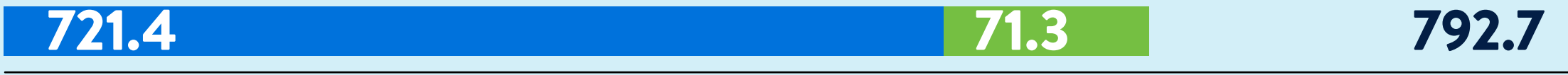
Emisiones de refrigerantes

Kt CO₂e

2024



2023



2022



2021



2020



- México
- Centroamérica
- México y Centroamérica

Combustibles

En respuesta a varios cortes de electricidad que se produjeron a lo largo del año en México, tuvimos que consumir combustibles para mantener nuestras operaciones en funcionamiento. Sin embargo, el porcentaje de consumo correspondiente a diésel de propano licuado (LP) in situ, gas natural y gasolina para vehículos utilitarios representó un pequeño porcentaje de nuestras emisiones totales de alcance 1.

A pesar de su impacto limitado, seguimos trabajando cada día para reforzar nuestra adaptabilidad a este tipo de riesgos, aprendiendo a prepararnos y a realizar la transición hacia un suministro diversificado de fuentes de energía limpias y fiables.

SASB FB-FR-110A.1, FB-FR-130A.1, CG-MR-130A.1, CG-EC-130A.1
GRI 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 305-2

Emisiones de Alcance 2

META 2035:

es abastecer el



100%

de nuestras operaciones con energía renovable.

Con la intención de continuar nuestros esfuerzos para reducir las emisiones de alcance 2, estamos enfocados en aumentar la proporción de energías renovables que obtenemos mientras implementamos iniciativas de eficiencia energética.

Energía Renovable

Lograr nuestro objetivo de energía renovable depende en gran medida de nuestra capacidad para asegurar el suministro y capacidad suficiente de energía renovable.

Algunas de nuestras estrategias incluyen:

- Generación de energía renovable in situ:** ampliamos nuestra capacidad instalada con la instalación de paneles solares en México. En Centroamérica, abrimos 30 tiendas con paneles solares que generan 1.6 MWp, totalizando más de 2,350 gigavatios hora anuales. También instalamos paneles solares en 42 tiendas, aportando 4.5 MWp adicionales. Alcanzamos una capacidad total instalada de 20.3 MWp, capaz de generar más de 29 mil gigavatios hora anuales, representando el 5.5% de la demanda energética de nuestras operaciones en Centroamérica.
- Abastecimiento de energía renovable de fuentes externas:** de 2010 a 2017, firmamos contratos de compra de energía (PPA) que nos permiten abastecernos de energía renovable procedente de seis parques eólicos y dos instalaciones hidroeléctricas en México, con un potencial energético global de 0.55 GW. Actualmente, no tenemos ningún PPA en vigor en Centroamérica. En el futuro, exploraremos estrategias no sólo para mantener sino también para aumentar el consumo de energía renovable en nuestras operaciones, siempre en cumplimiento con las regulaciones y limitaciones locales.



En México, promoviendo el transporte de bajas emisiones, incorporamos 27 vehículos eléctricos a nuestra flotilla de cedis. En Centroamérica, incorporamos 8 vehículos eléctricos a nuestra flotilla propia para transportar productos desde nuestros cedis hasta las farmacias de las tiendas, alcanzando ahorros anuales de más de 37 mil litros de combustible diésel. Además de estos, contamos con 19 vehículos eléctricos disponibles para cuando el equipo de compras y el equipo de expertos agrónomos visitan a los productores que forman parte del programa Tierra Fértil.

Eficiencia energética

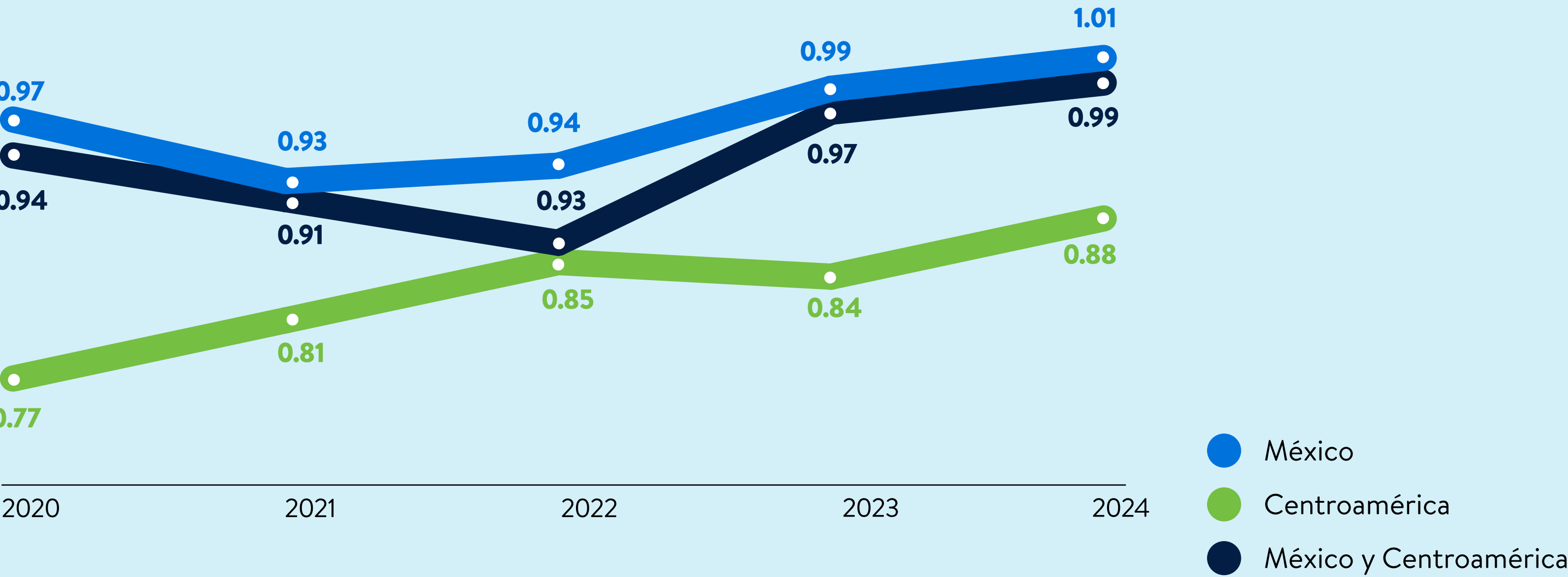
Estamos priorizando la eficiencia energética a medida que aumentan nuestras necesidades de energía debido al crecimiento de la empresa, la automatización de las instalaciones y la electrificación. Diseñamos y construimos nuevas instalaciones y remodelamos las existentes con sistemas más eficientes de iluminación, HVAC (calefacción, ventilación y aire acondicionado) y refrigeración.

En México, mantuvimos los 270 sistemas de submedición y monitoreo de consumo de energía en tiempo real, los cuales instalamos en 2023. Estos optimizan el consumo de energía y agua, y mejoran la gestión de residuos. También nos han permitido tomar decisiones basadas en datos sobre patrones de uso, posibles fugas u otras anomalías en la operación. Asimismo, instalamos iluminación LED en 62 tiendas, logrando reducciones en el consumo de energía de entre el 30% y el 50%. En Centroamérica, sustituimos los motores tradicionales existentes en los equipos de refrigeración por motores con nueva tecnología, logrando eficiencias de hasta el 62%.

Reforzamos nuestra capacidad de almacenamiento de energía con nuevos sistemas de baterías en un Walmart Express y un Sam's Club, que nos permiten aprovechar la energía solar durante las horas pico, optimizando aún más nuestro uso de los recursos. Estos sistemas no sólo mejoran nuestra eficiencia energética, sino que también están diseñados para integrar fuentes de energía renovables en el futuro.



Intensidad energética
GJ / m²



Consumo Total de Energía
MGJ

	2023	2024
Combustible	2.4	2.6
Electricidad renovable	6.4	5.9
Electricidad no renovable	3.7	4.6
Total	12.6	13.1

SASB CG-EC-410A.1, CG-EC-410A.2, FB-FR-000.C, FB-FR-000.

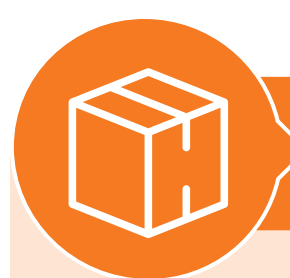
GRI 305-3

Emisiones de Alcance 3

Las emisiones de alcance 3 proceden de nuestras actividades *upstream* y *downstream*. Para un minorista, las emisiones *upstream* provienen principalmente de los proveedores y la producción (procesamiento de materias primas, energía en la fabricación, emisiones agrícolas y transporte). Del mismo modo, las emisiones *downstream* resultan principalmente del uso de los productos por parte de los clientes (por ejemplo, los electrodomésticos) y del tratamiento al final de la vida útil de los productos vendidos (por ejemplo, los residuos de alimentos). Reducir estas emisiones requiere transformar los sistemas energéticos, materiales, de transporte y alimentarios, con esfuerzos conjuntos del sector público, sociedad civil y el sector privado. Estas emisiones son difíciles de estimar y medir debido a la complejidad de las cadenas de suministro.

En el sector minorista, las emisiones de Alcance 3 proceden en gran medida de la adquisición de productos para la venta, su uso por parte de los clientes a lo largo de su ciclo de vida y su disposición al final de su uso. Sin embargo, estas categorías no se han incluido en los cálculos de emisiones de este año. Reconocemos su importancia y estamos explorando activamente formas de contabilizarlas en futuros informes. Actualmente, nuestras emisiones de alcance 3 cubren aquellas vinculadas a la operación de las flotillas de transporte subcontratadas que apoyan nuestra logística, incluyendo los viajes de negocios. Además, incluimos las emisiones de los desplazamientos de nuestros asociados en todos los modos de transporte.

Categorías incluidas en el cálculo del alcance 3: transporte, desplazamientos de los asociados y viajes de negocios.



Cadena de **SUMINISTRO** HABILITADORES en acción

Disponer de una cadena de suministro eficiente y moderna nos permite reducir el impacto medioambiental de las actividades de distribución sin sacrificar la agilidad y fiabilidad de la entrega al cliente.

Transporte

Seguimos comprometidos con nuestros esfuerzos para lograr una movilidad sustentable, ya sea mediante la electrificación o la adopción de combustibles menos contaminantes en la flota, que es suministrada por terceros. Cada año conocemos mejor las áreas y actividades en las que podemos optimizar nuestra movilidad, por lo que hemos llegado a las siguientes líneas clave de acción:

- Promover una flotilla más sustentable suministrada por proveedores.
- Diversificar nuestras opciones de transporte de larga distancia.
- Optimizar la eficiencia de las rutas de distribución.

En México y Centroamérica, continuamos con los programas de optimización de rutas y cargas, como *backhaul* y logística inversa. Estos nos permiten reducir el número de viajes en vacío de nuestra flotilla y las de nuestros proveedores. Gracias a estas prácticas, aumentamos el flujo de cajas adicionales transportadas mensualmente a 21 millones en comparación con el año anterior a través de nuestro programa de optimización de carga de camiones.

En la flotilla de entrega de última milla, utilizamos 148 vehículos eléctricos, que recorrieron más de 3 millones de km en 2024.

Por primera vez, estamos utilizando el transporte ferroviario intermodal entre nuestros cedís, una alternativa que emite menos gases de efecto invernadero, mitiga la contaminación urbana y reduce la congestión del tráfico, optimizando nuestro consumo de combustible.

Eficiencia de la cadena de suministro			
México y Centroamérica			
	Backhaul	Logística inversa	Total
Km no recorridos	29,873,870.8	24,415,349.4	54,289,220.2
tCO ₂ eq evitadas	38,044.9	26,356.1	64,401.0
Viajes evitados	322,262.0	218,833.0	541,095.0
Litros de combustible evitados	13,481,160.4	9,320,709.7	22,801,870.1

Seguiremos reforzando las alianzas estratégicas con nuestros grupos de interés, como gobiernos locales y nacionales, así como con proveedores, para promover proyectos sustentables y reducir nuestra huella de carbono.

Proyecto Gigatón

En 2016, Walmart Inc. estableció una ambiciosa meta global de reducción de emisiones para 2030 a través del Proyecto Gigatón. En 2024, alcanzamos nuestra meta inicial del Proyecto Gigatón seis años antes de lo previsto, con proveedores reportando proyectos que se espera que reduzcan, eviten o capturen más de 1,000 millones de toneladas métricas de emisiones acumuladas en las cadenas de valor globales para nuestra fecha límite. Aunque alcanzamos nuestro objetivo, seguimos involucrando a los proveedores en el Proyecto Gigatón para acelerar aún más la reducción de emisiones en toda la cadena de valor de forma positiva para nuestros clientes, proveedores, agricultores y otros productores, y comunidades.

Registramos un incremento de 49.30% en la participación de nuestros proveedores vs 2023, sumando 490 nuevos participantes al programa en México y Centroamérica.

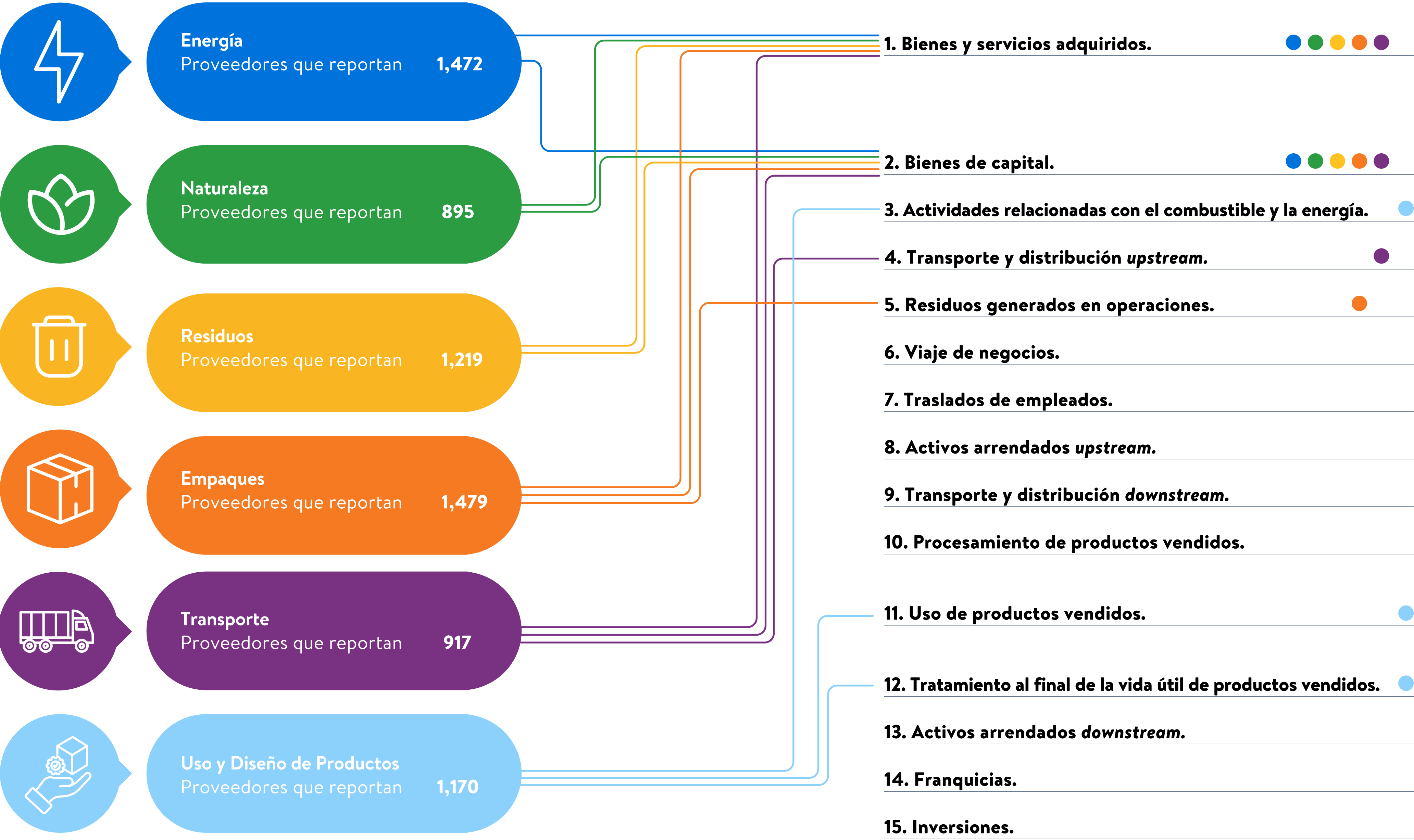




Áreas de Acción 2024 Proyecto Gigatón

Categorías de GEI Alcance 3

1,484
proveedores
reportan sus
avances



Fomentar la Economía Circular en Nuestras Operaciones y Cadena de Suministro

A diferencia del modelo lineal tradicional que produce, consume y desecha, la economía circular se centra en minimizar la generación de residuos y ampliar la vida útil de los recursos en todas las fases del ciclo de vida del producto. Estamos comprometidos a desarrollar estrategias que promuevan la reutilización y el reciclaje de materiales. Aspiramos a reducir los residuos en nuestras operaciones y a trabajar con proveedores, clientes y comunidades para acelerar la adopción de empaques y productos innovadores diseñados para la circularidad.

EN NUESTRA OPERACIÓN

META

CERO RESIDUOS

Desviar el **90%** de los residuos operativos (considerados "residuo cero" por ZWIA*) de rellenos sanitarios e incineración en México para 2025.

DESPERDICIO DE ALIMENTOS Y RESIDUOS

Reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos en las operaciones en un **50%** para 2030 (vs año base 2016**).

EN NUESTROS PRODUCTOS

EMPAQUES

100% de los empaques de Nuestras Marcas reciclables, reutilizables o compostables industrialmente para 2025.

20% de empaques de plástico de Nuestras Marcas fabricados con contenido reciclado posconsumo para 2025**.

* Walmart ha adoptado la definición y los principios empresariales "Cero Residuos" de la Alianza Internacional de Cero Residuos (ZWIA), que incluyen el logro de una desviación del 90% o más de todos los recursos desechados de los rellenos sanitarios, las incineradoras y el medio ambiente. Nuestro objetivo de Cero Residuos y el alcance de nuestro informe incluye los materiales y productos de residuos generados en las instalaciones propiedad de Walmart y sus operaciones (por ejemplo, tiendas, clubes, centros de distribución).

**En 2024, actualizamos nuestra metodología de reporte de contenido reciclado posconsumo (PCR) en los empaques de Nuestras Marcas en México y Centroamérica para alinearla con la metodología global. Nuestro objetivo es que el 20% de los empaques de plástico de Nuestras Marcas estén fabricados con contenido PCR para 2025. Anteriormente, nuestros informes incluían el contenido PCR en todos los tipos de empaques. Con base en la metodología actualizada, el contenido PCR en los empaques de plástico de Nuestras Marcas en 2023 fue de: 5.4% para México y 32.1% para Centroamérica.

*** Actualizamos nuestra metodología para medir nuestro avance en comparación con 2016 y alinearnos con la metodología global.



Gestión de Residuos en las Operaciones

Dada la escala y alcance de nuestras operaciones, en Walmart de México y Centroamérica entendemos el valor de manejar adecuadamente los residuos y materiales. Nos enfocamos en implementar una operación que evite o minimice la generación de residuos. Buscamos aprovechar los residuos que puedan reintegrarse a nuevos ciclos de valor, siguiendo las jerarquías internacionales más reconocidas en el manejo de residuos.

SASB FB-FR-150A.1
GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5

Cero Residuos

Nos comprometemos a desviar de rellenos sanitarios más del 90% de los residuos generados, tanto inorgánicos como orgánicos, siguiendo la metodología de la Alianza Internacional de Cero Residuos, contribuyendo así a la preservación del medio ambiente. Estamos logrando avances sólidos en México, sin embargo, probablemente no cumpliremos con el cronograma al 2025.

Gestión de Residuos Inorgánicos

En Walmart de México y Centroamérica utilizamos diferentes materiales para nuestras operaciones, generando principalmente residuos provenientes de los materiales de empaque secundario utilizados para transportar y almacenar productos. Para esto, hemos implementado estrategias, procesos y herramientas en nuestras tiendas, clubes y cedis diseñados para ayudarnos a manejar de manera más efectiva los residuos.

En 2024, mantuvimos las siguientes iniciativas:

Reciclaje de subproductos: los materiales que pueden reciclarse y reintegrarse en nuevos procesos de producción, como cartón, plasto y otros plásticos, se envían a proveedores autorizados para su reciclaje y tratamiento adecuado.

Tarimas de madera reutilizables: en México y Centroamérica, gestionamos nuestras operaciones logísticas con un enfoque más sustentable, utilizando tarimas de madera para minimizar nuestra huella ambiental. Estas pueden devolverse a nuestros cedis para su reutilización, mientras que las dañadas se restauran o se envían a proveedores que las reincorporan a otros procesos de producción.

Contenedores de plástico reutilizables: en México y Centroamérica utilizamos contenedores de plástico reciclado para transportar frutas, verduras y otros productos. Estos contenedores regresan a los cedis para ser lavados y reutilizados, eliminando la necesidad de usar contenedores desechables.

Reciclaje de activos fijos en desuso u obsoletos: en México, nuestros equipos de refrigeración, informáticos, de seguridad y de oficina se envían a empresas especializadas en reacondicionamiento y reciclaje al final de su vida útil. Esto nos permite ampliar sus ciclos de vida o recuperar materiales valiosos como el cobre y el aluminio.

Estas iniciativas favorecen el desvío de residuos inorgánicos de rellenos sanitarios.

GRI 306-4, 308-2

Gestión de Residuos Orgánicos

Ofrecemos a nuestros clientes una amplia variedad de productos alimenticios de calidad a precios asequibles. Como parte de nuestras operaciones relacionadas con el manejo, preparación y venta de estos productos, generamos residuos orgánicos. Algunos residuos surgen como subproductos de ciertos procesos, como el aceite de cocina usado, mientras que otros resultan de alimentos caducos en la tienda. En los casos en que la generación de residuos orgánicos es inevitable, ponemos en marcha programas para aprovechar estos materiales en asociación con recicladores autorizados. También implementamos diversas estrategias para mitigar el desperdicio de alimentos, desde su prevención, donación para evitar que se conviertan en residuos, transformándolos en materias primas para la generación de energía, hasta convertirlos en fertilizantes y composta.

META 2030:

Reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos en las operaciones en un

50%

para 2030 (vs año base 2016).



RESULTADO 2024:

64.60%

México

Algunas iniciativas para reducir el desperdicio de alimentos incluyeron:

Iniciativas con Asociados

En México y Costa Rica, lanzamos AsCanasta, un programa piloto que permite a nuestros asociados comprar productos en buen estado, pero no aptos para la venta al cliente, con un 90% de descuento. El 10% restante se destina a financiar becas académicas para los asociados, creando un círculo virtuoso que desvía los perecederos de rellenos sanitarios a la vez que fomenta el desarrollo del talento interno. Esta acción se completa con los programas AsPan y AsFrut, que permiten a nuestros asociados aprovechar frutas y panes que serán retirados de los puntos de venta debido a sus próximas fechas de caducidad, pero que aún conservan su calidad y nutrientes. De esta forma, nuestros asociados pueden complementar su dieta al tiempo que evitamos el desperdicio de alimentos.

6,443.9
toneladas de
alimentos donados a
los asociados a través
de AsPan y AsFrut

Bancos de Alimentos

A través de nuestras unidades y cedís, colaboramos diariamente con la red de Bancos de Alimentos de México y cinco bancos de alimentos regionales en Centroamérica. Nuestro objetivo es canalizar los productos no aptos para la venta a estas instituciones por razones como daños en el empaque o fechas de caducidad cercanas. Así evitamos el desperdicio de alimentos.

Jabón de Residuos Orgánicos

En alianza con expertos, desarrollamos un proyecto piloto en México para producir jabón de manos a partir de residuos de frutas y verduras generados en la operación, el cual está disponible en nuestro cedís de Monterrey. También trabajamos en el desarrollo de otros productos a partir de residuos como cremas, desengrasantes y limpiadores multiusos, con el objetivo de promover la economía circular.

Planta de Biodigestión

En Costa Rica, iniciamos las operaciones de la planta de biodigestión ubicada en el cedís Coris. Esta planta está diseñada para procesar anualmente más de 1,800 toneladas de residuos orgánicos y convertirlos en materia prima para biofertilizantes, evitando su envío a rellenos sanitarios. Además, llevamos a cabo un análisis continuo de recuperación para identificar las mejores prácticas y aprovechar al máximo estos residuos.

Convocatoria de Colaboración

En Centroamérica, lanzamos una convocatoria abierta para identificar proveedores especializados en la recolección y gestión de residuos orgánicos, en la que participaron 26 potenciales candidatos. Buscamos establecer colaboraciones estratégicas que fortalezcan nuestras operaciones y refuercen nuestro enfoque hacia una gestión más sustentable.

Donación de
56,125.50
toneladas de alimentos
a instituciones
aliadas.

* La meta de Walmart de reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos en las operaciones está alineada con el objetivo 12.3 del Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. El progreso hacia el objetivo de reducción de la pérdida y el desperdicio de alimentos se mide de conformidad con el Estándar de Contabilidad de Pérdida y Desperdicio de Alimentos (o Estándar FLW) del Protocolo de Pérdida y Desperdicio de Alimentos. La pérdida y el desperdicio de alimentos se miden como una reducción de la intensidad con respecto al año de referencia (CY2016), calculada como un porcentaje de las ventas de alimentos (convertidas a peso utilizando la densidad de valor de los productos representativos) en comparación con nuestro año base 2016.



CONOCE MÁS SOBRE
NUESTROS ESFUERZOS
PARA CONTRIBUIR A LA
SEGURIDAD ALIMENTARIA
Y LA REDUCCIÓN DEL
DESPERDICIO DE ALIMENTOS
AQUÍ.

Imperfectas pero Buenas

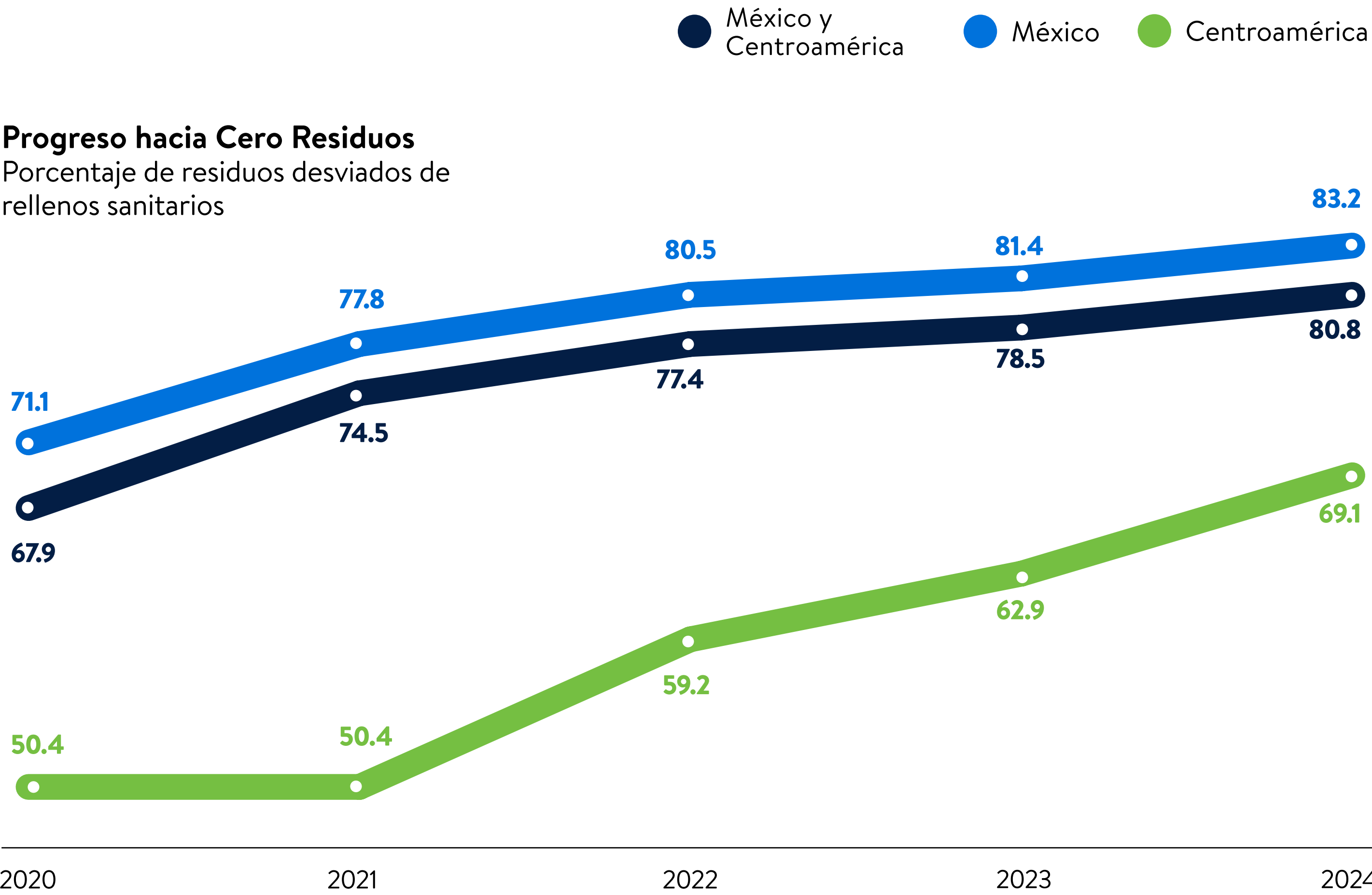
Ampliamos nuestro programa **Imperfectas pero Buenas**, cuyo objetivo es reducir el desperdicio de alimentos ofreciendo frutas y verduras que no cumplen ciertos estándares estéticos, pero mantienen sus propiedades nutricionales y delicioso sabor. En 2024, este programa estuvo activo en 109 tiendas en México. Al revalorizar estos alimentos, evitamos el desperdicio de alimentos y promovemos un consumo más consciente. Estas acciones reflejan nuestro compromiso con la economía circular y el bienestar de nuestras comunidades.

2,581,192.0 kg
vendidos en México bajo
el programa Imperfectas
pero Buenas.



Progreso hacia Cero Residuos

Porcentaje de residuos desviados de
rellenos sanitarios



Intensidad de residuos

Kg/m²*

Residuos generados	Residuos desviados	Residuos enviados a rellenos sanitarios
64.3	53.5	10.8
109.3	75.6	33.7
70.3	56.6	13.8

● México ● Centroamérica ● México y Centroamérica

* M² of stores and DCs constructed space.

934,399.8

de toneladas de residuos generadas

99.63%

930,935.38 toneladas de residuos no peligrosos



0.19%

1,774.32 toneladas de residuos peligrosos



0.18%

1,690.20 toneladas de residuos sanitarios



Residuos inorgánicos desviados de rellenos sanitarios (toneladas)

Corrugados (papel y cartón)

	293,929.0	66.0%
	44,532.0	10.0%
	338,461.0	76.0%

Metales

	2,236.7	0.5%
	59.8	0.01%
	2,296.5	0.5%

Otros

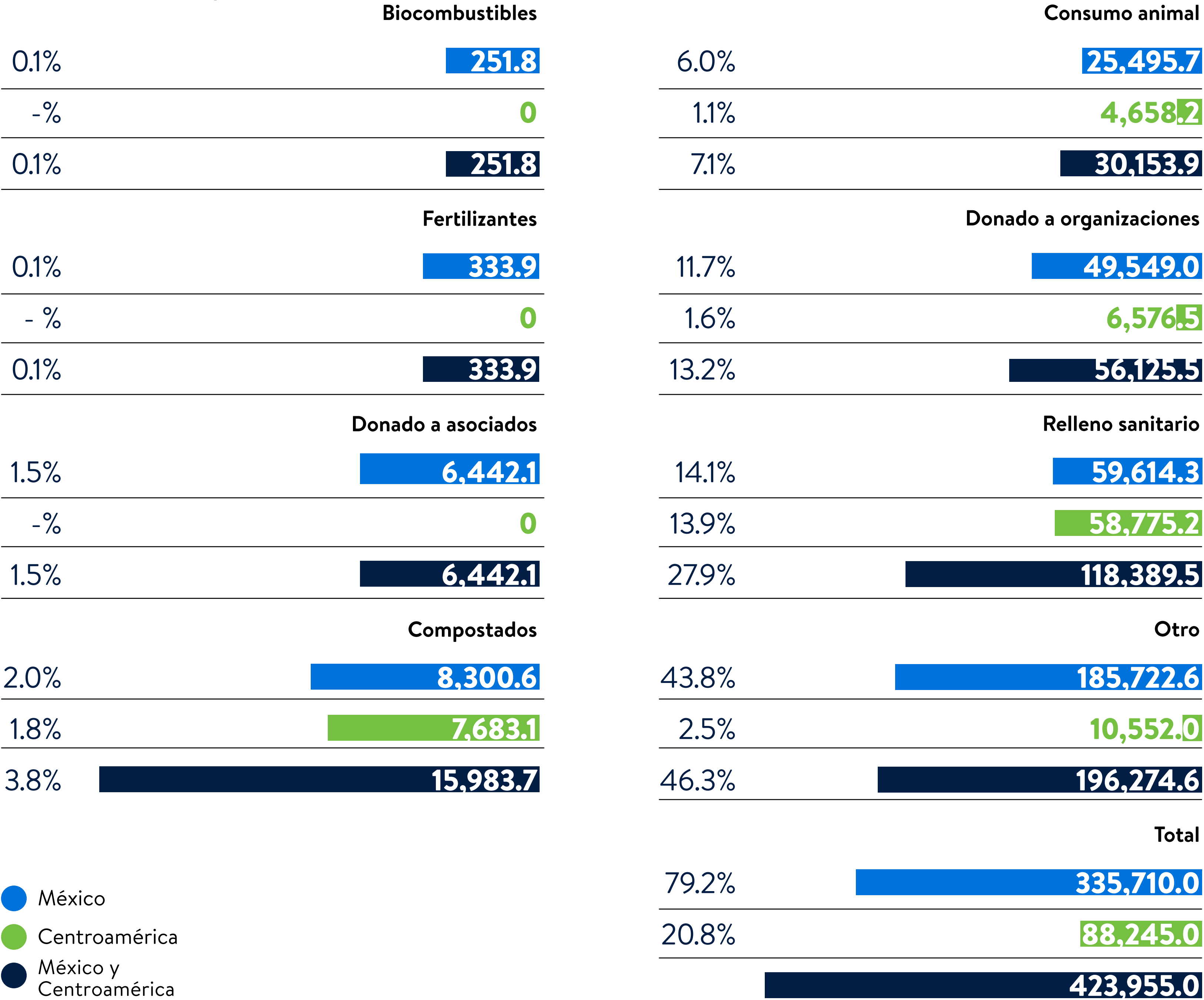
	64,630.5	14.5%
	40,036.5	9.0%
	104,667.0	23.5%

Total

	360,796.2	81.0%
	84,628.3	19.0%
	445,424.5	100.0%

- México
- Centroamérica
- México y Centroamérica

Residuos orgánicos por destino (toneladas)



Circularidad en Nuestros Productos

Cada uno de nuestros productos representa una oportunidad para colaborar con nuestros proveedores, fomentando la circularidad de los productos y sus empaques.



OBJETIVOS

100%

de los empaques de Nuestras Marcas reciclables, reutilizables o compostables industrialmente para 2025.

20%

de empaques de plástico de Nuestras Marcas fabricados con contenido reciclado posconsumo para 2025.



SASB CG-MR-410A.3, FB-FR-430A.4

GRI 301-1, 301-2, 301-3

Empaques y Materiales

Estamos comprometidos a colaborar estrechamente con nuestros proveedores para identificar soluciones innovadoras que nos permitan ofrecer productos de Nuestras Marcas con empaques reciclables, reutilizables o compostables industrialmente. Trabajamos para incluir material reciclado posconsumo y fomentar la adopción de diseños circulares optimizados que solo utilicen los materiales necesarios. También nos esforzamos por optimizar el uso de materiales en nuestros procesos operativos, priorizando aquellos que tienen un menor impacto ambiental.

Durante 2024, avanzamos en la incorporación de atributos sustentables en los empaques de Nuestras Marcas, incluyendo:

- Productos de higiene y toallas Great Value con 30% de PCR.
- Aceite lubricante para motores SuperTech con 30% de PCR.
- Detergente para ropa de color Great Value de 7 litros con 50% de PCR.
- Jabón lavavajillas Great Value con 20% de PCR.
- Transformamos el empaque multicapa de las fresas orgánicas en rodajas y congeladas de Member's Mark en un empaque monomaterial de polietileno.
- Suavizante de ropa Member's Mark con 60% de PCR.
- Jabón líquido antibacterial Member's Mark de 5 litros con 25% de PCR.
- Papel higiénico de Nuestras Marcas en Centroamérica con 30% de PCR.

En México, desarrollamos una etiqueta para los productos de Nuestras Marcas con el propósito de promover el reciclaje de empaques. Esta etiqueta, que se implementará gradualmente, informa a los clientes sobre los componentes utilizados en la producción de cada empaque, proporcionando información sobre sus materiales e instrucciones claras para su reciclaje.

En Centroamérica, iniciamos una investigación para la transformación de los empaques *Doypack*, que son bolsas multicapa con boquillas de plástico, para buscar un diseño monocapa 100% reciclable para la salsa de tomate de Nuestras Marcas.

Así como continuamos trabajando para reducir el impacto ambiental del empaque de nuestros productos, también buscamos soluciones innovadoras para reducir el uso de plástico virgen en los materiales utilizados en nuestras operaciones.

En México, introducimos bandejas de panal para carnes, pescados y mariscos. Éstas incluyen una solución innovadora que elimina la necesidad de usar almohadillas absorbentes que son difíciles de reciclar y generan residuos adicionales en los empaques tradicionales. Además, con el objetivo de reducir el uso de materiales y mejorar la seguridad en la entrega de productos, sustituimos las cajas de cartón y las bolsas de papel por bolsas compostables en nuestros servicios *On Demand*, *Marketplace* y *eCommerce*. Estas nuevas bolsas utilizan menos material, se adaptan mejor a los tamaños de los productos y tienen un sistema de cierre seguro. Están diseñadas para biodegradarse entre 6 a 12 meses, reduciendo nuestro impacto ambiental y mejorando la eficiencia logística. Asimismo, seguimos trabajando para eliminar el unícel de nuestras tiendas para uso interno.

En Centroamérica, continuamos reforzando nuestra estrategia **Sin bolsa por favor**, en la que eliminamos las bolsas de un solo uso en nuestras tiendas, evitando el uso de más de 3,800 toneladas de plástico virgen.

SASB CG-MR-410A.3, FB-FR-430A.4

GRI 308-2

Ventas a Granel y Refill

Hemos puesto en marcha proyectos para promover la venta de algunos productos con nuestro esquema de venta a granel o refill, lo que contribuye a reducir el uso de empaques.

Croquetas para Mascotas a Granel

Este programa en México, que tiene un alcance nacional, se centra en minimizar los residuos de empaques y promover alternativas más rentables y sustentables. Su objetivo es permitir a nuestros clientes comprar la cantidad exacta de croquetas que necesitan sus mascotas, eliminando así la necesidad de empaques individuales y promoviendo un modelo de consumo más consciente. A través de este programa buscamos reducir la producción de plástico, fomentando el uso de envases reutilizables y promoviendo hábitos de consumo responsable.

Máquinas de Refill

En México, en colaboración con Colgate, instalamos dos máquinas de recarga de suavizante Suavitel *Superior Care* de 3 litros, ofreciendo a nuestros clientes un descuento sobre el precio actual del producto en el anaquel. Las máquinas están funcionando actualmente en dos tiendas, vendiendo 1,182 litros a través de este esquema.

10,835.6
toneladas

de croquetas
vendidas.



GRI 301-3

Acciones con los Clientes

Nos enorgullece invitar a nuestros clientes a formar parte de nuestros esfuerzos por contribuir a la regeneración. De este modo, ampliamos el alcance de los programas que buscan abordar los retos relacionados con la gestión de residuos. Gracias a su colaboración, podemos mitigar nuestro impacto en cada etapa del ciclo de vida de los residuos generados, desde su origen hasta su disposición final.

Programas Posconsumo

Seguimos ampliando nuestros programas de reciclaje en nuestras tiendas y clubes, en colaboración con socios comerciales y clientes. Nos esforzamos por recuperar materiales para reutilizarlos en otros procesos de producción.

Reciclamanía Evolucionando

Este programa sigue evolucionando año con año, acercando la infraestructura de reciclaje a más personas en México. Nuestro objetivo es hacer del reciclaje una experiencia sencilla y accesible, donde las personas puedan disponer de sus residuos de manera responsable mientras realizan sus compras en nuestras tiendas y clubes, todo en un mismo lugar.

En colaboración con nuestros socios comerciales, abrimos cuatro nuevos centros de reciclaje en 2024. Con ello, alcanzamos un total de 35 centros a disponibles para nuestros clientes. Esta expansión fue posible gracias a la colaboración y compromiso de Alpura, Barcel y Bimbo, Heineken, Colgate, Suavitel, Bonafont, Silk, Herdez, HI-Core, Kellogg's, Listerine, Nestlé, Garnier, Sabritas, PepsiCo, PepsiCo Positive (pep+), Gamesa, P&G y SC Johnson. Gracias a estos esfuerzos conjuntos y a la creciente participación de la comunidad, Reciclamanía Evolucionando sigue ampliando su impacto positivo.

2020

Instalamos 12 centros de reciclaje permanentes ubicados en 6 estados, **recuperando 21.8 toneladas de residuos.**



2021

Reforzamos el funcionamiento de los **12 centros de reciclaje permanentes**, recolectando más de 109 toneladas de residuos.



2022

Abrimos 10 nuevos centros para nuestros clientes, sumando 22 centros activos en 12 estados de la República Mexicana, a través de los cuales recolectamos 157.2 toneladas.

2023

Instalamos **9 centros de reciclaje**, cerrando el año con 31 centros activos.



2024

Contamos con 35 centros activos en **10** estados del país. Logramos la recolección de **326,791.9 kg de residuos** y la participación de **49,351** clientes y socios.

2019

Lanzamos Reciclamanía con dos eventos temporales. Con la participación de más de 1,800 clientes, logramos recolectar **3.7 toneladas de residuos.**



HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE RECICLAMANÍA EVOLUCIONA



Como parte de la evolución del programa, implementamos un esquema para promover la cultura del reciclaje entre nuestros clientes. Este sistema permite a los clientes recolectar Ecolanitas, las cuales pueden ser canjeadas por atractivos descuentos o ser utilizadas para el pago de servicios. Con esto, fomentamos un ciclo continuo de educación y participación, motivando a más personas a sumarse a nuestro compromiso con el reciclaje y el cuidado del medio ambiente.

Complementamos estos esfuerzos con varios programas posconsumo diseñados para recuperar, reutilizar y reciclar diferentes productos:



Acopio de medicamentos caducados



Acopio de cápsulas de café



Reciclar para ganar



Árbol por Árbol

IMPACTO

Junto con Singrem, recuperamos de forma segura y responsable los medicamentos caducados para evitar que contaminen los cuerpos de agua y el medio ambiente.

En 2024, recuperamos y dispusimos adecuadamente **17,286 kg de medicamentos**.

En alianza con Nespresso: Nescafé Dolce Gusto, ofrecemos puntos de recolección de cápsulas de café tanto en tiendas como en oficinas corporativas para facilitar a nuestros clientes y asociados la correcta disposición de las cápsulas usadas.

14,408 kg de cápsulas recolectadas.

En colaboración con Grupo Alen, promovimos el reciclaje de plásticos en diferentes comunidades de Nuevo León, donde se han instalado máquinas recolectoras en nuestras unidades.

Recolectamos **89,123 kg de plástico**, compuestos por 2.8 millones de botellas de plástico.

En colaboración con la Dirección General de Infraestructura Verde de la Secretaría del Medio Ambiente de la Ciudad de México, instalamos puntos de acopio para recolectar y reciclar árboles de navidad naturales y convertirlos en materia orgánica para revitalizar parques y jardines públicos.

Recolectamos **4,587 árboles de navidad naturales**.

Puntos Verdes Centroamérica

En Centroamérica, hemos establecido 26 estaciones de reciclaje en colaboración con nuestros proveedores. Estas estaciones están ubicadas en nuestras tiendas, generando un impacto positivo en los cinco países de la región donde operamos. A través de estos centros, hacemos del reciclaje una experiencia sencilla, invitando a nuestros clientes a reciclar plásticos flexibles, PET, cartón, papel, tetrapak, electrónicos y aluminio.

+140.5 toneladas
de residuos recolectados.

SASB CG-MR-410A.1, FB-FR-430A.
GRI 304-1, 304-2, 304-3, 304-4, 308-2

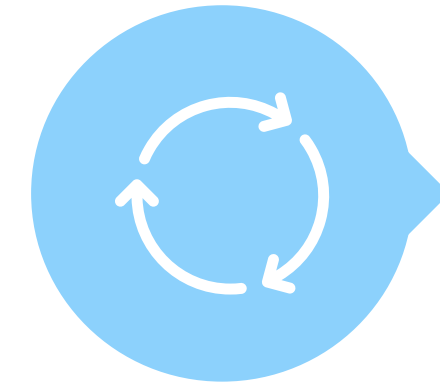
Proteger, Gestionar y Restaurar el Capital Natural

Estamos comprometidos con la meta global establecida por Walmart Inc. de ayudar a gestionar, proteger y/o restaurar de forma más sustentable al menos 50 millones de acres de tierra y 1 millón de millas cuadradas de océano para 2030.

Muchos de los productos que vendemos desde productos agrícolas y mariscos hasta sábanas y champú- provienen de la naturaleza o dependen de ingredientes derivados de ella. Las comunidades también dependen de la naturaleza para la regulación del clima, el agua dulce, la protección contra tormentas e inundaciones, la regulación del suelo, polinización y energía. Sin embargo, los paisajes naturales terrestres y marinos se han visto sometidos a estrés debido a factores como la conversión del suelo, el cambio climático y la contaminación. Los grupos de interés, incluyendo gobiernos, clientes, comunidades y accionistas, esperan que nuestra empresa gestione el negocio de forma que contribuya a resultados positivos para la naturaleza, con el fin de invertir las tendencias negativas y preservar los recursos críticos para el futuro.

Reconocemos la importancia de colaborar en todas las cadenas de suministro y fomentar soluciones innovadoras que reduzcan el impacto ambiental, contribuyendo al equilibrio de los ecosistemas y a la conservación de los recursos. Para abordar estos retos, hemos definido áreas estratégicas clave que guían nuestras acciones:

Áreas estratégicas:



Abastecimiento sustentable



Huella hídrica



Protección de la biodiversidad

Abastecimiento Sustentable

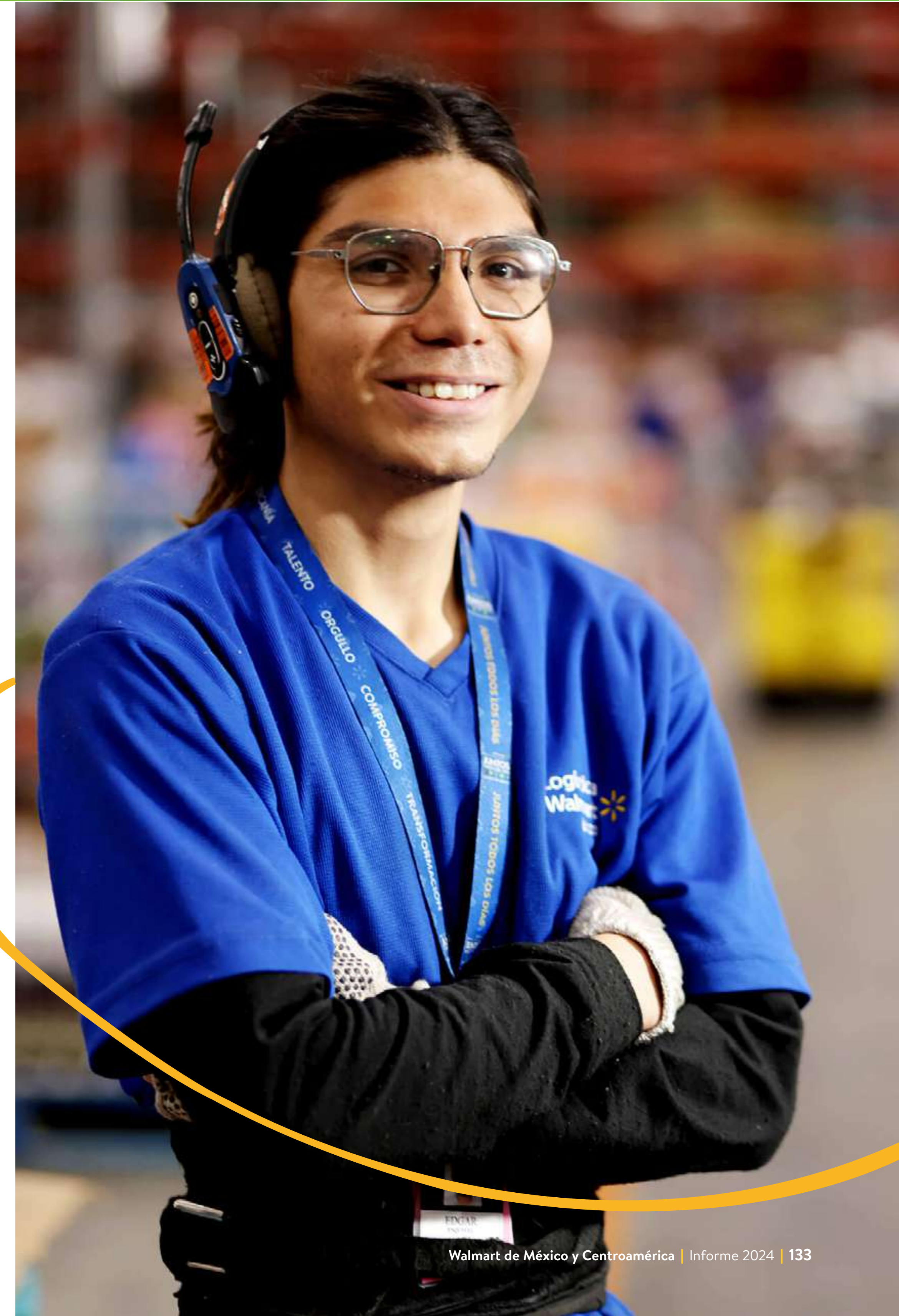
Las prácticas de abastecimiento sustentable crean valor para las empresas y la sociedad, aumentando la resiliencia y eficiencia de las cadenas de suministro. Pueden mejorar la disponibilidad y calidad de los productos, mitigar los riesgos y crear oportunidades de desarrollo para las personas y las comunidades.

Materias Primas

En Walmart de México y Centroamérica, promovemos la producción responsable de productos libres de deforestación y la transparencia en nuestra cadena de suministro, enfocándonos en materias primas prioritarias. Fomentamos la colaboración entre productores, comerciantes, fabricantes, minoristas y proveedores para combatir la degradación de bosques y océanos.



CONOCE MÁS SOBRE
NUESTRA POLÍTICA DE
CAPITAL NATURAL **AQUÍ.**



GRI 204-1



ACEITE DE PALMA

Estamos comprometidos a que el 100% del aceite de palma de los productos de Nuestras Marcas provenga sin deforestación y conversión*. Garantizamos la trazabilidad de esta materia prima mediante certificaciones reconocidas como la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO).

Sustainable palm oil:

México:	Centroamérica:
61.10%	84.94%



CARNE DE RES

Aspiramos a abastecer el 100% de la carne de res (fresca, refrigerada, congelada y procesada) para Nuestras Marcas y los productos de marca nacional procedentes de Regiones Prioritarias** como libres de deforestación y conversión (DCF) para 2025.



SOYA

Aspiramos a que los productos de Nuestras Marcas que contengan soya procedente de Regiones Prioritarias** se abastezcan como libres de deforestación y conversión (DCF) para 2025.



PULPA, PAPEL Y MADERA

Nuestro objetivo es que el 100% de los productos de Nuestras Marcas fabricados con pulpa, papel y madera sean obtenidos libres de deforestación y conversión para 2025. Impulsamos a nuestros proveedores a que cumplan con certificaciones reconocidas como el *Forest Stewardship Council* (FSC), *Programme for the Endorsement of Forest Certification* (PEFC) y *Sustainable Forestry Initiative* (SFI), o garanticen el uso de materiales con contenido reciclado.

Pulpa, papel y madera sustentables:

México:	Centroamérica:
93.20%	94.98%



PESCA SUSTENTABLE

Nuestro objetivo es que, para 2025, nuestros proveedores de pescados y mariscos frescos, congelados, de acuicultura y pesca salvaje se abastezcan de pesquerías certificadas por terceros como sustentables, que estén trabajando activamente para obtener la certificación o que participen en un Proyecto de Mejora Pesquera (FIP) o en un Proyecto de Mejora de Acuicultura (AIP)***. Impulsamos a nuestros proveedores a cumplir con estándares reconocidos como *Best Aquaculture Practices* (BAP), *Marine Stewardship Council* (MSC), *Aquaculture Stewardship Council* (ASC), o estar respaldados por un FIP o AIP. Además, para 2025, en México, todos los proveedores de atún claro y blanco enlatado se abastecerán de pesquerías certificadas por terceros como sustentables, que estén trabajando activamente para obtener la certificación o que participen en un proyecto de mejora pesquera (FIP).

Pescados y mariscos sustentables:

México: 59.90%
Centroamérica: 77.68%
Atún enlatado en México: 100%

* En 2024, actualizamos nuestra política de Capital Natural y ahora definimos el aceite de palma de fuentes sustentables como aceite de palma certificado por la RSPO como Segregado o de Identidad Preservada, así como de Balance de Masa con verificación Libre de Deforestación y Conversión (incluido el cumplimiento de los criterios de "Cumplimiento" o geovigilancia del NDPE (Sin Deforestación, Sin Turba, Sin Explotación) del IRF (Marco de Informes de Implementación). Anteriormente, el aceite de palma de fuentes sustentable incluía la certificación RSPO Segregado, Identidad Preservada y Balance de Masa (sin verificación adicional de Libre de Deforestación y Conversión).

** Regiones prioritarias: Como la Amazonía y el Cerrado brasileños, y el Gran Chaco en Argentina y Paraguay.

*** En 2024, actualizamos nuestros criterios para los productos pesqueros sustentables, aumentando el requisito de certificación de 1 estrella BAP a 2 estrellas BAP. Ahora, los productos pesqueros sustentables deben cumplir estándares como Best Aquaculture Practices (BAP) con una certificación mínima de 2 estrellas, Marine Stewardship Council (MSC), Aquaculture Stewardship Council (ASC) o certificaciones equivalentes, o estar respaldados por un Proyecto de Mejora Pesquera (FIP). Basándose en la metodología actualizada, los resultados de los productos pesqueros sustentables para 2023 fueron: 57.7% para México y 65.0% para Centroamérica.

SASB CG-MR-410A.3, FB-FR-430A.2, FB-FR-430A.4
GRI 301-1

Productos con Menor Impacto Ambiental

Estamos comprometidos a ofrecer a nuestros clientes opciones de compra conscientes y responsables. Para ello, identificamos aquellos productos que presentan características de bajo impacto ambiental, como los producidos de forma sustentable y orgánica, y que respetan el bienestar animal.

Productos con menor impacto ambiental
México

Orgánicos	■ 355	2.7%
Hidropónicos	7	0.1%
Compostable / biodegradable	65	0.5%
Ahorradores de agua y energía	■ 1,152	8.9%
Certificado como sustentable y libre pastoreo	■ 430	3.3%
Empaques reciclados o reciclables	■ 611	4.7%
Textiles	■ 6,765	52.0%
Libres de crueldad animal	113	0.9%
Libres de compuestos químicos	46	0.4%
Otros	■ 3,465	26.6%
Total	■ 13,009	

Productos Aliados del Planeta

Este programa tiene como objetivo destacar los productos con atributos sociales, ambientales y/o éticos en nuestras tiendas y clubes, así como en nuestros sitios de eCommerce, promoviendo así el consumo responsable y sustentable entre nuestros clientes y socios. Al mismo tiempo, buscamos satisfacer la creciente demanda de productos con atributos que tengan un menor impacto ambiental y un mayor beneficio social.

En México, durante 2024, llevamos a cabo la fase 1, que consistió en evaluar los productos propuestos por nuestros proveedores. La fase 2, prevista para 2025, se centrará en destacar estos productos tanto en las tiendas como en nuestros sitios de eCommerce. En Centroamérica, estos productos ya se encuentran disponibles en las tiendas.

+900
Productos Aliados del Planeta
evaluados en México.

+8,000
Productos Aliados del
Planeta en piso de ventas
en Centroamérica.

Textiles Sustentables

Aspiramos a incorporar materiales más sustentables a nuestra oferta textil. Trabajamos con los proveedores para fomentar procesos de producción más responsables. En 2024, más de 12 millones de prendas incluyeron atributos más sustentables, como algodón y PET reciclados.



SASB CG-EC-130A.2
GRI 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5

Huella Hídrica

Durante 2024, nos enfrentamos a retos críticos relacionados con el agua en México y Centroamérica. La irregularidad de las precipitaciones, los efectos del cambio climático y la creciente demanda de agua están agravando la escasez de este valioso recurso. Estos factores no solo afectan a la disponibilidad actual de agua, sino que también suponen un riesgo significativo para su acceso en el futuro.

En Walmart de México y Centroamérica, reconocemos la importancia del agua como un recurso valioso y limitado. Reafirmamos nuestro compromiso con la conservación y administración del agua a través de estrategias que priorizan la reducción, reutilización y optimización de su uso.

México

Reforzamos nuestra gestión del agua con acciones centradas en la eficiencia. Durante el año, realizamos el mantenimiento integral de 127 plantas de tratamiento de aguas residuales e instalamos 10 nuevas. También implementamos un proyecto de cero descargas en el nuevo centro de distribución de la región Bajío, que nos permite reciclar gran parte de nuestras aguas residuales industriales.

Para garantizar un seguimiento continuo y eficaz, este año se creó el **Comité del Agua**. En este, se abordan los problemas de la sequía en México, una situación desafiante para nuestras operaciones y cadena de suministro. El objetivo principal de este comité fue supervisar y coordinar la implementación de acciones transversales propuestas por diferentes áreas de la organización para hacer frente a los retos actuales de agua. Mediante el análisis del monitoreo de sequía proporcionado por la Comisión Nacional del Agua de México (CONAGUA), identificamos las regiones más afectadas por la escasez. En respuesta a ello, implementamos programas para optimizar el uso de los recursos hídricos, incluyendo la instalación de medidores de agua y el mantenimiento de unidades con fugas.

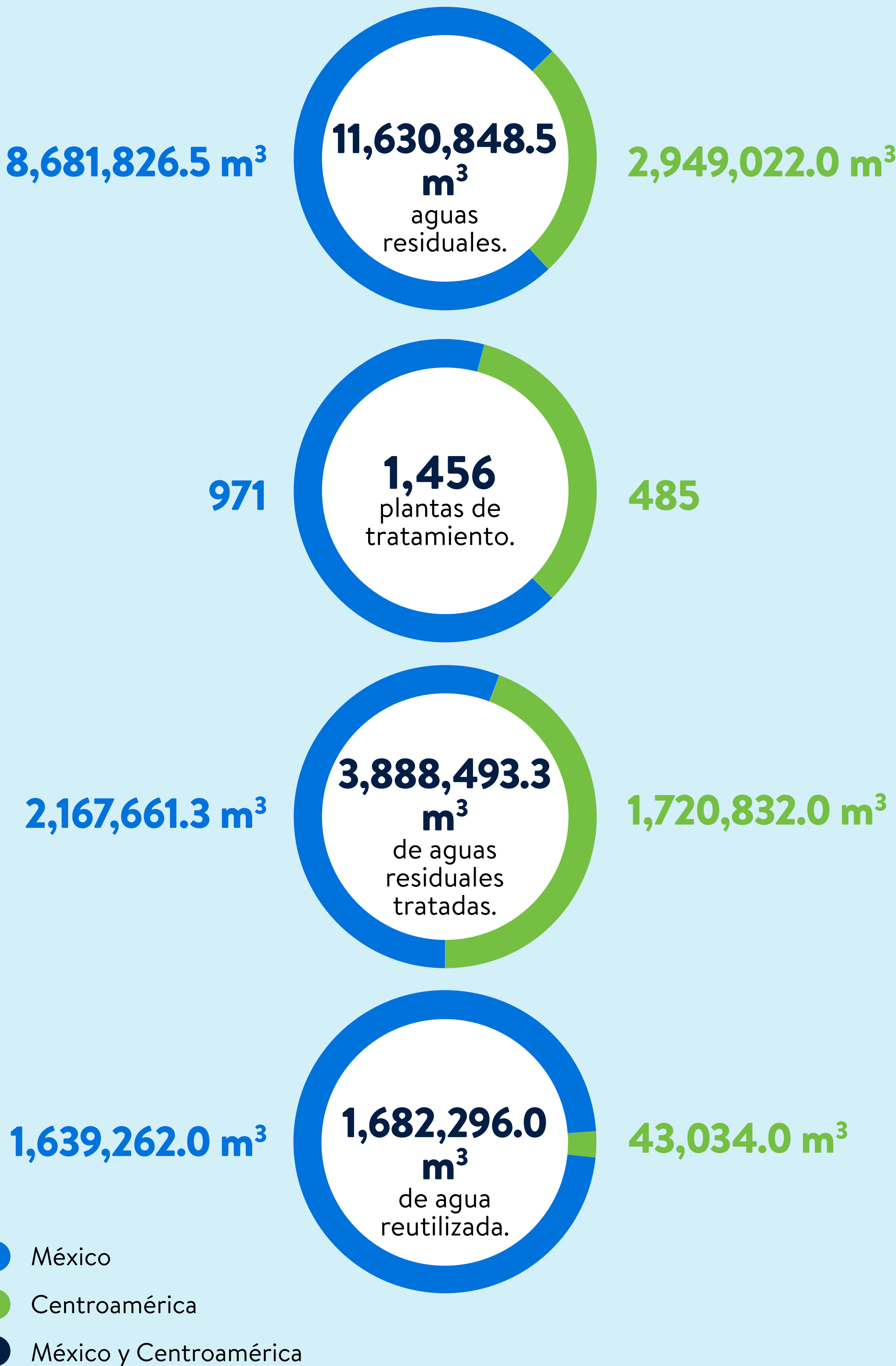
1,075
perlizadores en más del 30% de las unidades.

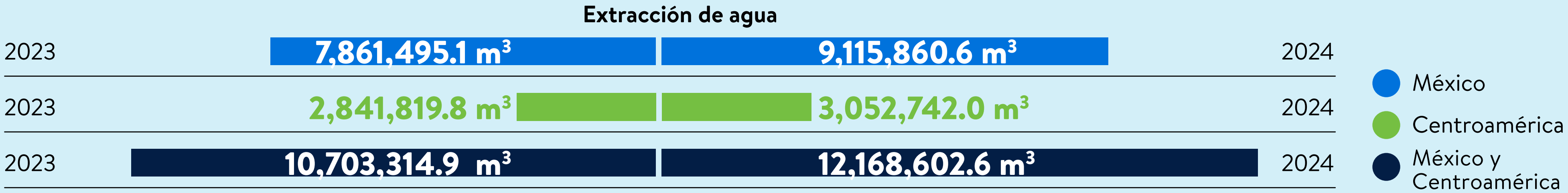
Centroamérica

Avanzamos en nuestra estrategia de gestión del agua instalando perlizadores en los lavabos de 600 tiendas. En promedio, estos dispositivos pueden reducir el consumo de agua entre un 5% y un 10% por tienda. También desarrollamos un mapa de estrés hídrico, que ha servido como herramienta clave para informar y reforzar nuestras futuras estrategias de gestión del agua

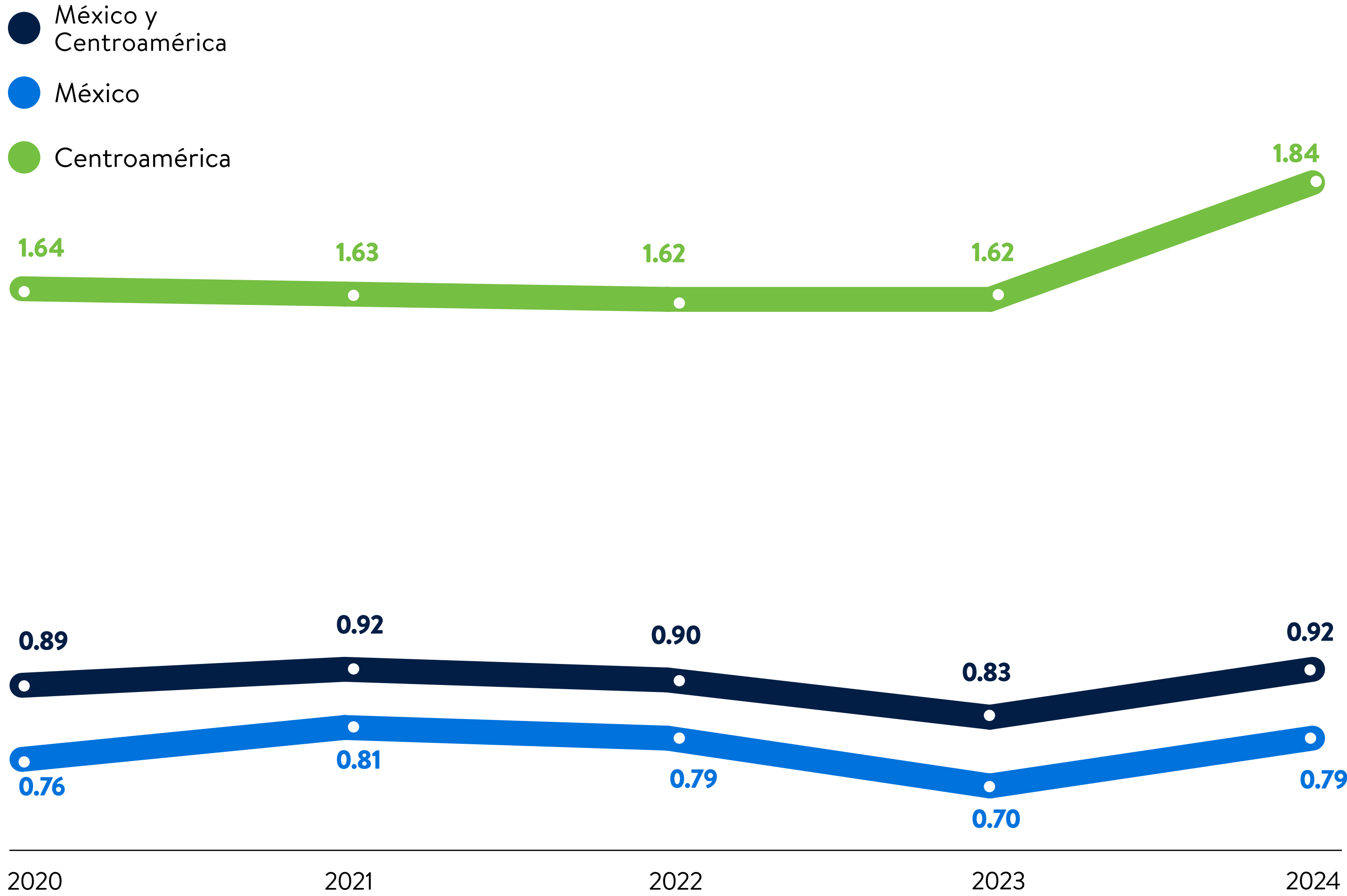
Además de los medidores de agua exigidos por las autoridades, instalamos dispositivos de submedición en **315 unidades.**

Campamento de Verano Guardianes del Agua
Llevamos a cabo el Campamento de Verano Guardianes del Agua para los hijos de nuestros asociados con el objetivo de compartir conocimientos sobre la importancia de la conservación del agua y proporcionarles consejos prácticos que puedan aplicar en su vida cotidiana. Participaron 55 niños.

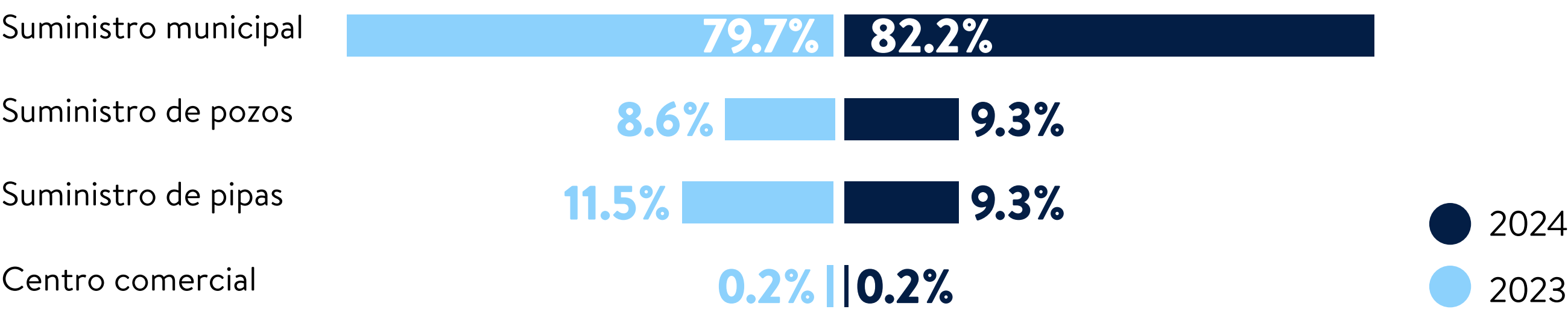




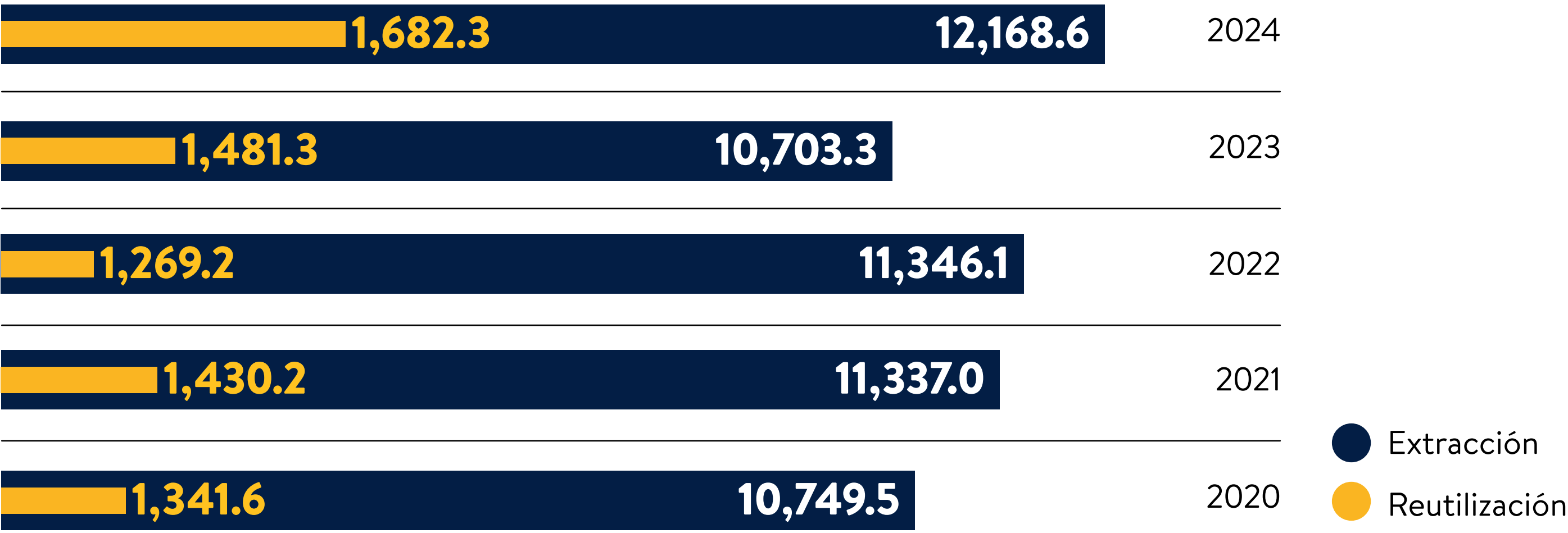
Intensidad de extracción de agua
m³/m²



Extracción de agua por fuente
México y Centroamérica



Extracción y reutilización de agua
México y Centroamérica (miles de m³)



GRI 304-1, 304-2, 304-3, 304-4

Protección de la Biodiversidad

Los beneficios de restaurar la biodiversidad son innumerables, entre ellos la mejora de los servicios ecosistémicos, el aumento de la captura de carbono, preservación de hábitats, el fomento del bienestar común y la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Estamos comprometidos a mitigar los impactos negativos sobre la biodiversidad que puedan derivarse de la construcción y operación de nuestras unidades de negocio. Para ello, implementamos políticas y procedimientos diseñados para promover la conservación de la biodiversidad y un uso más sustentable de los recursos naturales, siempre en estricto cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.

También promovemos la protección, restauración y regeneración de la biodiversidad a través de distintas iniciativas, entre ellas:

Jardines Polinizadores

Inauguramos nuestros dos primeros jardines polinizadores en México, ubicados en una tienda y un cedis. Estos jardines, que contienen una gran variedad de especies polinizadoras, embellecen el espacio y desempeñan un papel importante en la salud del medio ambiente; proporcionan un hábitat para abejas, mariposas y colibríes, que son esenciales para la reproducción de muchas especies de plantas. Gracias a esta iniciativa, nos concedieron el Premio Cladodio en reconocimiento a nuestro compromiso con la sustentabilidad.

Sensibilización sobre la Reforestación

En 2024, reforestamos árboles en el Estado de México, Jalisco y Nuevo León como parte de nuestra iniciativa Aliados por el Planeta, en colaboración con Procter & Gamble (P&G) y Nestlé. Esta iniciativa nos permite tener un impacto positivo en la restauración de las áreas naturales.

Realizamos 219 campañas de reforestación en México y Centroamérica, en las que plantamos 144 árboles para promover la recuperación de espacios naturales.



Ética e INTEGRIDAD

Ecosistema en evolución
Actuamos siempre
con honestidad
y respeto.



1,219
tiendas y clubes cero
accidentes **en México.**

536
tiendas cero
accidentes **en
Centroamérica.**

GRI 205-2

Ética e Integridad

La manera en que operamos nuestro negocio es tan importante como los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes. Por lo tanto, actuamos ética e íntegramente, siempre con el objetivo de promover el bienestar de nuestros grupos de interés.





SASB FB-FR-310A.4, CG-MR-310A.3, CG-MR-330A.2, FB-FR-310A.3

GRI 2-27

Ética y Cumplimiento

Nuestro compromiso con el cumplimiento de los más altos estándares éticos nos permite establecer una cultura de integridad, construyendo confianza entre nuestros asociados, clientes, inversionistas, proveedores y socios comerciales. Nuestro programa de Ética y Cumplimiento está diseñado para mantenernos consistentes y receptivos, adaptándonos a medida que nuestro negocio y el entorno externo evolucionan.



Fundamentos de Ética y Cumplimiento

El programa de Ética y Cumplimiento se basa en la prevención de riesgos, lo que nos permite atender las necesidades de nuestro negocio. Para alcanzar nuestros objetivos, siempre debemos hacer lo correcto, respetar a los demás, liderar con el ejemplo y colocar a nuestros clientes en el centro de todas nuestras decisiones. Por ello, nos basamos en los siguientes fundamentos:

- Cultura Corporativa
- Liderazgo y Personal de Cumplimiento
- Identificación y Análisis de Riesgos
- Políticas, Procedimientos y Controles
- Capacitación y Comunicación
- Monitoreo y Evaluación Interna
- Reportes Confidenciales
- Investigación y Remediación
- Mejora Continua

Programa de Ética y Cumplimiento

A lo largo de nuestras operaciones, materializamos nuestro compromiso de operar un negocio ético implementando los siguientes programas de cumplimiento:

- Seguridad e Higiene
- Ética
- Anticorrupción
- Seguridad Alimentaria
- Privacidad
- Ambiental
- Salud y Bienestar
- Servicios Financieros y Prevención de Lavado de Dinero
- Licencias y Permisos
- Seguridad de los Productos
- Cumplimiento Laboral
- Comercio Exterior
- Antimonopolio
- Protección al Consumidor
- Abastecimiento Responsable

Para garantizar la eficacia de estos programas de cumplimiento, evaluamos continuamente su implementación e impacto en todas nuestras operaciones. Nuestro compromiso de evaluar y mejorar este proceso de manera continua nos permite identificar áreas de crecimiento y fortalecer nuestros esfuerzos de mitigación de riesgos.

Mejora Continua

A través de nuestro equipo de Mejora Continua, monitoreamos constantemente la ejecución de los estándares y controles de cumplimiento relacionados con los riesgos que afectan a nuestro negocio directamente. Esto nos permite identificar las fortalezas y áreas de mejora para desarrollar planes de acción. De esta manera, podemos asegurar que nuestro Programa de Cumplimiento se mantenga alineado con las nuevas demandas y expectativas de la industria.

Nuestro enfoque de monitoreo proactivo nos permite hacer un seguimiento del desempeño en cumplimiento y realizar los ajustes necesarios en tiempo real, asegurando que nuestros estándares permanezcan sólidos y congruentes con los objetivos de la empresa.

Ejecutamos

5,660
monitoreos

de diferentes programas de cumplimiento
en unidades operativas en México.



GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10

Seguridad e Higiene

2024 fue un año de grandes desafíos y esfuerzos en materia de seguridad. Logramos respaldar y apoyar nuestra visión de cero accidentes a través de nuestra metodología de mitigación de riesgos. Estamos comprometidos en crear un lugar seguro para trabajar y comprar. La salud y seguridad de nuestros asociados y clientes no son sólo necesidades empresariales, son parte de nuestra Cultura Walmart.

Fortalecer nuestra cultura de seguridad requiere un enfoque multifacético. Uno de los aspectos clave es equipar a los asociados con el conocimiento y las herramientas adecuadas para mantener un entorno de trabajo seguro. Por ello, constantemente mejoramos nuestros programas de capacitación para que los asociados tengan el conocimiento, las habilidades y la experiencia necesaria para realizar sus trabajos de manera segura. Asimismo, en Walmart de México y Centroamérica estamos convencidos de que el reconocimiento es uno de los instrumentos más efectivos para promover y fortalecer una cultura de seguridad.

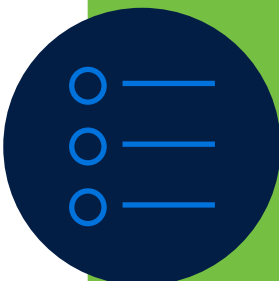
Identificamos las tiendas con altas tasas de accidentabilidad y diseñamos intervenciones interdisciplinarias para responder con acciones preventivas y correctivas.



OBJETIVO 2024:
Reducir los accidentes de asociados vs 2015

-71.0%
México

-69.0%
Centroamérica



RESULTADOS 2024:
Tasa de accidentes de
asociados vs 2015

-64.7%
México

-59.6%
Centroamérica

RESULTADOS 2024:
Tasa de accidentes de
clientes vs 2015

-74.5%
México

-69.9%
Centroamérica

ACCIDENTES

	MÉXICO			CENTROAMÉRICA		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Accidentes por riesgo de trabajo	5,051	4,661	5,291	517	527	575
Accidentes incapacitantes por horas trabajadas*	1.87	1.69	1.93	1.13	1.14	1.24
Accidentes de clientes	693	638	601	155	167	159

* Accidentes incapacitantes por horas trabajadas = Accidentes incapacitantes* (200.000) /Total de horas trabajadas.



En Centroamérica optimizamos y mejoramos nuestra forma de trabajar para que los ejecutivos de todos los formatos pudieran reunirse y discutir sus preocupaciones de seguridad, llevar a cabo planes de acción y monitorear de cerca la ejecución de los programas. Además, capacitamos a los líderes de tienda mediante sesiones de formación sobre seguridad.

En 2025, continuaremos consolidando nuestro Sistema de Gestión de Seguridad e Higiene en México y Centroamérica, lo que nos ayudará a impulsar mejoras continuas.

1,219
tiendas y clubes con cero
accidentes en México.



536
tiendas con cero accidentes
en Centroamérica.



GRI 2-15, 2-23, 205-3, 406-1

Ética

Somos una empresa en constante evolución que mantiene su esencia basada en su cultura y valores. La ética empresarial guía nuestras acciones, asegurando nuestra sostenibilidad y fortaleciendo la confianza de quienes colaboran, consumen, invierten o hacen negocios con nosotros.

Mantener los valores éticos en nuestras operaciones diarias no es sólo un compromiso, es una parte esencial de cómo trabajamos. Para apoyar esto, hemos establecido políticas claras que guían a nuestros asociados en la toma de decisiones éticas.

Conoce más sobre nuestras políticas fundamentales de ética que nos guían cada día:

1. Código de Conducta: define los lineamientos de comportamiento esperado para generar confianza con nuestros asociados, clientes y en toda nuestra empresa, reforzando la idea de que Walmart está comprometida a cumplir con las leyes y regulaciones en todos los lugares donde operamos.

2. Política Global de Prevención de Acoso y Discriminación: establece lineamientos que prohíben estrictamente todo comportamiento discriminatorio y de acoso.

3. Política Global de Conflicto de Intereses: establece los lineamientos para tomar decisiones comerciales justas y objetivas que generen confianza, considerando los intereses de la empresa y ejerciendo el buen juicio, mientras se mantiene consciente de los intereses personales o situaciones que puedan afectar su objetividad.

Nos mantenemos en el top 10 del ranking de las Empresas más Éticas* de AMITAI.

* El ranking de las Empresas más Éticas y su logo son una marca registrada, uso bajo la licencia de INTELICOMP S.A DE C.V.



PARA CONOCER
A DETALLE CADA
UNA DE NUESTRAS
POLÍTICAS, DA CLIC
SOBRE CADA UNA.



Este año continuamos promoviendo diversas acciones en México y Centroamérica para fortalecer una cultura de integridad entre nuestros asociados:



Capacitaciones: impartimos capacitaciones anuales sobre el Código de Conducta tanto para los nuevos asociados como para los existentes. En 2024, ampliamos la audiencia de capacitación para incluir a los líderes de los equipos, quienes recibieron capacitación específica en Ética, Anticorrupción y Antimonopolio.



Premio Integridad en Acción: cada año, celebramos a los asociados que ejemplifican nuestros valores y fomentan una cultura de integridad. En 2024, vimos un aumento en las nominaciones, reconociendo a los asociados que han sido modelos sobresalientes de integridad.



Prevención del acoso sexual: lanzamos el programa Yo Te Cuido con el apoyo de nuestro Director General y vicepresidentes, quienes comunicaron activamente su compromiso de combatir el acoso sexual. El programa incluyó sesiones de concientización para líderes, recursos para abordar conversaciones inapropiadas y campañas internas en redes sociales para identificar y denunciar conductas inapropiadas, entre otras iniciativas.



Embajadores de la integridad: los líderes de la empresa actuaron como portavoces de las iniciativas de integridad, participando en campañas clave como la de prevención del acoso sexual. Enfatizaron la importancia de actuar éticamente, respetar la ley y adherirse a las políticas de la empresa para alcanzar nuestras metas.



Índice de Integridad: consiste en seis preguntas relacionadas con la cultura de integridad de la empresa y el conocimiento del proceso para reportar situaciones inapropiadas, que se incluyen en la encuesta de compromiso para asociados.

Proporcionar canales accesibles y transparentes para que los asociados y grupos de interés reporten sus preocupaciones es otra parte integral para mantener una sólida cultura ética. Nuestros mecanismos de reporte aseguran que cualquier conducta indebida se aborde de manera rápida y justa.





GRI, 2-7, 2-16, 2-26, 205-3

Mecanismos de Reporte

Nos mantenemos firmemente comprometidos y enfocados en atender las denuncias recibidas a través de nuestros canales de reporte, disponibles 24 horas al día, los 7 días de la semana. Esto puede realizarse en español, y nuestros operadores pueden atender a los denunciantes en otros idiomas cuando sea necesario. Las denuncias pueden ser anónimas y son atendidas por equipos especializados dedicados exclusivamente a gestionar estos procesos. Para ello, contamos con diferentes canales de comunicación y de reporte disponibles:

Línea telefónica:

- Línea Ética México 800-963-8422
- Línea Ética Guatemala 1800-835-0377
- Línea Ética Honduras 8002-220-0141
- Línea Ética Costa Rica 0800-542-5443
- Línea Ética El Salvador 800-6126
- Línea Ética Nicaragua 5052-248-2275 local | 001-800-220-1967 (TF)



Correo electrónico: ethics@walmart.com

Página web: <http://www.walmartethics.com/>

Presencial para asociados: comunicación de puertas abiertas a través de la cual los asociados pueden dar a conocer sus preocupaciones a su jefe directo, al líder del siguiente nivel, Recursos Humanos, Ética y Cumplimiento, o al líder Legal.

Comprendemos el valor que requiere expresar y compartir preocupaciones. Por lo tanto, en Walmart no toleramos ninguna forma de represalia contra aquellos que reportan preocupaciones o participan en una investigación.

Medidas de remediación: los casos confirmados pueden resultar en medidas disciplinarias que van desde una advertencia hasta la terminación de la relación laboral o comercial. Además de los hallazgos identificados en dichos casos, se pueden implementar medidas de remediación en coordinación con las áreas de negocio, incluyendo capacitación, mejoras en los procesos, publicación y modificación de políticas, y comunicación reforzada, entre otras.

GRI 205-1, 205-2, 205-3, 415-1

Anticorrupción

Mantenemos una postura firme contra el soborno y la corrupción, y competimos de manera justa y honesta en todos los países donde operamos. Nuestras políticas de anticorrupción refuerzan nuestro compromiso con prácticas comerciales justas y transparentes, protegiendo nuestra reputación y sostenibilidad a largo plazo.

Nuestra [Política Global Anticorrupción](#) prohíbe explícitamente cualquier forma de soborno. Prohíbe estrictamente recibir, ofrecer, pagar, prometer pagar o autorizar el pago de dinero o cualquier artículo de valor para influir indebidamente en cualquier acto o decisión de cualquier persona, incluidos los funcionarios gubernamentales, o para obtener una ventaja injusta en la obtención o retención de negocios. En Walmart de México y Centroamérica, dichas acciones son una violación directa a nuestro Código de Conducta. La Política Global Anticorrupción se aplica a todos los asociados y Terceros Intermediarios (TPI) que actúan en nombre de Walmart. También requerimos que nuestros proveedores se adhieran a nuestros Estándares para Proveedores.

Para combatir eficazmente la corrupción, hemos establecido tanto medidas preventivas como correctivas que nos ayudan a mitigar riesgos y fortalecer el cumplimiento:

Medidas preventivas: realizamos evaluaciones anuales para identificar y priorizar los riesgos que enfrentamos, asegurando claridad sobre cualquier circunstancia que pueda surgir en nuestra operación omnicanal, incluyendo nuestras verticales de negocio. De esta manera, podemos enfocar nuestros recursos en las áreas más críticas. Realizamos revisiones y auditorías de monitoreo mensuales y trimestrales dirigidas por los equipos de Finanzas, Anticorrupción y Auditoría Interna para asegurar la correcta implementación de nuestros controles y procesos, así como con los Terceros Intermediarios. Además, el equipo de Anticorrupción monitorea continuamente controles específicos.



Acciones correctivas: como resultado de estos esfuerzos de monitoreo y auditorías, podemos identificar oportunidades en el diseño o ejecución de nuestros controles y procesos e implementar planes de remediación integrales y efectivos. Esto nos permite corregir o mitigar los riesgos que surgen, fortaleciendo nuestras relaciones comerciales y operaciones diarias.

SASB FB-FR-250A.1, FB-FR-260A.2
GRI 416-1

Seguridad Alimentaria

Reafirmamos nuestro compromiso con la seguridad alimentaria para proteger la salud de nuestros clientes y socios, quienes están cada vez más interesados en conocer la procedencia de sus alimentos, su contenido y los procesos de fabricación. Nuestro objetivo es ofrecer productos a precios accesibles, garantizando la calidad e inocuidad de los alimentos. Para ello, contamos con programas fundamentales en México y Centroamérica, tales como:

Programa *High Five*

1. Mantenlo frío, mantenlo caliente.
2. Cocínalo y enfríalo.
3. Mantente limpio, mantente saludable.
4. Evita la contaminación cruzada.
5. Lava, enjuaga y desinfecta.

Programa de Fraude Alimentario: realizamos análisis de fraude alimentario en productos de riesgo medio y alto, verificando el cumplimiento de ingredientes susceptibles de sustitución. Con esto, podemos determinar si existe un riesgo potencial en los productos de Nuestras Marcas. Además, alineamos nuestras prácticas con las de nuestros proveedores para estandarizar nuestras metodologías operativas.

Programa de Manejo Integrado de Plagas: implementamos controles en tiendas, cedís y plantas de manufactura para prevenir riesgos de contaminación a lo largo de la cadena de suministro y reforzar las prácticas de limpieza en tiendas y clubes. Éstos se gestionan midiendo indicadores basados en ubicaciones geográficas y riesgos de contaminación.

Global Food Safety Initiative (GFSI): requerimos que todos los proveedores de Nuestras Marcas estén certificados bajo este marco, en caso de que no cuenten con algún sistema propio. Continuamos trabajando con los proveedores de insumos e ingredientes en departamentos que procesan alimentos vendidos en tiendas con auditorías de *Global Market*, para lograr su certificación GFSI.

Obtuvimos resultados exitosos:

- Nuestra planta de carne ubicada en Cuautitlán cuenta con la certificación *Safe Quality Food* (SQF L-2), lo que nos permite comercializar productos que garantizan la máxima calidad e inocuidad alimentaria.
- El 100% de nuestras instalaciones están certificadas bajo GFSI.
- 96.24% de las instalaciones de los proveedores de Nuestras Marcas cuentan con la certificación GFSI en México, y 94.84% en Centroamérica.

México

En México, relanzamos nuestro programa Distintivo H para promover mejores prácticas en el manejo de alimentos. Logramos certificar 169 unidades, incluyendo Sam's Club en zonas turísticas, Walmart Supercenters de calidad premium y todo el formato Walmart Express. Este programa fue auditado por un organismo de verificación aprobado por la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Salud y la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS).

Obtuvimos la certificación BRC (*British Retail Consortium*) con una calificación AA en cuatro cedís de perecederos, consolidando nuestro compromiso con los más altos estándares de inocuidad alimentaria en México.

También implementamos el curso de Gestión de Higiene Alimentaria, otorgando el certificado DC3 con validez oficial ante la Secretaría de Trabajo y Previsión Social a los asociados aprobados. Además, capacitamos a los nuevos proveedores del programa Adopta una Pyme en seguridad alimentaria y prevención de fraude alimentario.

Centroamérica

En Centroamérica, fortalecimos nuestro programa de capacitación, adaptándolo a las necesidades prioritarias, con un enfoque particular en los asociados involucrados en nuestras operaciones y manejo de productos perecederos.



Como complemento, tenemos nuestro Programa Integral de Gestión de Quejas. Utilizando un software de *Business Intelligence*, pre-clasificamos las quejas y reclamaciones de los clientes para optimizar el servicio brindado y asegurar una resolución efectiva. Hemos resuelto el 100% de las quejas a favor del cliente.

SASB FB-FR-230A.1, CG-MR-230A.2, CG-EC-230A.2.1, CG-EC-220A.2

GRI 418-1

Privacidad

En Walmart de México y Centroamérica, la privacidad y protección de los datos personales de nuestros asociados, clientes, socios y proveedores es una prioridad. Alineamos nuestras mejores prácticas con las obligaciones regulatorias para asegurar el manejo responsable de la información que nos confían nuestros grupos de interés.

Para seguir fortaleciendo nuestro compromiso con la protección de datos en México, realizamos las siguientes acciones:

Día Internacional de la Privacidad: celebramos esta ocasión promoviendo la concientización sobre las leyes de privacidad, políticas y protección de datos personales.

Estándares EPRA: nos adherimos a los estándares de *Enterprise Privacy Risk Assessment* (EPRA) para garantizar el manejo seguro de los datos personales.

Mayor accesibilidad: integramos un enlace en nuestro aviso de privacidad en todos los recibos físicos de nuestras tiendas y clubes. Además, se colocaron códigos QR en todas nuestras tiendas para facilitar el acceso a la información de privacidad.

En 2024, colaboramos estrechamente con diversas áreas y verticales de negocio para diseñar soluciones y requisitos de privacidad que aseguren un control oportuno y preciso sobre cómo se manejan los datos personales.

Nuestra protección constante de la privacidad de los datos también se reforzó a través de evaluaciones y mejoras continuas en nuestros procesos, asegurando que mantengamos los más altos estándares de seguridad. Durante el año, revisamos y aprobamos 506 EPRAS en México y 257 en Centroamérica, sumando un total de 763 entre ambas regiones.



caso de ÉXITO

Automatización en la gestión de derechos ARCO

Implementamos una plataforma centralizada para gestionar los derechos ARCO (Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición), optimizando el servicio en todas nuestras verticales. Esta solución, alineada con los procesos globales y utilizada por Walmart en Estados Unidos y Canadá, marca el inicio de nuestra transición hacia procesos globales. Posteriormente, integraremos esta plataforma con nuestros sistemas de información para automatizar completamente el proceso, mejorando la eficacia, la trazabilidad y la rapidez en la respuesta a nuestros clientes.

GRI 2-27, 303-2, 303-4, 304-1, 304-2, 304-3, 304-4, 306-3

Ambiental

El cumplimiento ambiental es fundamental para convertirnos en una empresa sustentable. Todas nuestras actividades comerciales se llevan a cabo de acuerdo con las regulaciones ambientales aplicables en cada país donde operamos.

Enfocamos nuestra estrategia en reducir nuestro impacto ambiental en las siguientes áreas:



Gestión de Riesgos e Impactos Ambientales

México

Realizamos análisis ambientales para todas las unidades en construcción y operación, asegurando que cumplan con las regulaciones y estándares ambientales locales y nacionales. Estos análisis incluyeron el monitoreo de los vertidos de aguas residuales, emisiones y ruido. También generamos informes de cumplimiento respecto a las condiciones establecidas en los estudios de impacto y riesgo ambiental.

Centroamérica

Contamos con un equipo multidisciplinario que lidera iniciativas alineadas con el programa opcional Bandera Azul Ecológica, que reconoce a las tiendas en Costa Rica con un desempeño ambiental sobresaliente. En 2024, cinco tiendas recibieron este prestigioso reconocimiento. Además, implementamos la Certificación Verde de Embajadores de Cumplimiento, alcanzando a 200 asociados en la región.

Gestión de Residuos

México

En cumplimiento con las regulaciones locales, eliminamos las bolsas de plástico en las líneas de caja en todas nuestras tiendas y clubes a nivel nacional. Además, de acuerdo con las regulaciones de la Ciudad de México, ahora utilizamos exclusivamente empaques y contenedores de plástico con menor impacto ambiental para reducir los desechos plásticos. Tener una logística eficiente desempeñó un papel crucial en la sustitución exitosa de plásticos de un solo uso por alternativas sustentables en todas nuestras operaciones.

Aguas Residuales

México

Continuamos con la construcción y conversión de plantas de tratamiento de aguas residuales y biodigestores para asegurar el cumplimiento con las regulaciones de descarga de aguas residuales para cuerpos de agua catalogados como bienes nacionales. También continuamos con la implementación del programa estratégico acordado con la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA).

Centroamérica

Estandarizamos y fortalecimos el programa de mantenimiento preventivo para las plantas de tratamiento de aguas residuales en la región. Adicionalmente, completamos la instalación de 62 trampas de limpieza automática en las áreas de rosticería en Costa Rica, con el objetivo de minimizar la cantidad de aceites y grasas que pudieran afectar nuestras plantas de tratamiento.



Integramos registros digitales para monitorear la generación de residuos en nuestras tiendas, lo que nos permite obtener datos de manera más eficiente para la toma de decisiones.



GRI 416-1

Salud y Bienestar

La salud y el bienestar de nuestros clientes es nuestra prioridad. Nos esforzamos para asegurar el cumplimiento regulatorio y mantener los más altos estándares de calidad en productos farmacéuticos y atención médica en todos nuestros establecimientos.

Nos enfocamos en optimizar procesos para ofrecer a nuestros clientes y socios soluciones ágiles y accesibles que contribuyan a mejorar su salud y calidad de vida, asegurando que sean seguras y confiables.



México

- **Plataforma web de salud:** analizamos nuestra plataforma para asegurar el cumplimiento con el marco regulatorio de salud.



- **Plan de mercadotecnia para farmacias:** revisamos los materiales publicitarios relacionados con productos y servicios de salud para asegurar el cumplimiento con las regulaciones de salud en publicidad.



- **Estándares y controles para aperturas:** identificamos los requisitos regulatorios de salud necesarios para la apertura de nuevas instalaciones como farmacias, centros de distribución y Centros de Servicios Médicos.



- **Revisión y validación de proyectos de salud:** aseguramos que los proyectos de la vertical de salud, como la administración de vacunas, las pruebas de diagnóstico rápido y campañas de salud, cumplieran con los marcos regulatorios de salud aplicables.



- **Autorizaciones y monitoreos de salud:** realizamos revisiones y validaciones de autorizaciones sanitarias de todos los proveedores y productos de farmacia, incluyendo insumos de salud, remedios herbolarios, suplementos alimenticios y productos cosméticos. Además, realizamos un monitoreo continuo del Marketplace para verificar que todos los productos cumplan con el marco regulatorio de salud aplicable.



Centroamérica

- **Capacitaciones:** proporcionamos capacitación anual al personal de farmacia y capacitaciones para el equipo de eCommerce para asegurar el cumplimiento y la calidad en las entregas a domicilio de medicamentos y servicio de Pick Up.



- **Actualización y estandarización:** actualizamos los prototipos de farmacia para optimizar el uso del espacio y asegurar el cumplimiento de las medidas adecuadas de las instalaciones. Además, garantizamos la disponibilidad del equipo necesario para proporcionar una experiencia de alta calidad al cliente.



- **Guía de Excelencia Operativa:** desarrollamos e implementamos esta herramienta para evaluar integralmente nuestras farmacias en términos de cumplimiento, desempeño comercial, gestión de inventarios, calidad del servicio y eficiencia operativa.

Servicios Financieros y Prevención de Lavado de Dinero

Contamos con un programa de cumplimiento para Servicios Financieros y Prevención de Lavado de Dinero que reforzamos continuamente y alineamos con la estrategia global de Walmart. En México y Centroamérica, apoyamos la estrategia de negocio asegurando el cumplimiento de productos y servicios financieros, implementando y fortaleciendo controles y procesos desde su inicio. Nuestras principales áreas de enfoque son:

Programa de Prevención de Lavado de Dinero

Este año, unificamos el equipo de Prevención de Lavado de Dinero en México y Centroamérica bajo un solo liderazgo para optimizar la coordinación. Mantuvimos un enfoque basado en riesgos desde la perspectiva de la Prevención de Lavado de Dinero para revisar y evaluar procesos, tales como:

- **Reportes regulatorios:** mejoramos los procesos de consolidación y validación de datos para la preparación y presentación de informes regulatorios.
- **eCommerce:** continuamos desarrollando alertas de fraude, capacitando a los asociados y brindando *onboarding* a nuevos vendedores del *Marketplace*.
- **Bienes Raíces:** en Centroamérica, optimizamos, digitalizamos y rastreamos el proceso de consolidación y aprobación en las áreas de Finanzas, Anticorrupción y Legal para proyectos de construcción de nuevas tiendas.

Remesas

Estamos convencidos de que tener la capacidad de recibir y entregar remesas es una propuesta de valor única para nuestros clientes. Por ello, implementamos procesos y controles para detectar actividades inusuales y posibles fraudes a través de nuestros mecanismos de monitoreo. En Centroamérica, lanzamos con éxito una nueva plataforma para el procesamiento de remesas en efectivo, mejorando los controles y facilitando el trabajo de los asociados. Esta iniciativa optimizó los tiempos de procesamiento y aseguró pagos precisos de remesas.



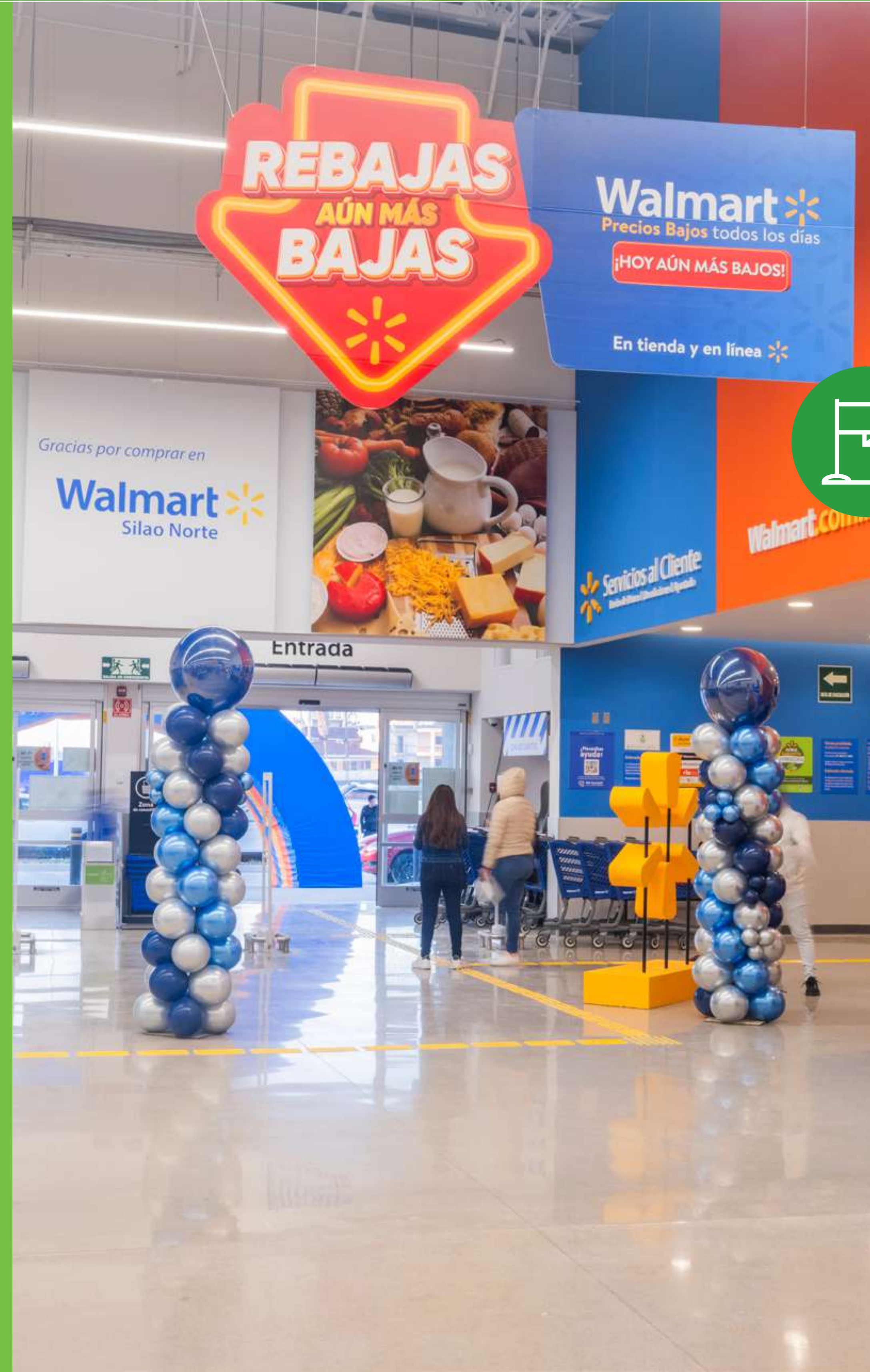
Licencias y Permisos

Nos esforzamos por asegurar que las licencias y permisos requeridos se procesen y renueven de manera legal, puntual y eficaz, garantizando la continuidad operativa y optimizando la experiencia de compra para nuestros clientes y socios.

La **Política Global de Licencias y Permisos** define los comportamientos requeridos y prohibidos, junto con los estándares y controles que rigen los procesos de obtención, renovación y mantenimiento de licencias y permisos en todos los países donde operamos.

Gestionamos exitosamente más de **22 mil** licencias para la operación y apertura de nuevas unidades, logrando el mayor número de aperturas de nuestra historia.

- Renovamos más de 19,500 licencias en México y obtuvimos permisos para la construcción y operación de 151 nuevas unidades de negocio. En Centroamérica, renovamos y tramitamos el 100% de los permisos de construcción requeridos para planes de crecimiento anual, remodelación, mantenimiento y proyectos especiales.
- En México, gestionamos más de 4,000 licencias para el mantenimiento de unidades operativas y el desarrollo de iniciativas del ecosistema, incluyendo cuatro Clínicas de Salud, 11 centros de Bait, y proyectos sustentables de la empresa.



caso de ÉXITO

Innovación tecnológica

Nuestro proceso de gestión de licencias y permisos está completamente documentado en nuestro sistema de Gestión Global de Licencias (GLM), cubriendo todas las etapas del proceso. Este sistema mejora los tiempos de respuesta y la eficiencia administrativa. En 2024, lanzamos una aplicación móvil para el sistema GLM, permitiendo a los asociados a gestionar licencias y permisos de manera más eficiente y precisa.



SASB CG-MR-410A.2
GRI 416-1

Seguridad de los Productos

Uno de nuestros principales compromisos es garantizar la seguridad de los productos que ofrecemos a nuestros clientes y socios.

México

Colaboramos con nuestros proveedores para garantizar que cada producto cumpla con los más altos estándares de seguridad y calidad. Nuestros programas y estrategias incluyen:

- **Pruebas pre-envío:** implementamos lineamientos específicos para productos de mercancía general, como wafleras y sandwicheras, asegurando que los productos sean seguros de usar antes de llegar a nuestros clientes.
- **Factory Capability and Capacity Audit (FCCA):** capacitamos al 100% de nuestros proveedores sobre lineamientos críticos de seguridad y realizamos auditorías semianunciadas para evaluar su preparación. Estas auditorías son clave para mantener la calidad y seguridad en todas las categorías.
- **Procedimiento de estudios de calidad:** en colaboración con la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), realizamos estudios de calidad para asegurar el cumplimiento, particularmente con Nuestras Marcas, brindando mayor confianza a nuestros clientes.
- **Cumplimiento del etiquetado:** comunicamos los requisitos de lote para el etiquetado de productos de mercancía general con el fin de mejorar la trazabilidad y reducir el impacto de posibles retiros de productos, optimizando nuestra logística.
- **Manuales de inspección y laboratorio:** desarrollamos manuales para inspecciones y pruebas de laboratorio de mercancía general, enfocados en Nuestras Marcas. Estos manuales optimizaron las auditorías, inspecciones y monitoreos, asegurando el cumplimiento de las regulaciones mexicanas y mejorando la seguridad de producto.

Centroamérica

En 2024, reforzamos nuestro compromiso con la seguridad de los productos a través de las siguientes iniciativas:

- **Retiros de productos:** mejoramos los procesos para reportar y gestionar retiros utilizando herramientas de comunicación interna, sistemas de alerta e informes de tiendas.
- **Monitoreo de seguridad de productos:** monitoreamos y abordamos las nuevas regulaciones de seguridad para productos como refrigeradores, cosméticos, estufas y aires acondicionados.
- **Etiquetado de productos:** realizamos revisiones del etiquetado en puntos de venta y cedís, para categorías como bienes de consumo, juguetes y electrodomésticos. Se desarrollaron guías de pruebas para asegurar el cumplimiento con los estándares regulatorios de etiquetado.

Obtuvimos más de **2,400** registros sanitarios en Centroamérica, de los cuales 61% corresponden a la categoría de abarrotes y 39% a la categoría de consumo y otras.

SASB FB-FR-310A.2
 GRI 402-1, 408-1, 409-1

Cumplimiento Laboral

Estamos comprometidos con proteger los derechos laborales de nuestros asociados en México y Centroamérica. Garantizamos una compensación justa y horas de descanso, así como un ambiente libre de discriminación y acoso. Además, estamos en constante evolución para alinearnos con las nuevas regulaciones y leyes en los países donde operamos.

Recientemente, México aprobó la Ley Silla, que exige la provisión de asientos con respaldo para los trabajadores que permanecen de pie durante periodos prolongados. Esta medida tiene como objetivo mejorar las condiciones laborales, prevenir problemas de salud y reducir los accidentes en el lugar de trabajo. Estamos plenamente comprometidos con cumplir este requisito ergonómico, fomentando un entorno de trabajo digno y eficiente.

En Costa Rica, Guatemala y Honduras, lanzamos el proyecto Kairós, un nuevo sistema para rastrear la asistencia, programación y procesos de pago de los asociados. Además, creamos estrategias de mitigación de riesgos y planes de comunicación asertiva para abordar las contingencias laborales presentadas por los asociados. Este enfoque garantiza el cumplimiento laboral, reduce los riesgos laborales y mejora la calidad de vida de nuestros asociados.

Hemos fortalecido el monitoreo de la jornada laboral de nuestros asociados en tiendas, clubes y centros de distribución para asegurar el cumplimiento de los estándares laborales y mejorar las condiciones de trabajo.





Comercio Exterior

Nuestro programa de Comercio Exterior consiste en asegurar que la importación y exportación de la mercancía de la empresa cumpla con las regulaciones de comercio exterior aplicables. Abarca desde la admisibilidad de los bienes hasta la seguridad de la cadena de suministro. Abordamos aspectos clave como el cumplimiento de normativas aduaneras, controles de exportación, verificación de certificados de origen, cumplimiento de normas gubernamentales, reglas de origen y los programas de seguridad, asegurando una ejecución alineada con las mejores prácticas internacionales.

En 2024, implementamos iniciativas clave que fortalecieron nuestras prácticas de cumplimiento y elevaron los estándares de seguridad e integridad en nuestras operaciones. Estas acciones incluyeron:

Certificados de Origen T-MEC

En México, realizamos auditorías de los certificados de origen T-MEC (Tratado México-Estados Unidos-Canadá) para 2022 y 2023. Además, desarrollamos procedimientos operativos estándar para la revisión y auditoría de certificados, así como lineamientos de revisión previo a la importación.

Organizamos cuatro seminarios web enfocados en las reglas de origen del T-MEC, en los que participaron más de 500 asistentes y 135 proveedores. Durante estos eventos, compartimos información esencial sobre los procesos y estándares del Tratado, incluyendo los criterios aplicables y los procesos correctos de llenado, verificación y certificación de origen por parte de las autoridades aduaneras. Estos seminarios no sólo fortalecieron el conocimiento técnico de nuestros proveedores, sino que también ampliaron la sensibilización sobre la importancia de cumplir rigurosamente con estos procesos.

Operador Económico Autorizado (OEA)

Para agilizar y facilitar nuestras transacciones de comercio exterior, trabajamos para mantener segura nuestra cadena de suministro a través de nuestra certificación de Operador Económico Autorizado, la cual es otorgada por las autoridades aduaneras a los agentes económicos que participan en el comercio internacional. Su finalidad es fortalecer la seguridad de nuestra cadena logística de comercio exterior mediante la implementación de estándares de seguridad reconocidos internacionalmente. Uno de sus principales objetivos es prevenir el contrabando, el terrorismo y el tráfico de drogas, entre otros.

En México, en 2023, recibimos la recertificación OEA con vigencia de dos años. En 2024, mantuvimos nuestro cumplimiento con los estándares y obligaciones establecidas por las autoridades aduaneras. En Centroamérica, solicitamos la recertificación OEA para Walmart Costa Rica, logrando un cumplimiento del 100% con los procedimientos aplicables. Esto refuerza nuestro compromiso con el cumplimiento regulatorio en la región y fortalece la confianza de nuestros socios comerciales y clientes.

GRI 206-1

Antimonopolio

México

Fortalecimos nuestra comunicación con audiencias externas clave, como proveedores y vendedores del *Marketplace*, para continuar asegurando el cumplimiento con las leyes de antimonopolio y nuestras políticas. Este enfoque refuerza nuestro compromiso con la competencia justa, protegiendo los intereses de nuestros clientes y el fortaleciendo las relaciones comerciales.

En México, durante 2024, capacitamos a 2,181 asociados a través de sesiones presenciales y a 847 a través de capacitaciones en línea. De esta forma, nos hemos concentrado en la comunicación y colaboración apropiada con competidores, proveedores y proveedores de terceros, así como las formas para llevar a cabo nuestras negociaciones con ellos.

En relación con la investigación de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) mexicana por prácticas monopólicas relativas (abuso de dominio) en el mercado de "suministro y distribución mayorista de bienes de consumo, comercialización minorista de dichos bienes de consumo y servicios relacionados", en diciembre de 2024, la autoridad emitió una decisión final imponiendo una multa, así como estableciendo ciertas medidas que comprenden diferentes acciones de remediación. Aunque esta decisión está actualmente sujeta a revisión judicial, nuestros equipos de Cumplimiento y Legal han estado y continuarán trabajando conjuntamente en la implementación de estas medidas correctivas, particularmente en lo que respecta a ciertas adiciones al programa de cumplimiento antimonopolio y el lanzamiento de un canal de denuncia complementario para que los proveedores presenten reportes.



PARA MÁS INFORMACIÓN SOBRE
LA INVESTIGACIÓN DE LA COFECE,
HAZ **CLIC AQUÍ**.

Centroamérica

Nuestro *Merchant Town Hall* se llevó a cabo por tercer año consecutivo, en el cual se abordaron las necesidades de negociación y la importancia de mantener relaciones comerciales bilaterales centradas en los costos. Trabajamos en alinear las operaciones con las regulaciones locales, como los lineamientos de la Comisión para Promover la Competencia (COPROCOM) en Costa Rica, desarrollando materiales educativos sobre altos estándares de ética y legalidad. También habilitamos un canal de consulta interno con los equipos de Antimonopolio y Legal para apoyar la toma de decisiones del equipo comercial. Continuaremos promoviendo el reporte de posibles prácticas monopólicas dentro y fuera de la organización.

Políticas y Lineamientos

Como parte de nuestro compromiso con el apoyo a la continuidad y mejora del negocio, mantuvimos un canal interno para consultas sobre temas de antimonopolio por parte de los equipos de la empresa en México y Centroamérica. A lo largo de 2025, seguiremos mejorando nuestros programas de capacitación, mientras fortalecemos e implementamos estándares y controles para asegurar que nuestras prácticas de negocio sigan las leyes antimonopolio.



SASB FB-FR-270A.1

GRI 2-27, 416-2, 417-1, 417-2, 417-3

Protección al Consumidor

Nuestros clientes están al centro de todo lo que hacemos. Por lo tanto, es esencial proporcionarles información clara y precisa sobre nuestros productos y servicios, asegurando el cumplimiento de los términos y condiciones, y adhiriéndonos a las leyes y regulaciones de protección al consumidor en los países donde operamos. Trabajamos para cumplir con el etiquetado, la publicidad y las restricciones de ventas, así como para atender visitas de las autoridades para verificar el cumplimiento de lo anterior, permitiendo a los clientes tomar decisiones informadas.

Implementamos las siguientes iniciativas para mejorar la protección al consumidor y asegurar el cumplimiento con las regulaciones aplicables:

- **Cumplimiento de publicidad:** en México y Centroamérica, revisamos los materiales publicitarios para asegurar que la información proporcionada sea clara, precisa y veraz.
- **Transparencia en el etiquetado:** monitoreamos y revisamos las etiquetas y empaques de los productos en México y Centroamérica para asegurar el cumplimiento y proporcionar a los clientes información clara y precisa. Estamos a la espera de la emisión de las regulaciones de la Ley General de Alimentación Adecuada y Sostenible para modificar el etiquetado de productos de Nuestras Marcas e indicar si contienen Organismos Genéticamente Modificados (OGM).
- **Capacitación:** en México, los equipos de *Category*, *Marketplace*, *Marketing* y *Growth* recibieron capacitación sobre los principios generales de protección al consumidor. También aprendieron sobre las restricciones locales en las ventas y publicidad en determinadas categorías, como vinos y licores.



- **eCommerce y Marketplace:** en México, monitoreamos y aseguramos que la información en nuestros sitios web sea precisa y no incluya productos prohibidos por las regulaciones aplicables o las políticas internas de la empresa, como productos ofensivos, discriminatorios o inapropiados.

- **Quejas:** en México, desarrollamos una política de escalamiento de quejas para asegurar la resolución rápida y efectiva de las quejas de los clientes en nuestras tiendas. Esta iniciativa reduce la fricción con los clientes y minimiza el riesgo de sanciones por parte de las autoridades.

SASB CG-MR-410A.1, FB-FR-430A.1, FB-FR-430A.3
GRI 308-1, 308-2, 408-1, 414-1, 414-2

Abastecimiento Responsable

Para avanzar en nuestro camino hacia la regeneración, debemos prestar especial atención a nuestra cadena de valor, la cual está basada en la responsabilidad, transparencia y el cumplimiento legal. Fortalecemos nuestras relaciones con los proveedores y erradicamos cualquier conducta que pueda violar los derechos humanos o ambientales. La prohibición del trabajo forzado e infantil, la no discriminación, la prohibición de la corrupción y la garantía de empleos dignos y seguros son nuestros compromisos diarios.

Para tener un marco regulatorio robusto y claro, el programa de Abastecimiento Responsable de Walmart de México y Centroamérica está alineado con las siguientes políticas:

- Política Global de Cumplimiento de Abastecimiento Responsable
- Política Global de Prevención del Trabajo Forzado



PARA CONOCER LOS
ESTÁNDARES PARA
PROVEEDORES [CLIC AQUÍ.](#)

PARA CONOCER EL
CÓDIGO DE CONDUCTA
[HAGA CLIC AQUÍ.](#)

El conocimiento y la correcta implementación de estas políticas por parte de nuestros proveedores es fundamental para el adecuado funcionamiento del programa.

Capacitamos a **1,106** asociados del equipo comercial y otras áreas de abastecimiento en México, así como a **256** en Centroamérica sobre nuestras políticas clave de Abastecimiento Responsable.

Auditoría y Clasificación de Riesgos

Nuestra estrategia de abastecimiento responsable se refuerza mediante auditorías sistemáticas y evaluaciones de riesgos, asegurando que nuestros proveedores cumplan con los más altos estándares.

Nuestros proveedores deben cumplir con uno o más programas de auditoría externa aprobados por Walmart de México y Centroamérica.

Este programa utiliza una metodología basada en datos, incluyendo los indicadores del *British Standards Institute*, para categorizar los riesgos potenciales en nuestras instalaciones por región o territorio. Estas categorías determinan la frecuencia y el tipo de auditoría requerida.

Los proveedores deben corregir cualquier incumplimiento identificado en el reporte de auditoría. Nuestro equipo de Abastecimiento Responsable dispone de varias opciones para facilitar la búsqueda de soluciones de remediación.

Realizamos
7,844
auditorías en instalaciones de terceros en México y Centroamérica.

Resultados de las auditorías

4,341 auditorías
México



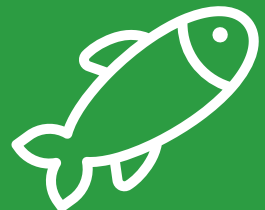
3,503 auditorías
Centroamérica



Reforzamos nuestro enfoque en los derechos humanos ofreciendo recursos específicos en el *Hub* de Abastecimiento Responsable, destinados a mejorar las prácticas en 10 cadenas de suministro clave.



Ropa de Bangladesh



Atún de Tailandia



Camarones de Tailandia



Frutas y verduras de EUA y México



Electrónicos de Malasia



Muebles para el hogar de Malasia



Textiles para el hogar y ropa de India



Textiles para el hogar y ropa de Vietnam



Ropa de Jordania



Ropa de Guatemala

Este año, también introdujimos un componente ambiental más fuerte, enfocado en impulsar el cumplimiento de los estándares ambientales, establecer líneas base para las emisiones de gases de efecto invernadero y preparar nuestra cadena de suministro ante cambios regulatorios.

Academia de Abastecimiento Responsable

Ofrecimos recursos de capacitación en varios idiomas para facilitar la comprensión y el cumplimiento de criterios, estándares y mejores prácticas.

Temas clave abordados:

- Auditorías y lineamientos de cumplimiento global.
- Prevención del trabajo forzado.
- Seguridad e Higiene.
- Controles de la cadena de suministro.

481

representantes de proveedores completaron cursos de capacitación en México y Centroamérica.



SASB: FB-FR-230A.2, CG-MR-230A.1, CG-EC-230A.1

Ciudadanía Digital y Seguridad de la Información

Buenos Ciudadanos Digitales

Al ser un minorista omnicanal, liderado por personas e impulsado por tecnología, utilizamos herramientas tecnológicas y datos en toda nuestra operación para mejorar la experiencia del cliente y facilitar el trabajo de nuestros asociados. Nuestro compromiso con el uso responsable de datos y tecnología fomenta la confianza, gracias a la implementación de medidas para proteger la información personal y garantizar la seguridad de los sistemas que respaldan nuestras operaciones.

Buscamos construir y mantener la confianza de nuestros clientes, asociados, proveedores, comunidades y otros grupos de interés en cuanto al uso de tecnología y datos, en línea con nuestros valores de:



SERVICIO



EXCELENCIA



INTEGRIDAD

RESPECTO POR
EL INDIVIDUO



TECNOLOGÍA

HABILITADORES en acción

Utilizamos la tecnología para impulsar nuestra estrategia, acelerar el crecimiento y optimizar nuestras operaciones. Automatizamos procesos críticos, ampliando los escaneos a tiendas y cedís, implementando la tokenización, y madurando los controles de seguridad y segmentación de red.

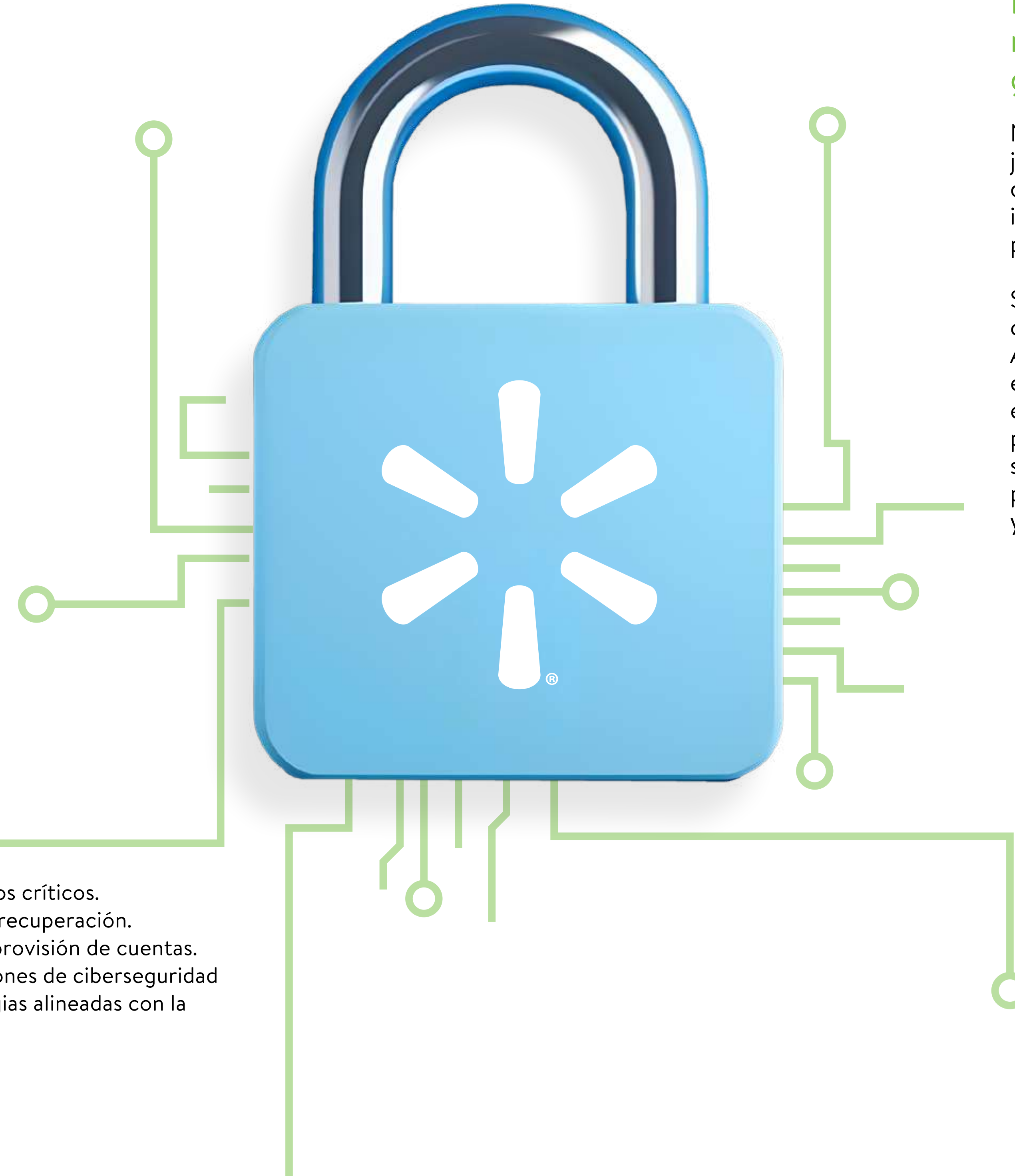
Nuestro equipo de Tecnología se enfoca en modernizar las plataformas tecnológicas y de datos, fortaleciendo así nuestro perfil de continuidad de la actividad y recuperación ante interrupciones tecnológicas o amenazas a la seguridad de la información. Además, nuestras iniciativas en Seguridad de la Información (InfoSec) crean un ecosistema operativo más seguro, protegiendo la confiabilidad de nuestras aplicaciones y datos, tanto para la compañía como para nuestros grupos de interés.



La inversión en infraestructura fortalece la red InfoSec y la capacidad operativa.

PRIORIZAMOS:

- Documentar servicios críticos.
- Realizar pruebas de recuperación.
- Automatización de provisión de cuentas.
- Consolidar evaluaciones de ciberseguridad para definir estrategias alineadas con la Alta Dirección.



Ponemos en práctica estos compromisos a través de cuatro áreas de enfoque:

1. Gobernanza

Fortalecemos la supervisión adecuada de nuestros datos y tecnología mediante una gestión responsable.

Nuestros Comités de Auditoría y Prácticas Societarias juegan un papel crucial en nuestra estrategia de Seguridad de la Información. Se reúnen trimestralmente para revisar iniciativas, tendencias, riesgos y estrategias, asegurando la protección de la información de la compañía.

Somos un referente global gracias a la magnitud y complejidad de nuestro ecosistema de productos y servicios. Al gestionar millones de transacciones por segundo, enfrentamos más de 9,400 ciberataques anualmente. Por ello, ante cualquier contingencia que pueda afectar nuestros pilares de continuidad —como asociados, instalaciones, sistemas y terceros— activamos de inmediato nuestros planes y controles para garantizar la continuidad del negocio y el desarrollo ininterrumpido de nuestras actividades.



2. Fomento de la confianza digital

Tomando decisiones sobre nuevas tecnologías, servicios y uso de datos alineadas con nuestros compromisos de Confianza Digital, centramos nuestras acciones de confianza digital en los siguientes ejes de acción:



Ingeniería social: desarrollamos un programa de concientización para que los usuarios finales pudieran identificar posibles mensajes dañinos en nuestras plataformas. Además, cada uno de nuestros asociados debe completar una capacitación anual en InfoSec.



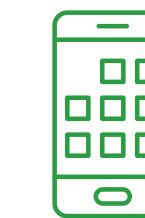
Puntuación de riesgos de seguridad: nuestras capacidades de seguridad de la información empresarial están alineadas con el Instituto Nacional de Estándares y Tecnología (NIST, por sus siglas en inglés). Esto nos ayuda a identificar nuestro riesgo y permite la protección continua de nuestros activos y datos tecnológicos.



Asimismo, desarrollamos soluciones a los riesgos identificados, así como a las observaciones de auditorías externas por medio de los siguientes mecanismos para brindar confianza:



Arquitectura de Red de Tecnologías de la Información (TI): implementamos una arquitectura de red que busca reducir la vulnerabilidad de los datos sensibles de nuestros grupos de interés.



Gestión de acceso: realizamos informes periódicos de revisión de los usuarios de nuestras aplicaciones para identificar áreas de oportunidad o riesgos potenciales.



Controles de gestión del cambio: el proceso de gestión de cambios en México y Centroamérica sigue las prácticas y controles establecidos por nuestras políticas y estándares tecnológicos globales. Estos estándares se aplican a nuestras solicitudes, seguimiento y documentación de procesos y cambios dentro de nuestras herramientas comunes y globales.



Inteligencia Artificial Responsable: estamos integrando la Inteligencia Artificial (IA) en diversas áreas de nuestro negocio, desde la mejora de experiencias para clientes, socios y asociados, hasta la optimización del inventario en nuestra cadena de suministro. A medida que el ritmo de innovación aumenta y herramientas de IA más sofisticadas se incorporan a nuestras operaciones, es fundamental que las personas a las que servimos se sientan seguras y cómodas con la forma en que utilizamos la tecnología. En Walmart de México y Centroamérica hemos adoptado políticas que guían el diseño, implementación y seguridad de nuestras soluciones de IA.

3. Seguridad de la Información

Protegiendo el uso de la información de clientes y asociados para garantizar la confidencialidad y mantener la confianza. Centramos nuestras acciones de seguridad de la información en los siguientes ejes de acción:

Superamos nuestra meta de contar con 80.0% de apps en producción con SSP aprobado, logrando **83.0%**



Riesgos de datos:

Los datos representan uno de nuestros activos más importantes. Nuestros equipos de seguridad de la información trabajan constantemente en identificar potenciales riesgos e implementar medidas de mitigación.

Gestión de vulnerabilidades:

Radica en evitar la persistencia de vulnerabilidades de seguridad que podrían ser aprovechadas para perjudicar la operación. Cualquier alerta es escalada inmediatamente para evitar incidentes.

Riesgos e incidentes de seguridad clave:

Contamos con el Centro de Operaciones de Seguridad, el cual recibe los eventos del ecosistema de TI que puedan suscitarse. A través de nuestros procesos, el equipo de Respuesta a Incidentes los analiza y les da seguimiento hasta su cierre.

Gestión de certificados:

Nuestros certificados digitales permiten el transporte seguro para aplicaciones internas y orientadas a internet.

Programa de sensibilización del usuario:

A través de campañas de sensibilización y comunicación, nos aseguramos de que nuestros asociados y proveedores comprendan los riesgos asociados al ecosistema digital. De esta manera, buscamos prevenir que, como usuarios de información, tomen acciones inapropiadas que puedan comprometer la seguridad de la compañía, nuestros asociados o clientes.

Gestión del SSP:
(Solution Security Plan)

Nuestra revisión de procesos de seguridad y arquitectura permite a los propietarios de productos implementar soluciones tecnológicas que cumplan con los controles de privacidad y seguridad de la información.

4. Ciberseguridad

Fortalecimos nuestra capacidad de respuesta a los riesgos de ciberseguridad activamente durante el año, garantizando que el ecosistema de trabajo y la información confidencial se mantuvieran protegidos en todo momento.

Ejes de acción:

- **Ciberseguridad:** protegimos todo nuestro ecosistema tecnológico (*hardware* y *software*), cada dispositivo y nuestros datos.
- **Secuestro de datos:** realizamos un ejercicio para simular un ataque de *ransomware*, lo que nos permitió identificar la fortaleza y el perfil de nuestras herramientas actuales y la capacidad de respuesta organizacional.

Durante el 2024, logramos una reducción del 28.0% de vulnerabilidades derivadas de pruebas de penetración a sistemas en comparación con el 2023.





GRI 2-23, 410-1, 411-1

Derechos Humanos

Nuestro negocio está profundamente ligado a las personas: contamos con aproximadamente 241 mil asociados, atendemos semanalmente a cerca de 6 millones de clientes en seis países, y colaboramos con más de 44 mil proveedores.

Respetamos los derechos humanos y aprovechamos nuestra escala colectiva, capacidades e influencia para mejorar la vida de las personas y comunidades, enfocándonos en temas clave de derechos humanos. Nuestra Declaración de Derechos Humanos, alineada con instrumentos internacionales como la Declaración Universal de Derechos Humanos de la ONU y los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, reafirma nuestro compromiso y valores. Estos principios están integrados en nuestro Código de Conducta para todos los asociados y en los Estándares para Proveedores.

Fomentamos el cumplimiento de los Derechos Humanos a través de:

- Nuestra Declaración de Derechos Humanos, actualizada en 2024 y basada en los valores de Walmart, la cual constituye la base de nuestro enfoque hacia los derechos humanos y reafirma nuestro compromiso con su aplicación.
- Una gobernanza que incluye la supervisión de temas clave por parte de la alta dirección y el Consejo de Administración de Walmart de México y Centroamérica.
- Una gestión efectiva de los temas relevantes en derechos humanos a través de políticas, evaluación de impactos, integración de hallazgos, seguimiento del desempeño y abordaje de preocupaciones, incluyendo medidas de remediación cuando sea necesario.



HAZ CLIC **AQUÍ**
PARA CONOCER
NUESTRA
DECLARACIÓN
DE DERECHOS
HUMANOS.

GRI 2-25, 2-26

Evaluación de Riesgos

Cada año, Servicios Globales de Auditoría lleva a cabo una Evaluación de Riesgos siguiendo la metodología establecida por Walmart Inc., y adaptándola a la realidad de México y Centroamérica.

Enterprise Risk Management (ERM)

En nuestro proceso de administración y mitigación de riesgos conocido como ERM (*Enterprise Risk Management*), generamos una visión holística de los riesgos y facilitamos el intercambio de mejores prácticas. El proceso consiste en cinco pasos y se lleva a cabo de forma trimestral:

En cada ciclo, nos dedicamos a identificar y evaluar la incorporación de nuevos riesgos. Por lo tanto, es fundamental realizar una evaluación exhaustiva sobre la probabilidad y el nivel de impacto que un riesgo puede generar. Finalmente, destinamos recursos a los planes de mitigación, asegurándonos de que se implementen diariamente. En el 2024, logramos simplificar el registro de riesgos con mejoras tecnológicas para garantizar un enfoque eficiente hacia los riesgos más críticos para nuestra compañía y nos apalancamos en la experiencia de Walmart Inc. para robustecer nuestros planes de mitigación, adecuándolos y alineándolos a las necesidades y contexto de México y Centroamérica.



1

Evaluación de riesgos potenciales: análisis y escalamiento de riesgos con los equipos internos.

2

Inicio del proceso: adiciones o eliminaciones de riesgos de arriba hacia abajo.

3

Actualización trimestral: validación y calibración por parte de los dueños de cada riesgo y actualización de los planes de mitigación.

4

Validación del comité ejecutivo: discusión de riesgos relevantes, definición de la calificación para cada riesgo.

5

Validación del Consejo de Administración: presentación y retroalimentación.



CONOCE MÁS
SOBRE NUESTRA
EVALUACIÓN DE
RIESGOS **AQUÍ.**

GRI 2-9

Gobierno Corporativo

Nuestro Gobierno Corporativo nos lidera, motiva y acompaña para que sigamos alcanzando nuestras metas y objetivos. El Consejo de Administración supervisa la estrategia empresarial, la planificación estratégica y la gestión de los riesgos clave que puedan afectar a la empresa.



CONOCE MÁS SOBRE
NUESTRO CONSEJO DE
ADMINISTRACIÓN **AQUÍ.**

* Consejo de Administración actualizado al 31 de diciembre de 2024.
** Consejero presidente.

SASB CG-EC-330A.3, CG-MR-330A.1
GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-14, 2-17, 2-18, 2-19, 2-20, 2-21, 405-1

Consejo de Administración

INFORMACIÓN GENERAL										
	Guilherme Loureiro**	María Teresa Arnal	Ignacio Caride	Ernesto Cervera	Elizabeth Kwo	Eric Pérez-Grovas	Karthik Raghupathy	Viridiana Ríos	Venessa Yates	Tom Ward
Género	H	M	H	H	M	H	H	M	M	H
Independiente		X		X	X	X		X		
Miembro desde	2016	2022	2024	2014	2022	2018	2022	2024	2024	2021
Experiencia										
Contabilidad y auditoría	*		*	*		*				
Marca y marketing	*		*						*	*
Estrategia de negocio	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Gobierno corporativo	*	*	*	*	*	*	*	*		*
Economía y finanzas	*	*	*	*		*	*	*		
Energía										*
Emprendimiento	*	*	*							
Ambiental, cambio climático y sustentabilidad			*							*
Ética e integridad	*		*					*		
Salud y seguridad			*		*					
Recursos humanos	*		*		*				*	*
Derechos humanos	*				*			*		
Tecnologías de la información y ciberseguridad		*	*	*		*	*			*
Relación con inversionistas	*	*	*			*				
Logística	*		*						*	
Manufactura		*							*	
Fusiones y adquisiciones			*	*			*			*
Relaciones institucionales	*		*	*		*	*	*		
Bienes raíces			*							*
Asuntos regulatorios y legales			*				*	*		
Gestión de riesgos	*	*	*		*	*	*	*	*	*
Ventas	*	*	*	*		*			*	*

Composición y Periodicidad del Consejo de Administración

1

Nuestro Consejo está integrado únicamente por consejeros propietarios.

2

Los cargos de Presidencia Ejecutiva y Dirección General se encuentran limitados únicamente a funcionarios de la Sociedad y sus subsidiarias.

3

Los miembros del Consejo son nombrados cada año por los accionistas en la Asamblea General Anual Ordinaria de la Sociedad.

4

El Consejo de Administración se reúne por lo menos cuatro veces al año. Durante 2024, se reunió en siete ocasiones. El promedio de asistencia a las reuniones fue de 94.68%

50%
miembros son independientes.

5

Los consejeros independientes deben representar cuando menos el 25% del total de consejeros. Al 31 de diciembre de 2024, el 50% de los consejeros son independientes.

6

La permanencia promedio de los miembros del Consejo de Administración es de tres años.

7

La minoría de accionistas, cuyas acciones representen cuando menos 10% de las acciones del capital social de la Sociedad, tienen el derecho de designar y revocar a un miembro del Consejo de Administración. La designación que hagan sólo podrá removerse cuando los demás miembros del Consejo de Administración sean revocados. Al cierre de 2024, el 28% de las acciones de la Sociedad circulan entre el público inversionista.

40%
miembros son mujeres.



GRI 2-9, 2-19, 2-20, 207-2, 405-1

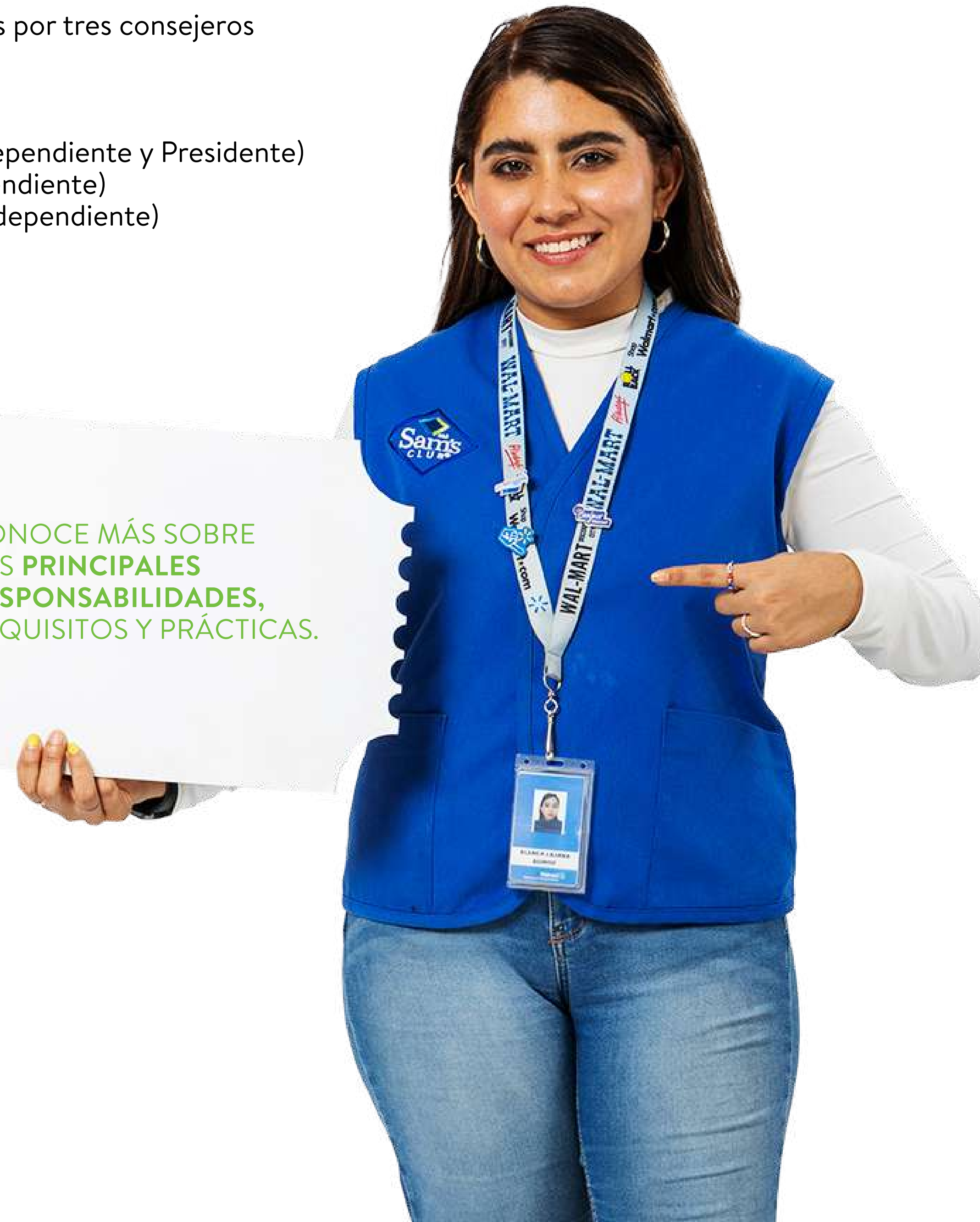
Comités de Auditoría y Prácticas Societarias

Nuestros comités están integrados por tres consejeros independientes:

- Ernesto Cervera (Consejero Independiente y Presidente)
- Elizabeth Kwo (Consejera Independiente)
- Eric Pérez-Grovas (Consejero Independiente)



CONOCE MÁS SOBRE
SUS **PRINCIPALES**
RESPONSABILIDADES,
REQUISITOS Y PRÁCTICAS.



Comité de Compensación y Planeación de Sucesión

El Consejo de Administración en la sesión de 30 de marzo de 2023, aprobó la creación del Comité de Compensación y Planeación de Sucesión, como un órgano clave para la continuidad con nuestros altos estándares en gobierno corporativo.

El comité está integrado por:

- Guilherme Loureiro (Presidente)
- Ernesto Cervera (Consejero Independiente)
- María Teresa Arnal (Consejero Independiente)

Principales responsabilidades:

- Apoyar al Consejo de Administración en el desempeño de sus responsabilidades relacionadas con la compensación y planeación de sucesión de los consejeros, directivos relevantes y asociados.
- Recomendar la forma o monto de la compensación de directivos relevantes, así como el desarrollo de planes de sucesión para altos ejecutivos y directores clave.
- Revisar anualmente y recomendar al Consejo de Administración los objetivos y metas corporativos, y evaluar su desempeño.
- Revisar anualmente y recomendar al Consejo de Administración, en colaboración con el Director General, la compensación para ejecutivos de la sociedad.
- Tener la responsabilidad general de revisar la estructura de compensación y beneficios aplicable a los asociados de la sociedad.

GRI 2-9, 2-13, 405-1

Consejo de Fundación Walmart de México

El Consejo de Fundación Walmart se conforma por 12 miembros directivos, de los cuales seis son consejeros independientes y sesionan cuatro veces al año.

La Fundación Walmart de México tiene el compromiso de brindar apoyo a la comunidad, contribuyendo significativamente al desarrollo local a través de la implementación de programas de alto impacto.

Miembros del Consejo

- Juan Carlos Alarcón
- Ignacio Caride
- Roberto Delgado
- Jorge Familiar*
- Paulo Garcia
- Julie Gherki*
- Kathleen McLaughlin*
- Raúl Quintana
- Marinela Servitje*
- Javier Treviño
- José Luis Torres*
- Adriana Velázquez

Miembros al 31 de diciembre de 2024.

*Consejeros independientes.



Lineamientos de Diversidad para la Integración de los Órganos de Administración y Vigilancia



Garantizar que los procesos de selección estén libres de sesgos implícitos que puedan implicar discriminación alguna por razones de género, origen étnico, edad o discapacidad.



Evaluación periódica del grado de cumplimiento y la eficacia de su enfoque con la diversidad.



Promover una composición apropiada y diversa de nuestro Consejo de Administración.



Los criterios de diversidad serán escogidos en atención a la naturaleza y complejidad de los negocios desarrollados por la empresa, así como al contexto social y ambiental.



Procurar un equilibrio adecuado de perfiles para que aporten diversos puntos de vista al debate de los asuntos y enriquezca la toma de decisiones.



Los candidatos a consejero deberán ser mujeres y hombres cuyas capacidades, conocimientos, experiencias, nacionalidades, edad y género favorezca la diversidad del Consejo de Administración.

Valor FINANCIERO



958,507

millones de pesos en
ingresos consolidados.

10.4%

margen EBITDA
consolidado.

Ecosistema en evolución
estamos bien posicionados
para alcanzar un crecimiento
sostenible.





Mensaje del VICEPRESIDENTE SENIOR DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

El año 2024 nos permitió demostrar una vez más nuestra capacidad de crecimiento sostenible.

Alcanzamos el undécimo año consecutivo de ventas a unidades iguales por encima del mercado de autoservicio medido por la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) en México.

A pesar de un entorno macroeconómico desafiante, logramos un crecimiento consolidado en ingresos de 8.1% y un récord en apertura de tiendas. Gracias a eso pudimos fortalecer nuestro *core*, ofreciendo más soluciones a nuestros clientes y consolidando nuestra presencia en el mercado.

Nuestra estrategia de crecimiento, respaldada por una disciplina financiera rigurosa, nos permite ofrecer un crecimiento sostenible y fuertes retornos de inversión. Estamos convencidos de que nuestro portafolio diversificado con enfoque omnicanal representa una propuesta de valor única, fortaleciendo la confianza de nuestros clientes y socios comerciales.

PAULO GARCIA

Vicepresidente Senior de
Administración y Finanzas
de Walmart de México y
Centroamérica



México

En México, nuestra capacidad de adaptación y enfoque en las necesidades de nuestros clientes y socios nos permitió lograr un crecimiento del 5.8% en ventas a unidades iguales.

Las zonas que experimentaron el mayor crecimiento fueron la Sur y la Metropolitana, seguidas por las regiones Centro y Norte. Sam's Club y Walmart Express fueron los formatos que presentaron los mejores niveles de crecimiento y, si bien todas las divisiones de mercancía registraron números positivos, Mercancías Generales y Supermercados fueron las divisiones que mostraron un crecimiento más significativo, arriba de inflación.

Alcanzamos un nivel de ingresos de 797,595 millones de pesos, lo que implica un crecimiento de 7.4% comparado contra el año anterior, demostrando el compromiso con nuestra estrategia de crecimiento. Al cierre del año, el GMV (*Gross Merchandise Value*) de nuestro eCommerce creció un 20% y representó el 7.4% del GMV total en México, reafirmando nuestro liderazgo omnicanal.

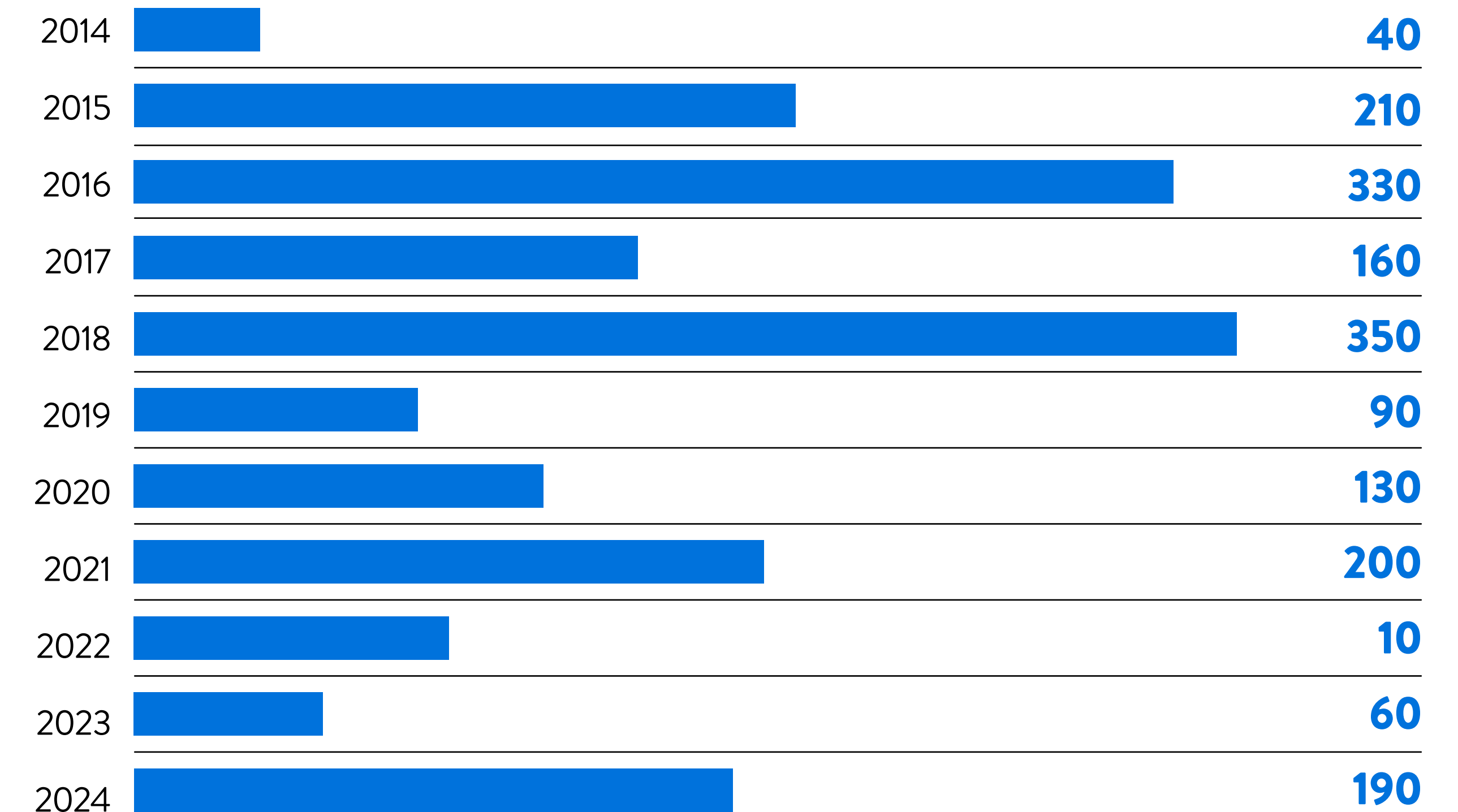


↑7.4%
en ingresos
totales

Por undécimo año consecutivo hemos crecido en ventas a unidades iguales por arriba del mercado formal medido por la ANTAD.

DIFERENCIAL DE CRECIMIENTO EN VENTAS A UNIDADES IGUALES WALMEX VS ANTAD AUTOSERVICIOS Y CLUBES

Puntos base





797,595
millones de pesos en
ingresos totales
+7.4 crecimiento

Asimismo, logramos una expansión en el margen bruto de 40 puntos base a 24.1% de los ingresos totales. Las contribuciones cada vez más relevantes de Walmart Connect, Bait y Servicios Financieros, así como las mejoras en nuestra cadena de suministro y márgenes comerciales, nos han permitido mejorar la rentabilidad del negocio.

Los gastos generales representaron el 16% de los ingresos totales, un incremento de 100 puntos base comparado con 2023. Esto es en parte explicado por nuestras inversiones estratégicas en la apertura de nuevas tiendas, el fortalecimiento de nuestras plataformas digitales, la mejora continua en la propuesta de valor para nuestros asociados y clientes, y la presión de costos laborales en el mercado local.



**El EBITDA aumentó
5.5% año contra año,
alcanzando un margen del
10.7%**

El EBITDA fue de 85,176 millones de pesos, con un crecimiento del 5.5% en comparación con el 2023, y un margen del 10.7%.

Este año, alcanzamos un hito importante con la apertura de 151 tiendas nuevas. Esto refleja la sólida ejecución de nuestra estrategia de expansión y nuestra capacidad para llegar a cada rincón del país. Respaldamos este plan con la automatización de nuestros centros de distribución, permitiendo eficiencias operativas clave para garantizar la disponibilidad de producto, precios competitivos y una experiencia de compra excepcional.



Centroamérica

Estamos satisfechos con el desempeño en la región. Logramos un crecimiento continuo y rentable en los cinco países donde tenemos presencia a pesar de retos competitivos relevantes. Hemos podido seguir adaptándonos a las necesidades de nuestros clientes y fortaleciendo nuestras operaciones.

Durante el año, las ventas a unidades iguales crecieron 4.3%, con Honduras y Nicaragua liderando el crecimiento, seguidos por Guatemala, El Salvador y Costa Rica. Este desempeño nos permitió alcanzar ingresos totales de 160,912 millones de pesos, lo que equivale a un crecimiento del 5.2% frente al año anterior.

Por su parte, el margen bruto se expandió 10 puntos base a 24.3% de los ingresos totales, impulsado por los nuevos negocios como Walmart Connect, mejoras logísticas y la optimización de márgenes en categorías clave. Estos beneficios contrarrestaron los mayores costos asociados con las inversiones en precio y las iniciativas para fortalecer nuestra propuesta de valor. Los gastos generales representaron el 17.8% de los ingresos totales, con un ligero incremento que muestra la disciplina en el manejo de costos a pesar de un entorno macroeconómico desafiante. La utilidad de operación representó el 6.7% de los ingresos totales y un crecimiento de 9.7% comparado con el año anterior. Con ello, el EBITDA fue de 14,822 millones de pesos, un crecimiento contra 2023 de 7.1% y una expansión del margen de 10 puntos base, a un 9.2% de los ingresos totales.



160,912
millones de pesos
en ingresos totales
+5.2% de crecimiento.

9.2%
margen EBITDA

Nota: Los porcentajes relacionados a Centroamérica son sin efecto de tipo de cambio.

Consolidado

A nivel consolidado, nuestras ventas a unidades iguales crecieron 6.6% contra el año anterior, reflejando la consistencia de nuestra estrategia y el fortalecimiento de nuestro ecosistema.

Gracias a ello, generamos un total de 958,507 millones de pesos en ingresos consolidados, con un crecimiento de 8.1% en comparación con el año anterior. Nuestras nuevas aperturas contribuyeron con 1.7% a la tasa de crecimiento total de ventas.

El margen bruto consolidado creció 30 puntos base, alcanzando el 24.1% de los ingresos consolidados totales, principalmente impulsado por la contribución de nuestros nuevos negocios en ambas regiones, las mejoras en los márgenes comerciales y beneficios en la cadena de suministro. Estos avances permitieron mantener nuestra competitividad en precios, al tiempo que impulsamos nuestra propuesta de valor.

Los gastos generales representaron el 16.3% de los ingresos consolidados, con un crecimiento del 14.1%, reflejando las inversiones estratégicas de crecimiento en tiendas nuevas y tecnología.

La utilidad de operación representó el 8.1% de los ingresos totales, creciendo 5.6% contra el año anterior. El EBITDA alcanzó un total de 99,998 millones de pesos, con un incremento del 6.5% comparado con 2023, con un margen de doble dígito de 10.4%.

Nuestra utilidad neta consolidada fue de 53,827 millones de pesos, un crecimiento del 4.3% en comparación con el año anterior.

958,507
millones de pesos
en ingresos totales
consolidados

+8.1% crecimiento





Participación en Ventas por Formato de Negocio

Nuestra estrategia multiformato combina soluciones omnicanal para atender las diversas necesidades de compra de nuestros clientes. Desde ofrecer precios bajos, hasta generar experiencias premium, consolidando nuestro liderazgo y transformando el comercio minorista.

47%



Bodegas y tiendas de descuento

Formatos de tiendas que se enfocan en aquellos clientes que buscan hacer sus compras a los mejores precios. A través de nuestra propuesta de valor Precios Bajos Todos los Días, ofrecemos perecederos, abarrotes, consumibles y mercancías generales a los mejores precios en el mercado. Todos estos productos pueden adquirirse *On Demand* y a través de nuestro sitio web, con entregas el mismo día y un catálogo extendido.

26%



Hipermercados

Nuestra propuesta es ofrecer un amplio catálogo de productos (que incluye desde perecederos, abarrotes, consumibles, mercancías generales y ropa) por medio de Precios Bajos Todos los Días. En nuestro sitio web ofrecemos un catálogo extendido, complementado con un *Marketplace* para que nuestros clientes tengan todo lo que necesitan en un mismo lugar. Para ofrecer una mejor experiencia, habilitamos tiendas con capacidades omnicanal para ofrecer el servicio *On Demand* con entrega unas horas después de la orden.

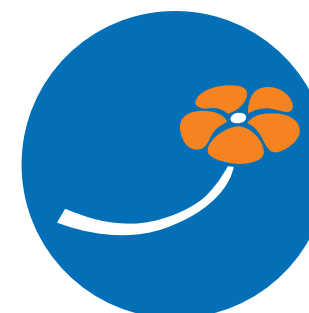
22%



Clubes de precio

Nuestros Clubes de Precio con membresía ofrecen productos en volumen a precios muy atractivos. En Sam's Club ofrecemos a nuestros socios la mejor experiencia en tienda o en línea, por lo que el servicio *On Demand* con entrega a domicilio o servicio de pickup y un catálogo extendido están habilitados en todos nuestros clubes.

5%



Supermercados

Por medio de un amplio catálogo de productos, ofrecemos la mejor calidad en departamentos de perecederos, abarrotes, consumibles y productos seleccionados de mercancías generales. Además, ofrecemos a nuestros clientes servicios y soluciones enfocados en hacerles la vida más fácil a través de precios bajos y competitivos. Este formato cuenta con tienda en línea con la experiencia de compra más sencilla.

Cifras Relevantes

Nuestro flujo operativo (EBITDA) continúa creciendo año contra año.



DESCARGAR
CIFRAS 2024

TRANSACCIONES Millones		INGRESOS TOTALES MXN Millones		UTILIDAD DE OPERACIÓN MXN Millones		FLUJO OPERATIVO (EBITDA) MXN Millones		INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO MXN Millones	
2020	1,973	2020	701,734	2020	57,447	2020	75,387	2020	16,728
2021	2,016	2021	736,044	2021	62,908	2021	81,214	2021	20,466
2022	2,147	2022	819,169	2022	68,011	2022	87,370	2022	21,304
2023	2,198	2023	886,523	2023	73,276	2023	93,853	2023	28,792
2024	2,280	2024	958,507	2024	77,359	2024	99,998	2024	34,763

RETORNO DEL CAPITAL INVERTIDO (ROIC)* %		GENERACIÓN DE EFECTIVO MXN Millones		DIVIDENDO PAGADO MXN MILLONES / MXN POR ACCIÓN Dividendo por acción		NÚMERO DE ASOCIADOS		UNIDADES TOTALES	
2020	17.24	2020	64,777	2020	30,934 \$1.79	2020	231,271	2020	3,489
2021	20.20	2021	72,762	2021	28,189 \$1.63	2021	231,259	2021	3,620
2022	20.24	2022	79,754	2022	29,558 \$1.71	2022	233,594	2022	3,745
2023	20.60	2023	83,775	2023	46,349 \$2.69	2023	237,605	2023	3,903
2024	21.44	2024	92,070	2024	37,399 \$2.17	2024	241,172	2024	4,079

* Fuente: Bloomberg



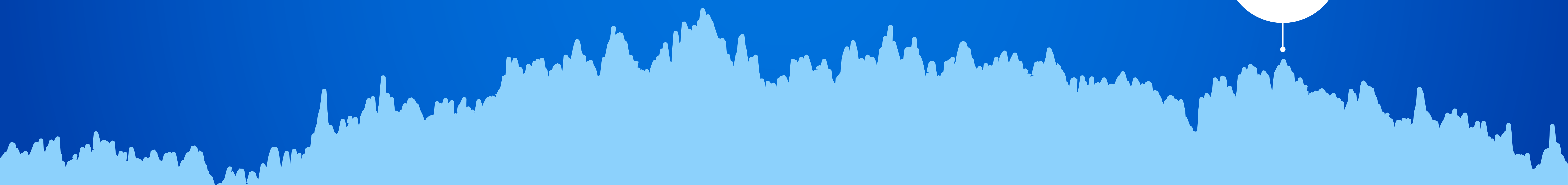
Creando Valor

En línea con nuestro compromiso con la excelencia operativa y el fortalecimiento de nuestras capacidades, mantenemos la confianza de nuestros accionistas como un pilar clave para generar valor sostenido año tras año. En 2024, una vez más, entregamos resultados sólidos y consistentes que reflejan nuestra visión de largo plazo.

Seguimos recompensando la confianza de nuestros accionistas con el pago de dividendos, reflejando también nuestra sólida posición financiera. Este año, distribuimos un total de 37,399 millones de pesos en dividendos, lo que incluyó un dividendo ordinario en efectivo de 1.18 pesos por acción y un dividendo extraordinario en efectivo de 0.99 pesos por acción, pagados en 2 exhibiciones a lo largo del año, una el 12 de noviembre y otra el 10 de diciembre de 2024.

Estos resultados destacan nuestra capacidad para generar ingresos consistentes y mantener un desempeño destacado, fortaleciendo la creación de valor para todos nuestros grupos de interés.

HISTÓRICO DE LA ACCIÓN



72.88
Precio máximo
6 febrero
2024.

Diciembre 20

Diciembre 21

Diciembre 22

Diciembre 23

Diciembre 24



GRI 203-1

Inversiones

Continuamos destinando recursos estratégicos para fortalecer nuestro negocio, expandir nuestras capacidades y garantizar que estamos preparados para los retos del futuro. Estas inversiones están orientadas a mejorar la experiencia de compra, aumentar la productividad de nuestras operaciones y reforzar la conexión con nuestros clientes y socios.

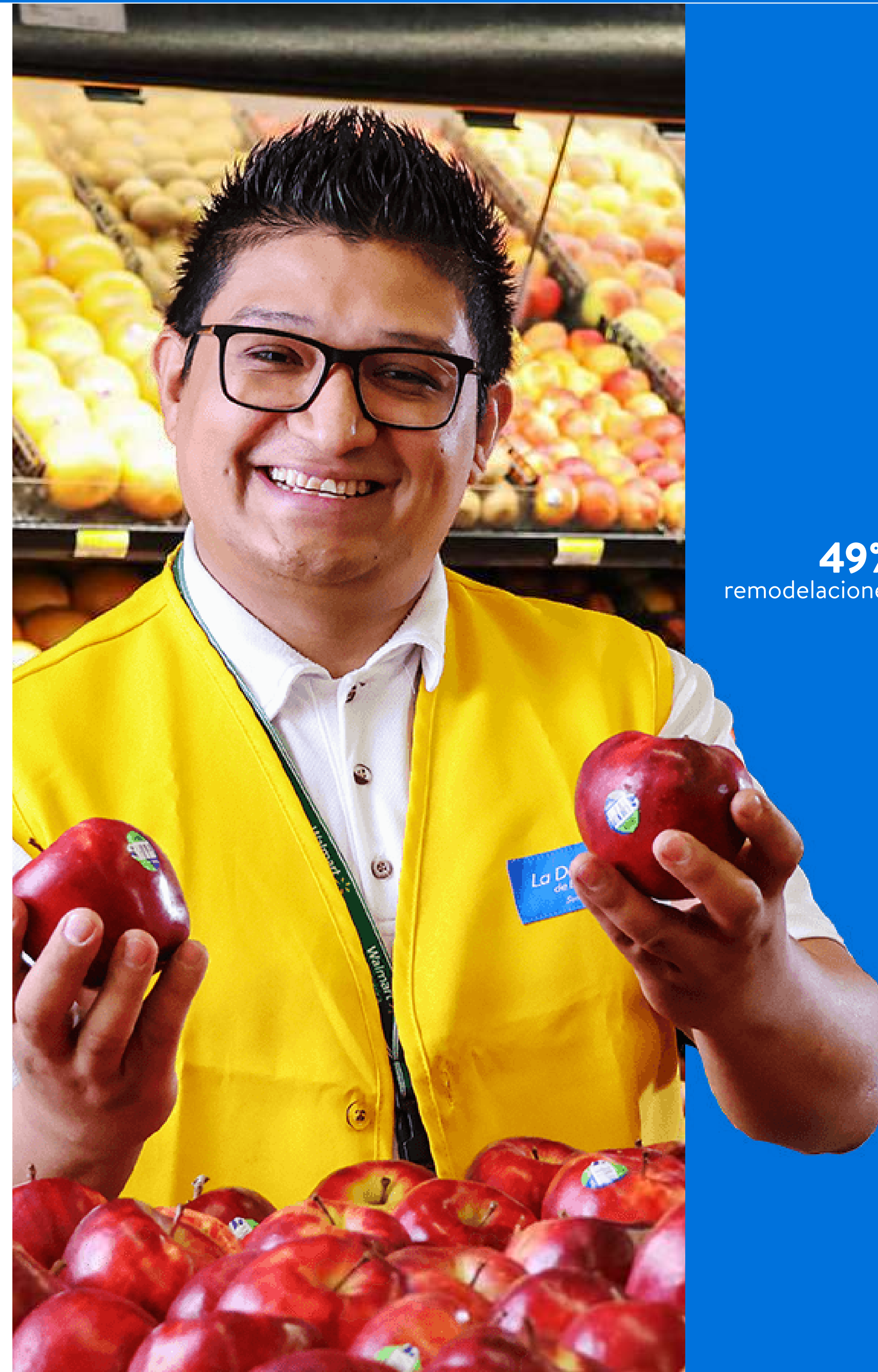
En 2024, invertimos un total de 34,763 millones de pesos en proyectos estratégicos. Este monto fue destinado a:

Remodelaciones: 49% de la inversión, mejorando nuestras tiendas existentes y habilitándolas con capacidades omnicanal para ofrecer una experiencia de compra más completa y eficiente.

Apertura de tiendas nuevas: 31% de la inversión, reflejando nuestro compromiso con el crecimiento y la expansión en las regiones clave.

Cadena de suministro: 13% de la inversión, aumentando nuestra eficiencia operativa y optimizando nuestros centros de distribución para satisfacer la demanda de manera más ágil.

eCommerce y tecnología: 7% de la inversión, enfocándonos en la digitalización de procesos, automatización en tiendas y la mejora de nuestras plataformas tecnológicas para fortalecer nuestro ecosistema omnicanal.



Estado de Resultados y Balance General

Al 31 de diciembre de 2024

Resultados Consolidados Walmex

(MXN Millones)

	2024		2023		VAR.
	\$	%	\$	%	%
Total ingresos	958,507	100.0	886,523	100.0	8.1
Utilidad bruta	231,473	24.1	210,558	23.8	9.9
Gastos generales	156,085	16.3	136,747	15.4	14.1
Otros ingresos, neto	1,971	0.2	(535)	(0.1)	468.1
Utilidad de operación	77,359	8.1	73,276	8.3	5.6
EBITDA	99,998	10.4	93,853	10.6	6.5
Utilidad neta	53,827	5.6	51,590	5.8	4.3

Balance general

(MXN Millones)

Activos

36,514	110,695	346,684
Efectivo	Inventarios	Activos Fijos y Otros

Pasivos y capital contable

121,971	371,922
Cuentas por Pagar	Capital Contable y Otros

493,893
total

SASB FB-FR-000.A, CG-MR-000.A

Resultados Financieros

(MXN Millones)

	*N I I F													
	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018 ⁽¹¹⁾	2018	2017 ⁽¹⁰⁾	2017	2016 ⁽⁸⁾	2015 ⁽⁷⁾	2015 ⁽⁶⁾	2014 ⁽⁴⁾
PIB México (Crecimiento anual, %)	1.3	3.1	3.1	5.0	(8.5)	(0.1)	2.0	2.0	2.1	2.1	2.3	2.5	2.5	2.1
Inflación México (Anual, %)	4.2	4.7	7.8	7.4	3.2	2.8	4.8	4.8	6.8	6.8	3.4	2.1	2.1	4.1
Depreciación (Anual, %)	22.5	(12.7)	(5.6)	2.9	5.6	(4.0)	(0.4)	(0.4)	(4.5)	(4.5)	19.2	17.7	17.7	12.8
Tipo de Cambio (Promedio, pesos por dólar)	18.3	17.7	20.1	20.3	21.5	19.3	19.3	19.3	18.9	18.9	18.7	15.9	15.9	13.3
Tipo de Cambio (Fin de periodo, pesos por dólar)	20.6	17.0	19.5	20.5	19.9	18.9	19.7	19.7	19.7	19.7	20.7	17.4	17.4	14.7
Tasas de interés México (Cetes 28 días, Promedio anual, %)	10.7	11.1	7.7	4.4	5.3	7.8	7.6	7.6	6.7	6.7	4.2	3.0	3.0	3.0
ESTADO DE RESULTADOS														
VENTAS NETAS	951,642	880,122	813,060	730,352	696,711	641,825	612,186	612,186	569,015	569,367	528,571	472,460	485,864	437,659
% de crecimiento vs año anterior, U. Totales	8.1	8.2	11.3	4.8	8.6	4.8	7.6	7.6	NA	8	12	11	11	4
% de crecimiento vs año anterior, U. Iguales	6.6	6.8	10.1	3.6	7.0	3.3	5.7	5.7	6	6	10	9	9	1
OTROS INGRESOS	6,865	6,401	6,109	5,692	5,023	5,021	4,724	4,724	4,356	3,898	3,813	3,451	3,503	3,329
% de crecimiento vs año anterior	7.2	4.8	7.3	13.3	0.0	6.3	8.4	8.4	NA	2	11	NA	5	3
TOTAL INGRESOS	958,507	886,523	819,169	736,044	701,734	646,846	616,910	616,910	573,371	573,265	532,384	475,911	489,367	440,988
% de crecimiento vs año anterior	8.1	8.2	11.3	4.9	8.5	4.9	7.6	7.6	NA	8	12	NA	11	4
UTILIDAD BRUTA	231,473	210,558	191,398	171,840	162,040	148,051	141,647	141,586	131,072	127,695	117,484	102,603	107,380	97,619
% de margen de utilidad	24.1	23.8	23.4	23.3	23.1	22.9	23.0	23.0	22.9	22.3	22.1	21.6	21.9	22.1
GASTOS GENERALES	156,085	136,747	124,694	110,181	105,042	94,427	90,276	92,597	86,921	83,684	77,834	69,548	72,235	64,010
% sobre total de ingresos	16.3	15.4	15.2	15.0	15.0	14.6	14.6	15.0	15.2	14.6	14.6	14.6	14.8	14.5
UTILIDAD DE OPERACIÓN	77,359	73,276	68,011	62,908	57,447	54,003	51,572	49,190	43,838	43,838	39,455	32,828	34,969	34,716
% sobre total de ingresos	8.1	8.3	8.3	8.5	8.2	8.3	8.4	8.0	7.6	7.6	7.4	6.9	7.1	7.9
% de crecimiento vs año anterior	5.6	7.7	8.1	9.5	6.4	9.8	NA	12	11	11	20	NA	1	10
FLUJO OPERATIVO (EBITDA)	99,998	93,853	87,370	81,214	75,387	71,005	67,148	61,747	55,482	55,482	50,149	42,592	44,993	42,854
% sobre total de ingresos	10.4	10.6	10.7	11.0	10.7	11.0	10.9	10.0	9.7	9.7	9.4	8.9	9.2	9.7
INGRESOS (GASTOS) FINANCIEROS - NETO	8,428	4,669	4,645	5,612	7,983	(4,801)	(4,242)	(330)	(548)	(548)	(323)	89	55	(154)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A LA UTILIDAD	68,931	68,607	63,366	57,296	49,464	49,202	47,330	48,860	43,290	43,290	39,132	32,917	35,024	34,562
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	15,104	17,017	14,392	13,158	16,029	11,304	11,724	12,107	10,900	10,900	10,623	9,473	10,087	9,521
OPERACIONES DISCONTINUAS	-	-	-	-	-	-	-	-	7,475	7,475	4,842	2,935	1,442	5,394
UTILIDAD NETA (PARTICIPACIÓN CONTROLADORA)	53,827	51,590	48,974	44,138	33,435	37,898	35,606	36,753	39,865	39,865	33,352	26,376	26,376	30,426
% de crecimiento vs año anterior	4.3	5.3	11.0	32.0	(11.8)	3.1	NA	(7.8)	19.5	19.5	26.5	(13.3)	(13.3)	33.9
POSICIÓN FINANCIERA														
CAJA	36,514	40,669	47,427	42,817	35,670	30,857	38,830	38,830	35,596	35,596	27,976	24,791	24,791	28,048
INVENTARIOS	110,695	95,088	89,462	80,317	68,360	67,553	63,344	63,344	59,463	59,463	53,665	49,749	49,749	47,175
OTROS ACTIVOS	54,962	43,887	37,671	35,269	31,401	27,179	25,891	25,144	22,742	22,742	30,881	15,831	15,831	19,475
ACTIVO FIJO	249,025	222,606	208,634	200,219	191,455	188,439	177,891	144,222	140,082	140,082	136,349	130,222	130,222	125,996
CRÉDITO MERCANTIL	42,697	34,297	35,614	35,767	34,997	35,145	34,989	34,989	37,373	37,373	39,421	33,057	33,057	28,020
TOTAL ACTIVO	493,893	436,547	418,808	394,389	361,883	349,173	340,945	306,529	295,256	295,256	288,292	253,650	253,650	248,714
PROVEEDORES	121,971	114,430	98,956	96,638	92,356	87,116	85,327	85,327	80,099	80,099	65,919	56,396	56,396	52,710
OTROS PASIVOS	139,047	123,031	117,384	111,869	100,408	93,912	91,038	56,288	55,623	55,623	55,347	45,433	45,433	45,758
CAPITAL CONTABLE	232,875	199,086	202,468	185,882	169,119	168,145	164,580	164,914	159,534	159,534	167,026	151,795	151,795	150,223
PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26	26	23
TOTAL PASIVO, CAPITAL CONTABLE Y PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA	493,893	436,547	418,808	394,389	361,883	349,173	340,945	306,529	295,256	295,256	288,292	253,650	253,650	248,714

SASB FB-FR-000.A, CG-MR-00.A
GRI 2-5, 2-7, 201-1

	*N I I F													
	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018 ⁽¹¹⁾	2018	2017 ⁽¹⁰⁾	2017	2016 ⁽⁸⁾	2015 ⁽⁷⁾	2015 ⁽⁶⁾	2014 ⁽⁴⁾
NÚMERO DE UNIDADES MÉXICO														
Bodega Aurrera	2,553	2,419	2,292	2,198	2,088	2,035	1,910	1,910	1,820	1,820	1,763	1,719	1,719	1,660
Walmart Supercenter	327	316	303	294	287	280	274	274	270	270	262	256	256	251
Sam's Club	173	170	167	165	164	163	163	163	162	162	160	160	160	159
Superama	0	0	0	14	89	93	91	91	94	94	96	95	95	93
Walmart Express	101	102	101	85	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suburbia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	117	117	116
Farmacias Medimart	-	-	-	-	-	-	-	-	10	10	10	10	10	10
TOTAL UNIDADES	3,154	3,007	2,863	2,756	2,634	2,571	2,438	2,438	2,356	2,356	2,291	2,357	2,357	2,289
NÚMERO DE UNIDADES CENTROAMÉRICA														
Tiendas de Descuento	618	595	583	572	563	549	540	540	522	522	495	484	484	477
Supermercados	98	98	98	98	100	99	97	97	94	94	92	99	99	96
Bodegas	172	167	165	158	157	155	143	143	133	133	117	102	102	94
Walmarts	37	36	36	36	35	33	31	31	29	29	27	24	24	22
Clubes de Precios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
TOTAL UNIDADES	925	896	882	864	855	836	811	811	778	778	731	709	709	690
Banco Walmart														
Sucursales bancarias									-	-	-	-	-	-
OTROS DATOS AL FIN DE AÑO														
Número de asociados	241,172	237,605	233,594	231,259	231,271	238,972	234,431	234,431	237,055	237,055	228,854 ⁽⁹⁾	231,996	231,996	228,063 ⁽⁵⁾
Precio de la acción ⁽²⁾ (pesos)	54.89	71.57	68.59	76.09	55.98	54.15	49.97	49.97	48.19	48.19	37.05	43.49	43.49	31.72
Número de acciones en circulación ⁽²⁾ (millones)	17,446	17,446	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,507
Valor de mercado	957,611	1,248,610	1,197,650	1,328,607	977,467	945,513	872,526	872,526	841,446	841,446	646,930	759,379	759,379	555,322
Utilidad por acción ⁽²⁾ (pesos)	3.085	2.955	2.805	2.528	1.915	2.170	2.105	2.105	2.283	2.283	1.910	1.508	1.508	1.732
Dividendo pagado	37,399	46,349	29,558	28,189	30,934	35,957	25,582	25,582	42,756	42,756	28,972	31,562	31,562	21,643
Número de acciones recompradas ⁽²⁾ (millones)	-	15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	47	47	123
Inversión en recompra de acciones	-	988	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,825	1,825	3,996

1 Los resultados de Vips se presentan en Operaciones Discontinuas.
2 Información ajustada por el *split* realizado en abril de 2010.
3 No incluye asociados de Vips.
4 Los resultados del Banco Walmart y Vips se presentan en Operaciones Discontinuas.
5 No incluye asociados de Banco Walmart.
6 Los resultados de Banco Walmart y su venta, se presentan en Operaciones Discontinuas.
7 Los resultados de Suburbia así como los resultados de Banco Walmart y su venta se presentan en Operaciones Discontinuas.
8 Los resultados de Suburbia se presentan en Operaciones Discontinuas. Posición financiera presenta algunas reclasificaciones por presentación, con fines de comparabilidad únicamente con 2017.
9 No incluye asociados de Suburbia.
10 Información con adecuaciones, derivado de la Norma de Ingresos que aplica a partir de 2018.
11 Información con adecuaciones, derivado de la Norma de Arrendamientos que aplica a partir de 2019.
* NIIF = Información financiera bajo las Normas Internacionales de Información Financiera.
** NIF = Información financiera bajo las Normas de Información Financiera de México.
NA = No Aplica.

ADQUISICIONES DE INMUEBLES Y EQUIPO	34,763	28,792	21,304	20,466	16,728	20,575	17,933	17,933	17,426	17,426	14,335	12,526	12,526	12,691
-------------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------



Índices, reconocimientos y *RANKINGS*



Índices, reconocimientos y rankings

México ÍNDICES



Incluidos en el índice corporativo **HRC Equidad MX** en “Mejores Lugares para Trabajar LGBTQ+ 2024”.

RECONOCIMIENTOS



Reconocimiento a **Bodega Aurrera** por ofrecer el **precio promedio nacional más bajo de la canasta básica** en el primer semestre del año.



Distintivo Éntrale 2024 concedido por sexto año consecutivo, **por su compromiso con la inclusión laboral de personas con discapacidad**.



4º lugar para Paulo García en el listado de “**Los Mejores CFO de México**”.



Distintivo **Empresa Socialmente Responsable** otorgado por **vigesimocuarto año consecutivo**.



Walmart de México y Centroamérica fue reconocida en el listado “**Marcas con Propósito**” por ser una empresa preocupada por el medio ambiente y sus comunidades.



Ignacio Caride, incluido en el listado “**Las 500 Personas más Influyentes de América Latina 2024**”.



Mamá Lucha, personaje del formato Bodega Aurrera, recibió la **declaratoria de Marca Famosa** por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.



Ignacio Caride incluido en el listado “**Los 300 Líderes más Influyentes de México**”.

RANKINGS



1º lugar en “Las 100 Empresas Más Responsables en México”.

1º lugar en “Las 100 Empresas con Mejor Reputación Corporativa”.

2º lugar en “Las Mejores Empresas para Atraer y Fidelizar Talento”.



1º lugar en “Las 50 Empresas Más Sustentables de México”.

1º lugar en las “100 Empresas Top en México”.



Walmart de México y Centroamérica forma parte de “**Las Empresas Más Éticas**” de AMITAI.



Bodega Aurrera incluida en “**Innovators 2024**” por su **campana 65 aniversario**.

Walmart de México y Centroamérica incluida en el especial “**Conscious Brands 2024**”.

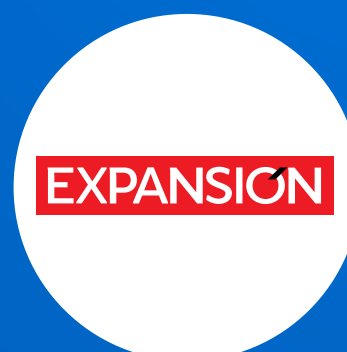


1º lugar en “Las Empresas Verdes 2024”.

1º lugar del informe “**Avances de los ODS 2024**”.



3º lugar para Bodega Aurrera en “**Brand Finance México 50 2024**”.



1º lugar para Walmart de México y Centroamérica en “**Súper Empresas para Mujeres 2024**” en la categoría de empresas con más de 3,000 empleados.

2º lugar en “**Las 500 Empresas Más Importantes**” dentro del *ranking* global.



3º lugar como Empresa Líder en Sustentabilidad.



Centroamérica

RECONOCIMIENTOS



Reconocimiento de Empresas categoría **Cultura Organizacional**, Top 3.

Cristina Ronski recibió el reconocimiento “**Líderes que Inspiran**”.



Top Of Mind, entre las 5 marcas más recordadas por los centroamericanos.

Cristina Ronski, recibió el reconocimiento de “**Líderes Empresariales de Alta Confianza en Centroamérica**”



Premio Global Preventico, modalidad de **Seguridad y Salud en el Trabajo** (Costa Rica).



Reconocimiento de **Sostenibilidad por la labor de la planta industrial avícola** que logró una reducción de 27,000 toneladas de CO₂ (Costa Rica).



Insignia por el Cambio: **Inclusión de la población LGTBQ 2024** (Costa Rica).



Reconocimiento por **apoyar la inclusión social, familiar, educativa y laboral de las personas con discapacidad** (Costa Rica).



Reconocimiento “**eCommerce Award 2024**” de la industria *retail* (Costa Rica).



Reconocimiento “**Sello Aliados por la Alimentación**”.



Reconocimiento por ser **socio fundador y principal donante** (Guatemala).



Reconocimiento por el **compromiso con la niñez y juventud salvadoreña** (El Salvador).



Reconocimiento como **Marca Verde Positiva** (El Salvador).



Reconocimiento como **Empresa Socialmente Responsable** (Honduras).

RANKINGS



4º lugar en “Cultura Organizacional” (Nicaragua).



7º lugar en “Empresas de Alta Confianza” (Costa Rica).



1º lugar en “Merco Talento” en la categoría de *retail* (Costa Rica).

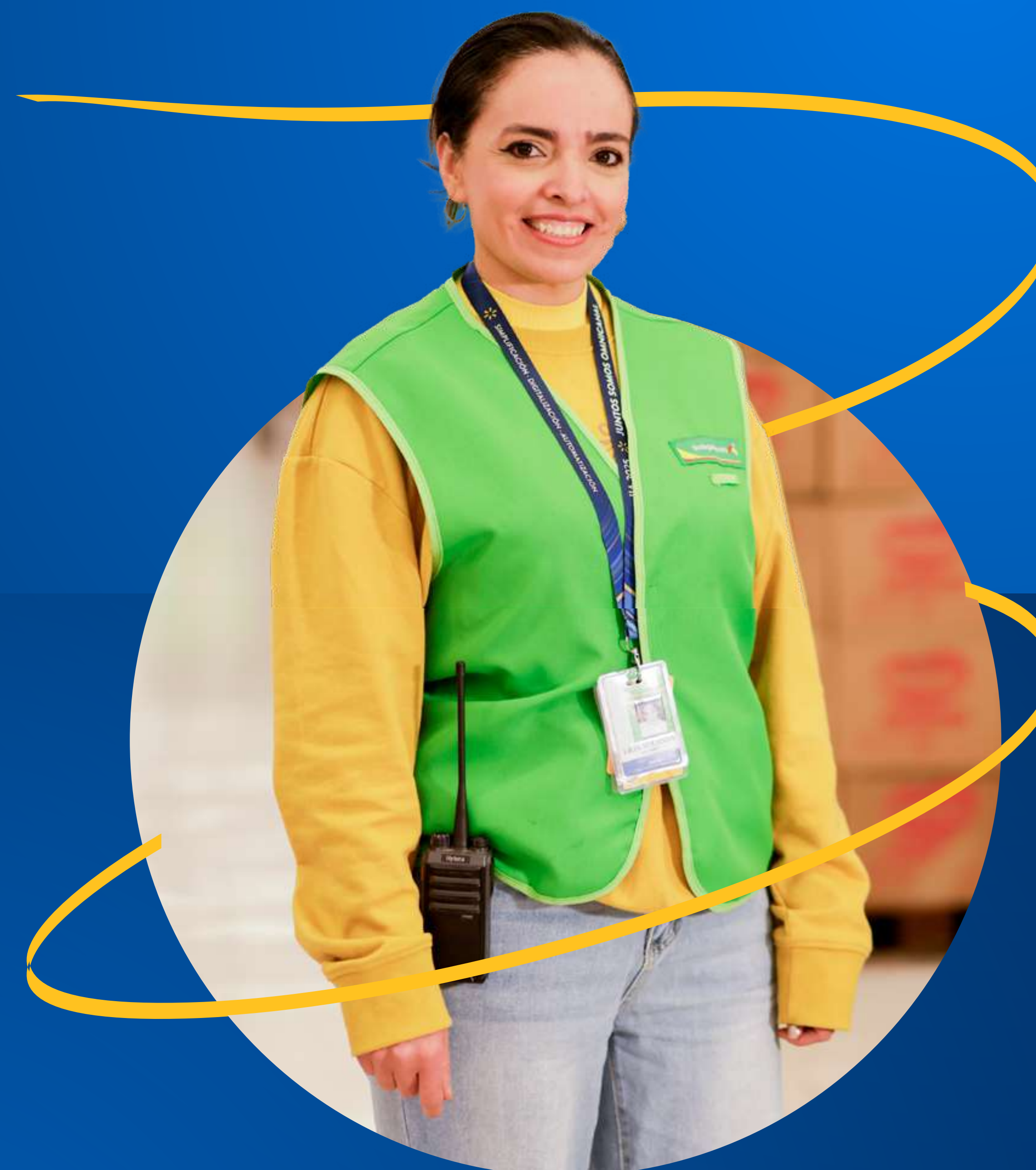
Top 10 en “Mejor Reputación” (Costa Rica).



1º lugar como la “**Empresa Más Atractiva para Trabajar en el Sector Comercial**” (El Salvador).



INFORME DE los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias



Informe de los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias

Consejo de Administración
Wal-Mart de México S.A.B. de C.V.

Estimados señores:

En cumplimiento con el artículo 43 de la Ley del Mercado de Valores (“LMV”) y del reglamento interno de los Comités que presido, aprobado por el Consejo de Administración de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. (junto con sus subsidiarias, la “Sociedad”), informamos a ustedes sobre las actividades que llevamos a cabo en el ejercicio social terminado el 31 de diciembre de 2024.

Durante el desarrollo de nuestro trabajo, además de la LMV, hemos tenido presentes las recomendaciones contenidas en el Código de Principios y Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo, emitido por el Consejo Coordinador Empresarial, el Código de Ética de la Sociedad, el Reglamento General Interior de la Bolsa Mexicana de Valores y las disposiciones generales que se derivan de la LMV.

Para cumplir con nuestro proceso de vigilancia, los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias llevaron a cabo, durante el 2024, reuniones ordinarias trimestrales, para analizar el panorama general sobre los temas más importantes en aspectos financieros, contables, legales, operativos y éticos de la Sociedad, complementado con nuestra participación en las reuniones, a lo largo del año, con la Dirección General y las áreas de Finanzas y Legal, así como por los informes y reportes proporcionados por los principales funcionarios de la Sociedad, destacando lo siguiente:

I. En Materia de Auditoría:

- a) El estado que guarda el sistema de control interno de la Sociedad, siendo informados con detalle de los programas y desarrollo del trabajo de auditoría interna y de auditoría externa.
- b) Los principales aspectos que requieren mejoría y dimos seguimiento a las medidas preventivas y correctivas implementadas por la administración. Por lo anterior, en nuestra opinión, se cumple con la efectividad requerida para que la Sociedad opere en un ambiente adecuado de control.

- c) El desempeño de los auditores externos, quienes son responsables de expresar una opinión sobre la razonabilidad de los Estados Financieros de la Sociedad y la conformidad de éstos con las Normas Internacionales de Información Financiera. Al respecto, consideramos que los socios de la firma Mancera, S.C. (Integrante de EY Global) cumplen con los requisitos necesarios de calidad profesional. Adicionalmente, y previo al inicio de los servicios evaluamos los requisitos de independencia de acción intelectual y económica necesarios, por lo que se recomendó la ratificación de su nombramiento para examinar y emitir el informe sobre los estados financieros de la Sociedad. De igual manera aprobamos el importe de las remuneraciones correspondientes a los servicios de auditoría externa. Durante el 2024, no se contrataron a esta firma servicios distintos al de auditoría externa de Estados Financieros.
- d) Los estados financieros trimestrales y anuales de la Sociedad y recomendamos, en su momento, la aprobación de éstos por parte del Consejo de Administración, para su posterior publicación.
- e) Las políticas contables aprobadas y aplicadas durante el ejercicio social 2024.
- f) El seguimiento a las observaciones relevantes formuladas por accionistas, consejeros, directivos relevantes, empleados y en general de cualquier tercero, respecto de la contabilidad, controles internos y temas relacionados con la auditoría interna o externa.
- g) El seguimiento a los acuerdos de las asambleas de accionistas y del consejo de administración de la Sociedad.
- h) Las contingencias legales a que está expuesta la Sociedad, que se encuentran reconocidas en los estados financieros con base en su probabilidad de ocurrencia.
- i) El avance en materia de seguridad cibernética.
- j) El proceso de gestión de riesgos empresariales que tiene establecido la Sociedad.

k) Por último, la situación que guarda la Sociedad en materia de Ética y de Cumplimiento y las medidas adoptadas por la Sociedad para reforzar estos aspectos.

II. En Materia de Prácticas Societarias:

- a) Los procesos para la evaluación del desempeño de los directivos relevantes, que con facultades delegadas por el consejo de administración de la Sociedad, supervisa el Comité de Compensación y Planeación de Sucesión.
- b) Las operaciones con personas relacionadas, que en su caso se hayan celebrado, durante el ejercicio que concluyó el 31 de diciembre de 2024, detallando las características de las operaciones significativas y su correspondiente estudio de precios de transferencia, cuyos conceptos son mencionados en la nota correspondiente de los Estados Financieros.
- c) Con facultades delegadas por el consejo de administración de la Sociedad, el Comité de Compensación y Planeación de Sucesión aprobó los paquetes de emolumentos o remuneraciones integrales del Director General y los directivos relevantes así como las nuevas métricas para la definición del Incentivo de Largo Plazo para ejecutivos.
- d) El Consejo de Administración no otorgó dispensas a algún consejero, directivo relevante o persona con poder de mando de las indicadas en el artículo 28, fracción III, inciso f) de la LMV.
- e) Los estudios de precios de transferencia para México y Centroamérica 2024, informando que todas las transacciones se realizaron dentro de los parámetros indicados en los estudios.

Con base en el trabajo realizado y en el dictamen de los auditores externos, opinamos que las políticas y criterios contables y de información seguidas por la Sociedad son adecuados y suficientes y han sido aplicados consistentemente, por lo que la información presentada por el Director General refleja en forma razonable la situación financiera y los resultados de la Sociedad.

Por todo lo anterior, se recomienda al Consejo de Administración de la Sociedad someter para la aprobación de la asamblea general anual ordinaria de accionistas, los estados financieros de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias, por el año fiscal terminado el 31 de diciembre de 2024.

Atentamente



Ernesto Cervera
Presidente
Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias

Ciudad de México, a 13 de febrero de 2025

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. D E C.V. Y SUBSIDIARIAS

Estados FINANCIEROS Consolidados

Al 31 de diciembre de 2024 y 2023

Contenido:

Informe de los auditores independientes

Estados financieros consolidados:

- Estados de resultados integrales
- Estados de situación financiera
- Estados de cambios en el capital contable
- Estados de flujos de efectivo
- Notas a los estados financieros





Informe de los auditores independientes

A los Accionistas de Wal-Mart de México S.A.B de C.V.

Opinión

Hemos auditado los estados financieros consolidados adjuntos de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias (en adelante “la Compañía”), que comprenden el estado consolidado de situación financiera al 31 de diciembre de 2024, el estado consolidado de resultados integral, el estado consolidado de cambios en el capital contable y el estado consolidado de flujos de efectivo correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha, así como las notas explicativas de los estados financieros consolidados que incluyen información material sobre políticas contables.

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados adjuntos presentan razonablemente, en todos los aspectos materiales, la situación financiera consolidada de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias al 31 de diciembre de 2024, así como sus resultados y sus flujos de efectivo consolidados correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría (“NIA”). Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección “Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros consolidados” de nuestro informe. Somos independientes de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias de conformidad con el “Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluidas las Normas Internacionales de Independencia)” (“Código de Ética del IESBA”), junto con los requerimientos de ética que son aplicables a nuestra auditoría de los estados financieros consolidados en México por el “Código de Ética Profesional del Instituto Mexicano de Contadores Públicos” (“Código de Ética del IMCP”), y hemos cumplido las demás responsabilidades de ética de conformidad con esos requerimientos y con el Código de Ética de IESBA. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Asuntos clave de la auditoría

Los asuntos clave de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido los más significativos en nuestra auditoría de los estados financieros consolidados del periodo actual. Estos asuntos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de los estados financieros consolidados en su conjunto y en la formación de nuestra opinión sobre estos, y no expresamos una opinión por separado sobre dichos asuntos. Para cada asunto clave de auditoría, describimos cómo se abordó el mismo en el contexto de nuestra auditoría.

Hemos cumplido las responsabilidades descritas en la sección “Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros consolidados” de nuestro informe, incluyendo las relacionadas con los asuntos clave de auditoría. Consecuentemente, nuestra auditoría incluyó la aplicación de procedimientos diseñados a responder a nuestra evaluación de los riesgos de desviación material de los estados financieros consolidados adjuntos. Los resultados de nuestros procedimientos de auditoría, incluyendo los procedimientos aplicados para abordar los asuntos clave de la auditoría descritos más adelante, proporcionan las bases para nuestra opinión de auditoría de los estados financieros consolidados adjuntos.

Evaluación de deterioro del crédito mercantil

Descripción y por qué se consideró como asunto clave de auditoría

Hemos considerado como un asunto clave de auditoría el análisis de deterioro del crédito mercantil, debido a que la determinación del valor de recuperación es compleja, involucra un alto grado de juicio de la Administración de la Compañía y requiere que se realicen juicios y supuestos significativos que se ven afectados por condiciones futuras, como la rentabilidad y condiciones económicas, tasas de descuento, entre otros, los cuales son sensibles a los cambios económicos y condiciones de mercado, entre otros factores. Adicionalmente, el cálculo del valor de recuperación conlleva el riesgo de que los flujos de efectivo futuros utilizados en su determinación difieran de las expectativas, o que los resultados sean distintos a los valores originalmente estimados. En adición, los saldos del crédito mercantil sujetos a la determinación del valor de recuperación para las pruebas de deterioro son significativos al 31 de diciembre de 2024.



En las Notas 3 y 12 de los estados financieros consolidados adjuntos se incluyen las revelaciones sobre la evaluación de deterioro del crédito mercantil.

Cómo respondimos al asunto clave de auditoría

Evaluamos el diseño y probamos la efectividad de los controles clave con respecto al proceso de análisis de deterioro del crédito mercantil al 31 de diciembre de 2024.

Analizamos los supuestos e hipótesis utilizados por la Administración de la Compañía para la identificación y agrupación del crédito mercantil en cada unidad generadora de efectivo (UGE).

Evaluamos las proyecciones financieras de flujos de efectivo futuros utilizadas por la Administración de la Compañía en el análisis de deterioro de cada UGE que consideramos en nuestro alcance, verificando la información con la que se prepararon dichas proyecciones y analizando su consistencia con las tendencias históricas y los planes de negocio futuros. Evaluamos la composición de las UGE y los activos sujetos al análisis de deterioro asignados dentro de cada UGE. Analizamos los supuestos clave, considerando la sensibilidad de dichos supuestos. Involucramos a nuestros especialistas de valuación, para asistirnos en la evaluación de la razonabilidad de los supuestos clave y la metodología utilizada por la Administración de la Compañía en su análisis de deterioro según la Norma Internacional de Contabilidad (“NIC”) 36, Deterioro del valor de los activos. Recalculamos de manera independiente la determinación de los modelos de valuación utilizados y analizamos la uniformidad de la definición de UGE aplicado por la Compañía.

Obtuvimos e inspeccionamos la evidencia del estudio de deterioro que realizó la Administración de la Compañía sobre el crédito mercantil, y evaluamos la competencia, capacidades técnicas y objetividad de los especialistas valuadores externos de la Administración.

También evaluamos la razonabilidad de las revelaciones relacionadas con la identificación y determinación del valor de recuperación del crédito mercantil en los estados financieros consolidados adjuntos al 31 de diciembre de 2024.

Otra información

La Administración es responsable de la otra información. La otra información comprende la información incluida en el Reporte Anual presentado a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (“CNBV”) y en el informe anual presentado a los accionistas de la Compañía, pero no incluye los estados financieros consolidados ni nuestro informe de auditoría correspondiente. Esperamos disponer de la otra información después de la fecha de este informe de auditoría.

Nuestra opinión sobre los estados financieros consolidados no cubre la otra información y no expresaremos ninguna forma de conclusión que proporcione un grado de seguridad sobre ésta.

En relación con nuestra auditoría de los estados financieros consolidados, nuestra responsabilidad es leer y considerar la otra información que identificamos anteriormente cuando dispongamos de ella y, al hacerlo, considerar si existe una inconsistencia material entre la otra información y los estados financieros consolidados o el conocimiento obtenido por nosotros en la auditoría o si parece que existe una desviación material en la otra información por algún otro motivo.

Cuando leamos y consideremos el Reporte Anual presentado a la CNBV y el informe anual presentado a los accionistas, si concluimos que contiene una desviación material, estamos obligados a comunicar el asunto a los responsables del gobierno de la Compañía y emitir la declaratoria sobre el Reporte Anual requerida por la CNBV, en la cual se describirá el asunto.

Responsabilidades de la Administración y de los responsables del gobierno de la Compañía en relación con los estados financieros consolidados

La Administración es responsable de la preparación y presentación razonable de los estados financieros consolidados adjuntos de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera, y del control interno que la Administración considere necesario para permitir la preparación de los estados financieros consolidados libres de desviación material, debida a fraude o error.

En la preparación de los estados financieros consolidados, la Administración es responsable de la evaluación de la capacidad de la Compañía para continuar como negocio en marcha, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con el negocio en marcha y utilizando la base contable de negocio en marcha excepto si la Administración tiene intención de liquidar la Compañía o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Los responsables del gobierno de la Compañía son responsables de la supervisión del proceso de información financiera de la Compañía.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros consolidados

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que los estados financieros consolidados en su conjunto están libres de desviación material, debida a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión. Seguridad razonable es un alto grado de seguridad, pero no garantiza que una



auditoría realizada de conformidad con las NIA siempre detecte una desviación material cuando existe. Las desviaciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en los estados financieros consolidados.

Como parte de una auditoría de conformidad con las NIA, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:

- Identificamos y evaluamos los riesgos de desviación material en los estados financieros consolidados, debida a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una desviación material debida a fraude es más elevado que en el caso de una desviación material debida a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionadamente erróneas o la elusión del control interno.
- Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la Compañía.
- Evaluamos lo adecuado de las políticas contables aplicadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por la Administración.
- Concluimos sobre lo adecuado de la utilización, por la Administración, de la base contable de negocio en marcha y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Compañía para continuar como negocio en marcha. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en los estados financieros consolidados o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, hechos o condiciones futuras pueden ser causa de que la Compañía deje de continuar como negocio en marcha.
- Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de los estados financieros consolidados, incluida la información revelada, y si los estados financieros consolidados representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran la presentación razonable.
- Obtenemos evidencia suficiente y adecuada en relación con la información financiera de las entidades o actividades empresariales dentro del grupo para expresar una opinión sobre los estados financieros consolidados. Somos responsables de la dirección, supervisión y realización de la auditoría del grupo. Somos los únicos responsables de nuestra opinión de auditoría.

Comunicamos con los responsables del gobierno de la Compañía en relación con, entre otros asuntos, el alcance y el momento de realización de la auditoría planificados y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

También proporcionamos a los responsables del gobierno de la Compañía una declaración de que hemos cumplido los requerimientos de ética aplicables en relación con la independencia y comunicado con ellos acerca de todas las relaciones y demás asuntos de los que se puede esperar razonablemente que pueden afectar a nuestra independencia y, en su caso, las correspondientes salvaguardas.

Entre los asuntos que han sido objeto de comunicación con los responsables del gobierno de la Compañía, determinamos los más significativos en la auditoría de los estados financieros consolidados del periodo actual y que son, en consecuencia, los asuntos clave de la auditoría. Describimos dichos asuntos en nuestro informe de auditoría salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente el asunto o, en circunstancias extremadamente poco frecuentes, determinemos que un asunto no se debería comunicar en nuestro informe cuando se espera razonablemente que las consecuencias adversas de hacerlo superarían a los beneficios de interés público de dicho asunto.

El socio responsable de la auditoría es quién suscribe este informe.

Mancera, S.C.
Integrante de
Ernst & Young Global Limited

C.P.C. José Refugio Vázquez González

Ciudad de México
13 de febrero de 2025

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

Estados consolidados de resultados integrales

(Miles de pesos)

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2024	2023
Ventas netas	\$ 951,642,597	\$ 880,121,761
Otros ingresos (Nota 20)	6,864,894	6,401,444
Total ingresos	958,507,491	886,523,205
Costo de Ventas (Nota 21)	(727,034,273)	(675,964,861)
Utilidad bruta	231,473,218	210,558,344
Gastos generales (Nota 21)	(156,085,246)	(136,746,969)
Utilidad antes de otros productos y gastos	75,387,972	73,811,375
Otros productos	2,784,127	1,539,395
Otros gastos	(813,111)	(2,074,787)
Utilidad de operación	77,358,988	73,275,983
Ingresos financieros (Nota 22)	3,672,831	4,230,598
Gastos financieros (Nota 22)	(12,100,332)	(8,899,844)
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	68,931,487	68,606,737
Impuestos a la utilidad (Nota 17)	(15,104,103)	(17,016,748)
Utilidad neta consolidada	\$ 53,827,384	\$ 51,589,989

Otras partidas de utilidad integral:

Partidas que no se reclasifican al resultado del año:

Resultado actuarial por beneficio a los empleados,
neto de impuestos a la utilidad

Partidas que pueden reclasificarse posteriormente a resultados:

Resultado por conversión de monedas extranjeras

Otras partidas de resultado integral

Utilidad integral

Utilidad básica por acción (en pesos)

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2024	2023
	\$ (451,592)	\$ (244,672)
	16,620,054	(3,736,149)
	16,168,462	(3,980,821)
	\$ 69,995,846	\$ 47,609,168
	\$ 3.085	\$ 2.955

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

Estados consolidados de situación financiera

(Miles de pesos)

	Al 31 de diciembre de	
	2024	2023
Activos		
Activos circulantes		
Efectivo y equivalentes de efectivo (Nota 6)	\$ 36,513,582	\$ 40,668,985
Cuentas por cobrar, neto (Nota 7)	24,862,289	22,960,095
Inventarios, neto (Nota 8)	110,694,942	95,088,332
Pagos anticipados y otros	1,326,455	1,024,900
Suma activos circulantes	173,397,268	159,742,312
Activos no circulantes:		
Inmuebles y equipo, neto (Nota 9)	180,715,011	156,127,476
Activos por derecho de uso (Nota 10)	63,958,072	61,483,671
Propiedades de inversión, neto (Nota 11)	4,351,732	4,995,315
Activos intangibles, neto (Nota 12)	47,393,126	38,336,220
Activos por impuestos diferidos (Nota 17)	21,678,914	14,177,846
Otros activos no circulantes	2,398,942	1,683,776
Suma activos	\$ 493,893,065	\$ 436,546,616

	Al 31 de diciembre de	
	2024	2023
Pasivo y capital contable		
Pasivos a corto plazo:		
Cuentas por pagar	\$ 121,971,233	\$ 114,430,006
Pasivos por arrendamiento a corto plazo	4,735,116	4,312,123
Otras cuentas por pagar (Nota 14)	42,694,405	36,262,347
Impuestos a la utilidad	4,187,435	1,214,037
Suma pasivos a corto plazo	173,588,189	156,218,513
Pasivos a largo plazo:		
Pasivos por arrendamiento y otros pasivos a largo plazo (Nota 16)	82,050,246	74,433,405
Pasivos por impuestos a la utilidad (Nota 17)	2,381,292	4,481,551
Beneficios a los empleados (Nota 18)	2,997,869	2,327,110
Suma pasivos	261,017,596	237,460,579
Capital contable (Nota 19)		
Capital social	45,429,160	45,429,160
Utilidades acumuladas	167,447,963	151,020,031
Otras partidas de utilidad integral	25,260,173	9,091,711
Prima en venta de acciones	5,906,487	5,640,011
Fondo para el plan de acciones al personal	(11,168,314)	(12,094,876)
Suma capital contable	232,875,469	199,086,037
Suma pasivos y capital contable	\$ 493,893,065	\$ 436,546,616

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

Estados consolidados de cambios en el capital contable

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2024 y 2023 (Nota 19)
(Miles de pesos)

	Utilidades acumuladas						
	Capital social	Reserva legal	Utilidades	Otras partidas de utilidad integral	Prima en venta de acciones	Fondo para el plan de acciones al personal	Suma capital contable
Saldo al 31 de diciembre de 2022	\$ 45,468,428	\$ 9,104,745	\$ 137,622,278	\$ 13,072,532	\$ 5,289,992	\$ (8,089,592)	\$ 202,468,383
Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal					350,019	(4,005,284)	(3,655,265)
Recompra de acciones	(39,268)		(948,374)				(987,642)
Dividendos decretados			(46,348,607)				(46,348,607)
Utilidad integral			51,589,989	(3,980,821)			47,609,168
Saldo al 31 de diciembre de 2023	45,429,160	9,104,745	141,915,286	9,091,711	5,640,011	(12,094,876)	199,086,037
Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal					266,476	926,562	1,193,038
Dividendos decretados			(37,399,452)				(37,399,452)
Utilidad integral			53,827,384	16,168,462			69,995,846
Saldo al 31 de diciembre de 2024	\$ 45,429,160	\$ 9,104,745	\$ 158,343,218	\$ 25,260,173	\$ 5,906,487	\$ (11,168,314)	\$ 232,875,469

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

Estados consolidados
de flujos de efectivo

(Miles de pesos)

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2024	2023
Actividades de operación		
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	\$ 68,931,487	\$ 68,606,737
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Depreciación y amortización	22,639,474	20,577,439
Pérdida por bajas de inmuebles, equipo y deterioro	(402,757)	465,022
Gasto de compensación por opciones de acciones	493,766	478,401
Intereses a favor (Nota 22)	(2,657,187)	(3,021,084)
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
Intereses a cargo de pasivos por arrendamiento (Nota 10)	8,593,484	7,836,519
Fluctuación cambiaria no realizada	(62,852)	355,889
Provisión por obligaciones laborales (Nota 18)	574,290	453,754
Intereses a cargo	42,902	62,201
Flujo proveniente de resultados	98,152,607	95,814,878
Variaciones en:		
Cuentas por cobrar	(173,566)	(6,191,597)
Inventarios	(12,543,798)	(6,601,890)
Pagos anticipados y otros activos	(826,096)	766,359
Cuentas por pagar	3,057,479	16,708,363
Otras cuentas por pagar	2,121,813	5,166,658
Impuestos a la utilidad pagados	(16,397,777)	(19,949,533)
Beneficios a los empleados	(755,127)	(591,655)
Flujos netos de efectivo generados en actividades de operación	72,635,535	85,121,583

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2024	2023
Actividades de inversión		
Activos de larga duración de vida definida	(34,763,789)	(28,792,178)
Intereses cobrados (Nota 22)	2,657,187	3,021,084
Cobros por venta de inmuebles y equipo	872,570	312,968
Fondo para el plan de acciones al personal	699,272	(4,133,666)
Adquisición de negocios (Nota 4)	-	(169,800)
Flujos netos de efectivo utilizados por actividades de inversión	(30,534,760)	(29,761,592)
Actividades de financiamiento		
Pago de dividendos (Nota 19)	(37,399,452)	(46,348,607)
Recompra de acciones	-	(987,642)
Intereses pagados	(42,902)	(62,201)
Pagos de pasivos por arrendamiento (Nota 10)	(12,355,100)	(11,153,474)
Flujos netos de efectivo utilizados por actividades de financiamiento	(49,797,454)	(58,551,924)
Efectos por cambios en el valor del efectivo	3,541,276	(3,566,273)
Decremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo	(4,155,403)	(6,758,206)
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del año	40,668,985	47,427,191
Efectivo y equivalentes de efectivo al fin del año	\$ 36,513,582	\$ 40,668,985
Transacciones que no generan flujo de efectivo		
Altas de activos por derechos de uso	\$ 1,821,479	\$ 6,196,845
Modificaciones y actualizaciones	\$ 4,651,885	\$ 3,141,926

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

Notas a los estados financieros consolidados

Al 31 de diciembre de 2024 y 2023

(Miles de pesos, excepto en donde se indique algo diferente)

1. Información corporativa

Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. (WALMEX, "la Compañía" o "Grupo"), es una sociedad mexicana con domicilio en Nextengo 78, Santa Cruz Acayucan, 02770, Ciudad de México, constituida bajo las leyes mexicanas y cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores. El accionista mayoritario de WALMEX es Walmart Inc., sociedad norteamericana a través de Intersalt, S. de R.L. de C.V., sociedad mexicana, con una participación accionaria del 70.57%.

WALMEX es tenedora del 100% de las partes sociales y/o acciones de las compañías en México y Centroamérica, cuyos grupos se mencionan a continuación:

Grupo	Actividad
Nueva Walmart	Operación en 2024 de 2,553 tiendas de descuento Bodega Aurrera, 327 hipermercados Walmart, 101 supermercados Walmart Express y 173 tiendas Sam’s Club de precios al mayoreo con membresías.
Otros negocios	Prestación de servicios de conectividad a internet móvil y venta de recargas de tiempo aire (BAIT); servicios de espacios publicitarios (Walmart Connect); servicios financieros a través de cartera digital (Cashi).
Empresas importadoras	Importación de mercancías para la venta.
Inmobiliario	Proyectos inmobiliarios y administración de compañías inmobiliarias.
Empresas Corporativas	Prestación de servicios con fines no lucrativos a la comunidad y tenencia de acciones.
Walmart Centroamérica	Operación en 2024 de 618 tiendas de descuento Despensa Familiar y Palí, 98 supermercados Paiz, La Despensa de Don Juan, La Unión y Mas x Menos, 172 Bodegas, Maxi Bodegas y Maxi Palí, y 37 hipermercados Walmart y se localizan en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

2. Nuevos Pronunciamientos

Modificaciones a NIIF 16, “Pasivo por arrendamiento en una venta en vía de retorno”

Esta modificación requiere que un arrendatario-vendedor, mida subsecuentemente los pasivos por un arrendamiento que surja de una operación de arrendamiento en vía de retorno (sale and leaseback) de manera que no reconozca ningún monto de la utilidad o pérdida relacionada con el derecho de uso que retiene.

Los nuevos requisitos introducidos por la modificación no impiden que un arrendatario- vendedor reconozca en resultados cualquier utilidad o pérdida relacionada con la terminación parcial o total de un arrendamiento.

Si bien, anteriormente se había propuesto que un arrendatario-vendedor midiera inicialmente el activo por derecho de uso y el pasivo por arrendamiento que surge de un arrendamiento en vía de retorno utilizando el valor presente de los pagos de arrendamiento esperados en la fecha de inicio, las modificaciones finales no eliminan requisitos de medición específicos para los pasivos por arrendamiento que surgen de un arrendamiento en vía de retorno.

Esta modificación es efectiva para periodos anuales que inicien el 1 de enero de 2024.

La Administración de la Compañía considera que la adopción de esta norma no tiene impacto material en los estados financieros consolidados.

Modificaciones a NIC 7, “Estado de flujos de efectivo” y NIIF 7, “Instrumentos financieros: Información a revelar”.

El 25 de mayo de 2023, el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB, por sus siglas en inglés) emitió modificaciones resultantes de la agenda del Comité de Interpretaciones de IFRS de diciembre de 2020.



Las modificaciones requieren que una entidad proporcione información sobre el impacto de los acuerdos de financiamiento de proveedores en los pasivos y flujos de efectivo, incluyendo:

- Términos y condiciones.
- Los importes en libros de los pasivos financieros relacionados con financiamientos de proveedores, al principio y al final del período del informe y las fechas de vencimiento de pagos.
- El tipo y efecto de los cambios no monetarios en los importes en libros de los pasivos financieros relacionados con financiamientos de proveedores.

Las modificaciones entraron en vigor para los períodos de informe anual que comiencen a partir del 1 de enero de 2024.

La Administración de la Compañía considera que la adopción de esta norma no tuvo impacto material en los estados financieros consolidados.

NIIF S1, Requisitos Generales de Revelación de Información Financiera relacionada con la Sostenibilidad

En junio de 2023, el Consejo de Normas Internacionales de Sostenibilidad (ISSB, por sus siglas en inglés) emitió la NIIF S1, "Requisitos generales para la divulgación de información financiera relacionada con la sostenibilidad". El objetivo de esta NIIF es requerir a las entidades que revelen información sobre riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad que sea útil para los usuarios de información financiera.

La NIIF S1 establece los requisitos para revelar información sobre los riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad de una entidad. En particular, se deberá proporcionar información sobre:

- Los procesos, controles y procedimientos de gobernanza que la entidad utiliza para identificar, evaluar, priorizar, monitorear, gestionar y supervisar los riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad.
- La estrategia de la entidad para gestionar los riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad.
- El desempeño de la entidad en relación con los riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad, incluido el progreso hacia cualquier objetivo que la entidad haya establecido o deba cumplir por ley o regulación.

La NIIF S1 es efectiva para los períodos de informes anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2024 con aplicación anticipada permitida siempre que la NIIF S2, "Revelaciones relacionadas con el clima" también sea aplicada; no obstante, de acuerdo a los lineamientos que la Comisión Nacional Bancaria y de Valores ha emitido para este cumplimiento, su aplicación efectiva será a partir de los ejercicios que comiencen a partir del 1 de enero de 2025 para presentar la información en el ejercicio 2026.

La Administración de la Compañía se encuentra analizando el impacto que tendrá esta norma en los estados financieros consolidados.

NIIF S2, Revelaciones relacionadas con el clima

En junio de 2023, el ISSB emitió la NIIF S2, "Revelaciones relacionadas con el clima".

La NIIF S2 establece que una entidad deberá revelar información sobre riesgos y oportunidades relacionados con el clima que razonablemente puedan afectar los flujos de efectivo de dicha entidad y/o su acceso a financiamiento en el corto, mediano o largo plazo (denominados colectivamente "riesgos y oportunidades relacionados con el clima que razonablemente se podría esperar que afecten las perspectivas de la entidad"). La NIIF S2 se aplica a:

- a) Los riesgos climáticos a los que está expuesta la entidad, que son:
 - i. riesgos físicos relacionados con el clima; y
 - ii. riesgos de transición relacionados con el clima; y
- b) Oportunidades relacionadas con el clima disponibles para la entidad.

La NIIF S2 es efectiva para los períodos de informes anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2024 con aplicación anticipada permitida siempre que la NIIF S1, "Requisitos Generales de Revelación de Información Financiera relacionada con la Sostenibilidad" también sea aplicada; no obstante, de acuerdo a los lineamientos que la Comisión Nacional Bancaria y de Valores ha emitido para este cumplimiento, su aplicación efectiva será a partir de los ejercicios que comiencen a partir del 1 de enero de 2025 para presentar la información en el ejercicio 2026.

La Administración de la Compañía se encuentra analizando el impacto que tendrá esta norma en los estados financieros consolidados.

NIIFS que han sido emitidas, pero aún no entran en vigor

Mejoras Anuales a las Normas Internacionales de Información Financiera

En Julio de 2024, el IASB publicó 'Mejoras anuales a las Normas Internacionales de Información Financiera - Volumen 11'. Dicho documento contiene enmiendas a cinco normas como resultado del proyecto anual de mejoras del IASB, encaminadas a aclarar y/o mejorar el entendimiento general de las mismas:



NIIF 1, Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera;
NIIF 7, Instrumentos financieros: Información a revelar (incluye mejoras en la guía de implementación);
NIIF 9 Instrumentos financieros;
NIIF 10 Estados Financieros Consolidados; y
NIC 7 Estado de Flujos de Efectivo

Las modificaciones no incluyen requisitos transitorios, excepto el requerimiento de aplicación de la modificación a la NIIF 9.2.1(b)(ii) a los pasivos por arrendamiento que se extingan en o después del comienzo del ejercicio anual sobre el que se informa en el que la entidad aplica por primera vez esa modificación.

Las modificaciones son efectivas para los períodos de informes anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2026 y se permite su aplicación anticipada.

La Administración de la Compañía está analizando el posible impacto que esta norma tendrá en los estados financieros consolidados.

Modificaciones a la NIC 21, Efectos de las Variaciones en las Tasas de Cambio de la Moneda Extranjera: Falta de Intercambiabilidad

En agosto de 2023, el IASB publicó "Falta de intercambiabilidad (Modificaciones a la NIC 21); dicho documento contiene orientación para especificar cuándo una moneda es intercambiable y cómo determinar el tipo de cambio cuando no lo es.

La modificación aclara cómo una entidad debe evaluar si una moneda es intercambiable y cómo debe determinar un tipo de cambio al contado cuando no se puede intercambiar, así como exigir la revelación de información que permita a los usuarios de los estados financieros comprender el impacto de que una moneda no sea intercambiable. El documento también incluye un nuevo apéndice con orientación de aplicación sobre intercambiabilidad y un nuevo ejemplo ilustrativo.

Las modificaciones también se extienden a las modificaciones a la NIIF 1, Adopción por Primera Vez de las Normas Internacionales de Información Financiera, que anteriormente se referían, pero no definían, la intercambiabilidad.

La entidad aplicará las modificaciones para los períodos de informe anual que comiencen a partir del 1 de enero de 2025. Se permite la aplicación anticipada de esta modificación.

La Administración de la Compañía se encuentra analizando el impacto que tendrá esta norma en los estados financieros consolidados.

Modificaciones a la NIIF 9 y a la NIIF 7, Modificaciones a la clasificación y medición de instrumentos financieros.

El 30 de mayo de 2024, el IASB emitió Modificaciones a la NIIF 9 y a la NIIF 7, Modificaciones a la clasificación y medición de instrumentos financieros. Las enmiendas:

- Aclaran que un pasivo financiero se da de baja en cuentas en la "fecha de liquidación". Las modificaciones también introducen una opción de política contable para dar de baja en cuentas los pasivos financieros que se liquidan a través de un sistema de pago electrónico antes de la fecha de liquidación si se cumplen ciertas condiciones.
- Aclaran cómo evaluar las características contractuales de flujo de efectivo de los activos financieros que incluyen características ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG) y otras características contingentes similares.
- Clarifican el tratamiento de los activos sin recurso y de los instrumentos vinculados contractualmente.
- Requieren información adicional en la NIIF 7 para activos y pasivos financieros con términos contractuales que hagan referencia a un evento contingente (incluidos aquellos que son vinculados con ESG) e instrumentos de patrimonio clasificados a valor razonable con cambios en otro resultado integral (FVTOCI).

La entidad aplicará las modificaciones para los períodos de informe anual que comiencen a partir del 1 de enero de 2026. Las entidades pueden adoptar de forma anticipada las modificaciones que se relacionan con la clasificación de los activos financieros más la información a revelar relacionada y aplicar las demás modificaciones más adelante. Los nuevos requisitos introducidos por las modificaciones se aplicarán retroactivamente con ajuste en utilidades acumuladas. No es necesario reexpresar los períodos anteriores.

La Administración de la Compañía se encuentra analizando el impacto que tendrá esta norma en los estados financieros consolidados.

NIIF 18, Presentación e información a revelar en los estados financieros

El 9 de abril de 2024 el IASB emitió la NIIF 18, Presentación e información a revelar en los estados financieros, enfocándose, principalmente en cambios en la presentación e información a revelar en el estado de resultados, así mismo, introduce algunos cambios limitados en el estado de situación financiera, de cambios en el capital contable y de flujos de efectivo. La NIIF 18 sustituirá a la NIC 1, sin embargo, muchos de los principios incluidos en la NIC 1 se mantienen en IFRS 18. Los principales cambios introducidos en la NIIF 18 se refieren a:

- la estructura básica del estado de pérdidas y ganancias;
- las revelaciones requeridas en los estados financieros para ciertas medidas de rendimiento de resultados que se presentan fuera de los estados financieros de una entidad; y



- principios mejorados sobre agregación y desagregación aplicables a los estados financieros primarios y a las notas en general.

La NIIF 18 no afectará al reconocimiento o valoración de partidas en los estados financieros, pero podría cambiar lo que una entidad reporta como su "resultado operativo".

La NIIF 18 se aplicará a los ejercicios sobre los que se informa a partir del 1 de enero de 2027 y debe aplicarse de forma retroactiva; se permite su aplicación anticipada, misma que debe revelarse. La Administración de la Compañía está analizando los posibles impactos de la adopción de esta norma.

La Administración de la Compañía se encuentra analizando el impacto que tendrá esta norma en los estados financieros consolidados.

NIIF 19, Subsidiarias sin responsabilidad pública: Información a revelar

El 9 de mayo de 2024, el IASB emitió la NIIF 19, Subsidiarias sin responsabilidad pública: Información a revelar, que permite a entidades elegibles optar por aplicar los requisitos reducidos de información a revelar de la NIIF 19 sin dejar de aplicar los requisitos de reconocimiento, medición y presentación de otras NIIF.

La aplicación de la norma es opcional para las entidades elegibles:

- Entidades que no tienen responsabilidad pública; y
- Entidades que tienen una matriz última o intermedia que produce estados financieros consolidados disponibles para uso público que cumplen con las Normas de Contabilidad NIIF.

Una entidad que aplique la NIIF 19 está obligada a revelar este hecho como parte de su declaración general de cumplimiento de las normas contables NIIF.

La norma entrará en vigor para los períodos de informe que comiencen a partir del 1 de enero de 2027, y su aplicación anticipada está permitida. En el primer año de aplicación de la NIIF 19, la entidad está obligada a revelar información comparativa de los importes del año en curso, tal y como exige la NIIF 19, a menos que la misma norma u NIIF permita o exija lo contrario.

La Administración de la Compañía considera que la adopción de esta norma no tendrá impacto en los estados financieros consolidados.

3. Información de políticas contables materiales

A continuación, se resumen las políticas contables materiales, las cuales han sido aplicadas consistentemente con el año terminado el 31 de diciembre de 2023.

a) Bases de preparación

Los estados financieros consolidados adjuntos han sido preparados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) vigentes emitidas por el IASB, las interpretaciones emitidas por el International Financial Reporting Interpretation Committee (IFRIC), incluyendo aquellas emitidas previamente por el Standard Interpretations Committee (SIC).

El estado consolidado de resultados integral se preparó con base en su función, el cual permite conocer y revelar el costo de ventas separado de los demás costos, gastos de operación y de administración, ambos gastos se reconocen en el estado de resultados en el momento en que se incurren.

Los estados financieros de las subsidiarias en el extranjero antes de ser incluidos en el proceso de consolidación son preparados con base en las NIIF y convertidos a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio promedio para el estado consolidado de resultados integral y el tipo de cambio de cierre para el estado consolidado de situación financiera.

El resultado por conversión de monedas extranjeras resulta de convertir los estados financieros de las subsidiarias en el extranjero a pesos mexicanos. Dicho resultado forma parte del capital contable en otras partidas de la utilidad integral.

Los estados de flujos de efectivo se preparan utilizando el método indirecto.

La preparación de los estados financieros consolidados requiere el uso de estimaciones contables y supuestos basados en la experiencia histórica y otros factores en la valuación de algunos de sus renglones; los resultados reales pueden diferir de estas estimaciones. Las estimaciones y supuestos se revisan periódicamente y consisten principalmente en:

- Estimaciones contables como deterioro de cuentas por cobrar, inventarios, de inmuebles, equipo, activos por derecho de uso, propiedades de inversión, crédito mercantil y probabilidad de éxito de contingencias legales y fiscales.
- Supuestos utilizados como la tasa de descuento para la determinación del pasivo por arrendamiento; la Compañía revisa anualmente la vida útil estimada de inmuebles y equipo, y activos intangibles con vida útil definida; la determinación de su valor recuperable involucra juicios significativos como la estimación de flujos de efectivo futuros del negocio, la tasa de descuento y la tasa de interés; el valor presente de las obligaciones laborales depende de factores que se determinan a través de valuaciones actuariales que involucren el uso



de hipótesis económicas como tasa de descuento, tasa de inflación, crecimiento salarial e incremento en el salario mínimo; y el valor razonable de instrumentos financieros derivados y propiedades de inversión.

WALMEX cuenta con los recursos suficientes para seguir funcionando en el futuro como negocio en marcha. Los estados financieros consolidados adjuntos han sido preparados bajo la hipótesis de negocio en marcha bajo la base de costo histórico, excepto por los activos y pasivos financieros y los instrumentos financieros derivados que se valúan a su valor razonable al cierre de cada periodo. La moneda funcional y de reporte que se utiliza es el peso mexicano.

b) Consolidación

Los estados financieros consolidados adjuntos incluyen los de WALMEX, los de las entidades donde se ha determinado que la Compañía es el principal beneficiario y los de sus subsidiarias o participadas en las que se tiene control en México y en el extranjero, las cuales se agrupan como se menciona en la Nota 1, y son preparados considerando el mismo periodo contable.

Las subsidiarias o entidades participadas se consolidan desde la fecha en que su control se asume por WALMEX y hasta la fecha en la que se pierde dicho control. Los resultados de las subsidiarias o participadas adquiridas o vendidas durante el año se incluyen en el estado consolidado de resultados integral desde la fecha de adquisición o hasta la fecha de venta, según sea el caso.

Específicamente, la Compañía controla una participada si, y solo si, la Compañía tiene:

- Poder sobre la participada (es decir, los derechos existentes que le dan la capacidad actual de dirigir las actividades relevantes de la participada)
- Exposición, o derechos, a rendimientos variables de su participación en la participada
- La capacidad de usar su poder sobre la participada para afectar sus retornos

Los saldos y operaciones entre subsidiarias y/o entidades participadas que se consolidan se eliminan para efectos de la consolidación.

La Compañía consolida en sus estados financieros los saldos y operaciones de la entidad participada Cargill Protein S. de R.L. de C.V., en virtud del contrato establecido para la proveeduría de servicios para el procesamiento de carne, mediante el cual la Compañía obtiene control única y exclusivamente desde el punto de vista contable y aplicando los principios contables pero no legales, a través del derecho a rendimientos variables por su participación en esta entidad. La (pérdida) utilidad neta del ejercicio consolidada considera un remanente atribuible al resultado de la entidad participada por \$(74,648) en 2024 y \$61,008 en 2023; y el estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2024 y 2023, contiene un remanente atribuible a la entidad participada por \$(68,375) y \$6,273, respectivamente.

c) Activos y pasivos financieros y mediciones del valor razonable

La Compañía determina la clasificación de sus activos y pasivos financieros al momento de su reconocimiento inicial como sigue:

- I. Activos financieros. Se clasifican en alguna de las siguientes categorías, según sea requerido: activos financieros reconocidos a su valor razonable con cambios a resultados, cuentas por cobrar e inversiones mantenidas al vencimiento. Los activos financieros de la Compañía consisten principalmente en efectivo y equivalentes de efectivo, cuentas por cobrar a clientes y otras cuentas por cobrar, las cuales se reconocen inicialmente a su valor razonable. El valor razonable de un activo es el precio en que el activo podría venderse en una transacción ordinaria con terceros, capaces de participar en la transacción.
- II. Pasivos financieros. Se clasifican como pasivos financieros las cuentas por pagar a proveedores, otras cuentas por pagar y pasivos por arrendamientos; se reconocen inicialmente a su valor razonable, y subsecuentemente se valúan al costo amortizado usando el método de tasa de interés efectiva. Los pasivos que provienen de derivados se reconocen inicial y posteriormente a su valor razonable. El valor razonable de un pasivo es la cantidad que se pagaría para transferir la responsabilidad a un nuevo acreedor en una transacción entre dichas partes.

Los activos y pasivos registrados a su valor razonable se miden utilizando la jerarquía de valor razonable, que da prioridad a los insumos utilizados en la medición. Los niveles de la jerarquía de valor razonable son los siguientes:

Nivel 1. Datos observables para instrumentos idénticos como son los precios cotizados en mercados activos;

Nivel 2. Otros datos de entrada que incluyen precios cotizados para instrumentos similares en los mercados activos y que son directa o indirectamente observables, y;

Nivel 3. Insumos no observables para los que existen pocos datos o ningún mercado, por lo que la empresa desarrolla sus propios supuestos y valuaciones.

La medición posterior de los activos y pasivos financieros de la Compañía se determina en función de su clasificación.

La Compañía considera que ha ocurrido una transferencia entre los niveles de jerarquía en la fecha que el evento o cambio de circunstancia haya causado el cambio de la misma.

Los activos y pasivos financieros se compensan y el monto neto se presenta en el estado consolidado de situación financiera si existe actualmente un derecho legalmente exigible para compensar los montos reconocidos y existe la intención de liquidarlos por el monto neto, o de realizar los activos y liquidar los pasivos en forma simultánea.

d) Efectivo y equivalentes de efectivo

El efectivo y equivalentes de efectivo están representados principalmente por depósitos bancarios, transacciones con tarjeta de crédito o débito que se recuperan en menos de 7 días, así como inversiones en instrumentos de alta liquidez con vencimiento no mayor a 90 días más sus intereses devengados y se expresan a su valor razonable.

El efectivo que por algún motivo se encuentre restringido y no pueda ser intercambiado ni utilizado para cancelar un pasivo por un período mínimo de doce meses se presenta en un rubro por separado en el estado de situación financiera y se excluyen del efectivo y equivalentes de efectivo en el estado de flujos de efectivo.

e) Instrumentos financieros derivados

La Compañía suscribe contratos de cobertura de divisas a través de operaciones extrabursátiles a futuro sobre divisas (Fx-Forward) para mitigar las afectaciones por variabilidad en el tipo de cambio de la moneda extranjera en las cuentas por pagar de mercancías de importación para la venta. La vigencia máxima de estos contratos es de seis meses.

Los derivados se designan a su valor razonable a la fecha en que se suscribe el contrato del derivado y posteriormente se valúan a su valor razonable al final del periodo de reporte. La ganancia o pérdida resultante se reconoce inmediatamente en el rubro de ingresos o gastos financieros del estado consolidado de resultados integral, según corresponda.

En apego a nuestras normas de gobierno corporativo, WALMEX únicamente maneja instrumentos financieros derivados Fx-Forwards.

f) Cuentas por cobrar y provisiones para deterioro de otras cuentas por cobrar

WALMEX reconoce el deterioro de sus cuentas por cobrar aplicando el enfoque simplificado permitido por la NIIF 9 “Instrumentos Financieros”, reconociendo desde la creación de la cuenta por cobrar las pérdidas crediticias esperadas. Estos activos se agrupan según las características del riesgo de crédito y los días vencidos, con la provisión de pérdida esperada para cada agrupación de riesgo determinadas en función de la pérdida crediticia histórica y experiencia de la Compañía, ajustadas por factores específicos para los deudores y efectos en el entorno económico.

g) Inventarios

Los inventarios están valuados bajo el método detallista, excepto por los negocios correspondientes a Sam’s Club, centros de distribución, Desarrollo Agro-industrial (granos, comestibles y carnes) y división de perecederos,

que están valuados bajo el método de costo promedio, aplicados consistentemente con el ejercicio anterior. Los inventarios, incluyendo artículos obsoletos, de lento movimiento, defectuosos o en mal estado se encuentran registrados a valores que no exceden su valor neto de realización.

Los fletes y las bonificaciones sobre compras se capitalizan en el inventario y se reconocen en el costo de ventas de acuerdo al desplazamiento de los inventarios que les dieron origen.

h) Pagos anticipados

Los pagos anticipados se registran a su costo y se reconocen como un activo circulante en el estado consolidado de situación financiera a partir de la fecha en que se realiza dicho pago. Al momento de recibir el beneficio de dichos pagos se reconoce en resultados o como parte del rubro del activo correspondiente si se tiene la certeza de generar beneficios económicos futuros.

i) Inmuebles y equipo

Los inmuebles y equipo se registran a su valor de adquisición, y se presentan netos de su depreciación acumulada.

La depreciación de los inmuebles y equipo se calcula por el método de línea recta a tasas que fluctúan como sigue:

Edificios, construcciones e instalaciones en bienes arrendados:

Obra civil y estructura	2.5 %	a	5.0 %
Instalaciones y adaptaciones	5.0 %	a	12.5 %
Acabados	10.0 %	a	25.0 %

Mobiliario y equipo	5.0 %	a	33.3 %
Equipo de cómputo	12.5 %	a	33.3 %
Equipo de transporte	10.0 %	a	33.3 %

Las obras en proceso están conformadas por inversiones realizadas por la Compañía, principalmente por la construcción de nuevas tiendas y adecuaciones; se registran a su costo, una vez concluidas se reclasifican como inmuebles e inician su depreciación.

j) **Propiedades de inversión**

Las propiedades de inversión (terrenos, edificios, construcciones e instalaciones en bienes que se dan en arrendamiento) se mantienen para obtener beneficios económicos a través del cobro de rentas. Dichas propiedades se miden inicialmente a su costo de adquisición. Después del reconocimiento inicial, se continúan valuando al costo menos depreciación y pérdidas acumuladas por deterioro, en su caso.

La depreciación se calcula por el método de línea recta a tasa que fluctúan como sigue:

Edificios, construcciones e instalaciones en bienes arrendados:

Obra civil y estructura	2.5 %	a	5.0 %
Instalaciones y adaptaciones	5.0 %	a	12.5 %
Acabados	10.0 %	a	25.0 %

k) **Arrendamientos**

La Compañía evalúa si un contrato es o contiene un arrendamiento a la fecha del inicio del contrato. Esta evaluación requiere de juicio respecto a si implica el uso de un activo específico, o si la Compañía obtiene substancialmente todos los beneficios económicos del uso del activo y si la Compañía tiene el derecho de administrar el uso del activo.

WALMEX como Arrendatario

WALMEX reconoce un activo por derecho de uso y un pasivo por arrendamiento en la fecha de posesión del bien arrendado. El activo por derecho de uso se mide inicialmente al costo, que comprende el monto inicial del pasivo de arrendamiento ajustado por cualquier pago de arrendamiento realizado en la fecha de inicio o antes, más los costos directos iniciales incurridos, menos los incentivos de arrendamiento recibidos aplicables.

El activo por derecho de uso se deprecia posteriormente utilizando el método de línea recta desde la fecha de inicio hasta el final del período de vida útil del activo por derecho de uso o el final del plazo de arrendamiento, lo que sea más corto. Las vidas útiles estimadas de los activos de derecho de uso se determinan sobre la misma base que las de propiedades y equipos. Además, el activo por el derecho de uso se reduce periódicamente por pérdidas por deterioro, si las hubiera, y se ajusta para ciertas mediciones del pasivo por arrendamiento.

El pasivo por arrendamiento se mide inicialmente al valor presente de los pagos pendientes a la fecha de inicio del arrendamiento y se descuentan utilizando la tasa de interés incremental de WALMEX.

Posterior al reconocimiento inicial, el pasivo por arrendamiento se mide al costo amortizado utilizando el método de interés efectivo. Estos pasivos se vuelven a medir cuando hay un cambio en los pagos de arrendamiento

futuros que surgen de un cambio en un índice o tasa, si hay un cambio en la estimación del monto que se espera pagar bajo una garantía de valor residual, o si WALMEX cambia su evaluación de si ejercerá una opción de compra, extensión o terminación.

Cuando el pasivo por arrendamiento se vuelve a medir de esta manera, se realiza un ajuste correspondiente al valor en libros del activo por derecho de uso, o se registra en utilidad o pérdida si el valor en libros del activo por derecho de uso se tiene reducido a cero.

WALMEX como Arrendador

La Compañía obtiene ingresos por renta de las propiedades de inversión e ingresos por renta fija y variable que se reconocen conforme se devengan. Dichos ingresos se presentan en el rubro de otros ingresos del estado consolidado de resultados integral.

l) **Deterioro del valor de activos de larga duración de vida definida**

Los activos de larga duración de vida definida están sujetos a pruebas de deterioro únicamente cuando hay indicadores de deterioro.

El deterioro en el valor de este tipo de activos se reconoce aplicando la técnica de valor presente esperado para calcular su valor de uso, considerando como unidad mínima generadora de efectivo a cada tienda.

La técnica de valor presente esperado requiere del cálculo detallado de presupuestos, los cuales son preparados por separado de cada unidad generadora de efectivo en donde se localizan los activos. Estos presupuestos cubren generalmente un periodo de cinco años, y en caso de un periodo mayor, se aplica un porcentaje de crecimiento esperado.

Las pérdidas por deterioro se reconocen en el estado consolidado de resultados integral en el rubro de otros gastos.

Cuando una pérdida por deterioro se revierte posteriormente, el valor en libros del activo (o unidad generadora de efectivo), se incrementa según la estimación revisada del monto recuperable, sin que exceda el valor en libros que se habría determinado si no se hubiera reconocido una pérdida por deterioro en años anteriores. La reversión de una pérdida por deterioro se reconoce inmediatamente en resultados.

m) **Activos intangibles**

Los activos intangibles se reconocen cuando son identificables, proporcionan beneficios económicos futuros y se tiene un control sobre dichos beneficios.



Los activos intangibles son valuados a su costo de adquisición o a su valor razonable a la fecha de adquisición, el que sea menor, y se clasifican conforme a su vida útil, que puede ser indefinida o definida. Los activos de vida indefinida no son sujetos de amortización, sin embargo, se realiza una prueba anual de deterioro. Los activos intangibles con vida definida se amortizan utilizando el método de línea recta a tasas que fluctúan entre 7.7% y 33.3%.

n) Crédito mercantil

El crédito mercantil representa el exceso del precio de compra sobre el valor razonable de los activos netos de Walmart Centroamérica y Cartera Digital a la fecha de adquisición y no es sujeto a amortización.

El crédito mercantil se asignó, aplicando la técnica de valor de perpetuidad para determinar su valor de uso, considerando como unidad generadora de efectivo (UGE) cada uno de los países de Centroamérica: Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

El crédito mercantil está sujeto a pruebas de deterioro anuales. WALMEX contrata los servicios profesionales de un perito independiente para realizar el estudio del deterioro. Al evaluar el valor de uso, se descuentan los flujos de efectivo futuros esperados a su valor presente, utilizando una tasa de descuento antes de impuestos que refleje las evaluaciones del mercado actual del valor del dinero en el tiempo y los riesgos específicos para el activo.

Los flujos de efectivo futuros se basan en el plan de negocios y proyecciones de la Compañía utilizadas por la alta Dirección para los próximos cinco años.

El crédito mercantil se convierte al tipo de cambio de cierre y el efecto se reconoce en otras partidas de utilidad integral.

o) Pasivos y provisiones

Los pasivos por provisiones se reconocen cuando se tiene una obligación presente legal o implícita como resultado de un evento pasado, que puede ser estimada razonablemente y en donde es probable la salida de recursos económicos. En caso de un reembolso, este se reconoce neto de la obligación cuando se tenga la certeza de obtenerse. El gasto por cualquier provisión se presenta en el estado consolidado de resultados integral neto de sus reembolsos.

p) Impuestos a la utilidad

Impuesto causado y diferido

Los impuestos a la utilidad se clasifican en impuesto causado y diferido, y se reconocen en los resultados del año en que se causan o devengan, excepto cuando provienen de partidas reconocidas directamente en otras partidas de utilidad integral, en cuyo caso el impuesto correspondiente se reconoce dentro del capital contable.

El impuesto a la utilidad causado se determina con base en las leyes fiscales aprobadas en los países en donde opera WALMEX, y resulta de aplicar a las utilidades fiscales de cada compañía del Grupo, la tasa del impuesto sobre la renta vigente a la fecha del estado consolidado de situación financiera y se presenta como un pasivo o activo circulante, neto de los anticipos efectuados durante el año.

El impuesto a la utilidad diferido resulta de aplicar la tasa establecida por la legislación promulgada o sustancialmente promulgada vigente a las diferencias temporales entre el valor en libros de un activo o pasivo en el estado consolidado de situación financiera y su base fiscal. El activo por impuesto diferido únicamente se reconoce en la medida en que resulte probable que existirán las ganancias fiscales futuras contra las cuales se podrán aplicar las diferencias temporales deducibles. El pasivo por impuestos diferido generalmente se reconoce por todas las diferencias temporales gravables.

El valor en libros de los activos por impuestos diferidos se revisa en cada fecha de presentación y reduce en la medida en que ya no es probable que la ganancia fiscal esté disponible para permitir que los activos diferidos sean utilizados. Los activos por impuestos diferidos no reconocidos son reevaluados en cada fecha de presentación y se reconocen en la medida en que sea probable que existan beneficios fiscales futuros que permitan que el activo por impuestos diferidos sea recuperado.

El impuesto a la utilidad diferido relativo a las diferencias temporales provenientes de inversiones en subsidiarias se reconoce, excepto cuando la Compañía pueda controlar el momento de la reversión de las diferencias temporales y es probable que la diferencia temporal no se revierta en un futuro previsible.

La Compañía compensa activos y pasivos por impuestos, únicamente si tiene un derecho legalmente exigible de compensar los activos y pasivos por impuestos causados y los activos y pasivos por impuestos diferidos referidos a los impuestos a la utilidad que corresponden a la misma autoridad.

Posiciones fiscales inciertas

La Compañía revisa sus criterios de reconocimiento y medición de los impuestos a la utilidad cuando pudieran existir posiciones fiscales que las autoridades pudieran cuestionar denominadas “inciertas”. Las posiciones fiscales inciertas son aquellas posiciones fiscales en donde existe incertidumbre acerca de si la autoridad fiscal competente en cada jurisdicción donde WALMEX opera aceptará la posición fiscal bajo las leyes fiscales vigentes.

Si la Compañía concluye que es probable que se acepte un tratamiento fiscal particular, determina la utilidad fiscal (pérdida fiscal), bases fiscales, pérdidas fiscales no utilizadas, créditos fiscales no utilizados o tasas fiscales consistentemente con el tratamiento fiscal incluido en su declaración de impuestos. Si la Compañía concluye que no es probable que la autoridad fiscal acepte un tratamiento fiscal particular, la entidad utiliza el monto más probable o el valor esperado del tratamiento fiscal que aceptaría la autoridad al determinar la utilidad fiscal (pérdida fiscal), bases fiscales, pérdidas fiscales no utilizadas, créditos fiscales no utilizados o tasas fiscales. Todo lo anterior, teniendo como punto de partida el análisis legal-fiscal de cada caso en particular.



q) Beneficios a los empleados

La prima de antigüedad a que tienen derecho los empleados que laboran en México en los términos de la Ley Federal del Trabajo y las remuneraciones al término de la relación laboral por retiro de acuerdo a la Ley laboral de cada país en los que opera WALMEX se reconocen como costo en los años en que los empleados prestan sus servicios con base en un estudio actuarial elaborado por un perito independiente, utilizando el método de crédito unitario proyectado.

En México, la prima de antigüedad se otorga a los asociados que se retiran de la Compañía con una antigüedad mínima de quince años. El monto a favor del asociado equivale a 12 días por cada año laborado, sin que exceda el monto por cada día de dos veces el salario mínimo, en adición, WALMEX paga una Compensación al Retiro con base en años de servicios y puesto de cada asociado, siempre y cuando tengan una permanencia mayor a 5 años de servicio a la fecha de jubilación. Se tiene constituido un fondo de beneficios definidos en fideicomiso para hacer frente al pago de la prima de antigüedad, en el que los empleados no contribuyen.

En Centroamérica, los beneficios por terminación que se acumulan a favor de los asociados son pagados en caso de despido injustificado o muerte, de conformidad con la Ley laboral de cada país donde opera. Los beneficios van desde 20 días hasta un mes de salario por cada año de servicio ininterrumpido.

Los demás pagos a que pueden tener derecho los empleados o sus beneficiarios en caso de retiro involuntario o muerte, de acuerdo con la Ley Laboral de cada país, se llevan a resultados en el año en que ocurren.

WALMEX reconoce las pérdidas y ganancias actuariales por terminación conforme se devenguen directamente en el estado consolidado de resultados integral y en el estado consolidado de cambios en el capital contable.

r) Capital contable

Reserva legal:

Al 31 de diciembre de 2024 y 2023, la reserva legal de la Compañía asciende a \$9,104,745 que representa el 20% del capital social, mismo que de acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles de México, ha alcanzado el porcentaje máximo de su constitución.

Dividendos:

La Compañía reconoce un pasivo para pagar dividendos cuando éstos se decretan y son aprobados mediante una asamblea de accionistas. La provisión correspondiente se reconoce directamente como una disminución al capital contable.

Fondo para el plan de acciones al personal y compensación de acciones:

El fondo para el plan de acciones al personal está constituido por acciones de WALMEX, que se adquieren en el mercado secundario y se registran a su costo de adquisición, con el fin de otorgar beneficios de pagos basados en acciones a los ejecutivos, con base en la autorización de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

Las acciones objeto del plan se asignan, tomando como referencia el precio promedio ponderado de las operaciones de compra-venta en el mercado secundario de dichas acciones.

La política actual comprende dos planes otorgados a los ejecutivos; el primero otorga acciones restringidas y el segundo consiste en acciones restringidas sujetas al desempeño de la compañía (este último se ofrece únicamente a ciertos niveles ejecutivos).

En el plan para otorgar acciones restringidas, el derecho para recibirlas se libera en una tercera parte por cada año, y por lo que corresponden al plan de acciones restringidas sujetas al desempeño de la compañía, el plazo para su liberación es al término de 3 años a partir de la fecha de asignación.

El monto de las acciones restringidas sujetas al desempeño de la compañía considera ciertas métricas que se evalúan con el rendimiento del año posterior a la asignación, y que puede hacer que disminuya o aumente la asignación original, en un rango de 0% hasta un 212.5%.

Conforme a lo establecido en las políticas anteriores, hasta 2023 (fecha de la última asignación) se tenía un plan de opción de compra sobre acciones otorgado a ejecutivos. Hasta 2017, el derecho para ejercer la opción de compra de las acciones se liberaba en cinco años en partes iguales, de 2018 a 2021 dicho derecho se liberaba en 4 años, 50% al año 2 y el restante 50% al año 4, y los derechos de las asignaciones del 2022 y 2023, se liberan 33% al año uno, 33% al año 2 y 34% al año 3. El plazo para ejercer los derechos es de 10 años a partir de la fecha de asignación.

El costo de compensación de las acciones se reconoce a valor razonable en gastos generales en el estado consolidado de resultados integral.

Prima en venta de acciones:

La prima en venta de acciones representa la diferencia entre el costo de las acciones y el valor al que fueron vendidas, una vez deducido el impuesto sobre la renta.



s) Reconocimiento de ingresos

Los ingresos por venta de mercancía incluyendo las ventas de comercio electrónico (“eCommerce”) se reconocen en el estado consolidado de resultados integral en el momento en que se satisface la obligación (cuando el “control” de los bienes ha sido transferido al cliente) y los ingresos por servicios se reconocen en el momento en que se prestan.

Las garantías extendidas, comisiones por cobro de servicios y venta de tiempo aire se reconocen netos en el rubro de ventas en el estado consolidado de resultados integral en el momento en que se presta el servicio.

Los ingresos por membresías de las tiendas Sam’s Club se reconocen de manera diferida durante los meses de su vigencia y se presentan en el rubro de otros ingresos del estado consolidado de resultados integral.

Los ingresos por renta se reconocen conforme se devengan de conformidad con los contratos de arrendamiento celebrados con terceros y se presentan en el rubro de otros ingresos del estado consolidado de resultados integral.

Los ingresos por venta de desperdicio y estacionamiento se reconocen en el rubro de otros ingresos en el momento en que se transfiere la propiedad al entregar los bienes o en el momento en que se prestan los servicios.

t) Utilidad básica por acción

La utilidad básica por acción resulta de dividir la utilidad neta del ejercicio atribuible a la participación controladora entre el promedio ponderado de las acciones en circulación. La utilidad por acción diluida es igual a la utilidad básica por acción debido a que no existen efectos dilutivos inherentes a las acciones ordinarias potenciales.

El efecto en la utilidad por acción que representa el remanente atribuible al resultado de las entidades participadas en 2024 y 2023 es de \$0.004 y \$0.003 pesos por acción, respectivamente.

u) Segmentos de operación

La información financiera por segmentos es preparada en función de la información utilizada por la alta Dirección de la Compañía (Chief Operating Decisión Maker “CODM”) para tomar decisiones operativas y evaluar el desarrollo de la misma, y se presenta considerando las áreas geográficas en que opera la Compañía.

v) Operaciones en moneda extranjera

Los activos y pasivos monetarios de WALMEX denominados en moneda extranjera se expresan en moneda funcional utilizando el tipo de cambio vigente a la fecha del estado consolidado de situación financiera. Las

fluctuaciones cambiarias se aplican al estado consolidado de resultados integral y se presentan en el rubro de ingresos o gastos financieros, según corresponda.

4. Adquisición de Negocios

El 10 de abril de 2023, la Compañía adquirió el 100% de las acciones de Trafalgar Digital, S.A. de C.V., Institución de Fondos de Pago Electrónico, fecha en que WALMEX adquirió todos los activos y asumió todos los pasivos de dicha compañía. Asimismo, con esta misma fecha, se formalizó el cambio de razón social a Cartera Digital Walmart, S.A. de C.V., Institución de Fondos de Pago Electrónico (Cartera Digital), así como el cambio de sus estatutos sociales y designación de funcionarios. La operación fue liquidada con recursos propios de la Compañía por un importe de \$176,744 (USD\$9.8M).

La Compañía adquirida calificó como una adquisición de negocio y se reconoció contablemente conforme a la metodología establecida en la NIIF 3, “Combinaciones de Negocio”. Para tal efecto, la Compañía determinó los valores razonables de los activos netos adquiridos, considerando las reglas de valuación de esta NIIF.

Como parte de la determinación y posterior reconocimiento del valor razonable de los activos netos adquiridos, se identificó principalmente un activo intangible relacionado con la autorización otorgada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores a Trafalgar Digital, S.A. de C.V. (ahora Cartera Digital Walmart) para operar como IFPE, reconociendo el valor razonable de dicho Activo intangible como parte de los activos netos adquiridos.

El flujo de efectivo por la adquisición de negocio, que se presenta en el estado consolidado de flujos de efectivo por el año terminado al 31 de diciembre de 2023, se determinó considerando la contraprestación pagada neto del efectivo y equivalentes de efectivo que se recibió de la compañía adquirida el 10 de abril de 2023.

5. Administración de riesgos

a) Factores de riesgo generales

La Compañía está expuesta a hechos o acontecimientos que pueden afectar la capacidad de compra o hábitos de consumo de la población. Estos hechos o acontecimientos pueden ser de carácter económico, político o social y, entre los más importantes, destacan los siguientes:

- Comportamiento del tipo de cambio.** Las fluctuaciones de tipo de cambio presionan las expectativas de inflación y la capacidad de compra de la población, lo que también puede afectar en forma adversa las ventas de la Compañía, en particular por las compras de importación que realiza. Asimismo, la revaluación del tipo de cambio puede implicar que las personas que reciban remesas del extranjero obtengan menos moneda nacional, lo que también puede afectar en forma adversa las ventas de la Compañía.

- II. **Competencia.** El sector de tiendas de autoservicio y clubes se ha vuelto muy competido en los últimos años, lo que ha obligado a todos los participantes a realizar una búsqueda permanente de factores de diferenciación, poniendo en riesgo la participación de mercado de la Compañía. Otro factor relevante puede darse por motivo de la expansión de la competencia e incluso nuevos jugadores que pudieran entrar al mercado. Asimismo, las nuevas actividades que desempeña la Compañía que antes no realizaba – BAIT, Connect, Cashi, por mencionar algunas - enfrentan una competencia muy fuerte de participantes que tienen mayor participación que la Compañía en esos segmentos de mercado.
- III. **Inflación.** Un incremento significativo en la inflación puede repercutir en forma directa en el poder adquisitivo de los clientes y en la demanda de los productos y servicios, así como en el empleo y el salario y en los precios de los bienes y servicios de los que se abastece la Compañía. Si bien la Compañía siempre busca mantener costos bajos para ofrecer precios bajos, hay circunstancias en que no es posible diferir aumentos de precios, aún y cuando la Compañía siempre busca hacerlo.
- IV. **Cambios en regulaciones gubernamentales.** La Compañía está expuesta a los cambios en las diferentes leyes y regulaciones, los cuales pueden afectar sus resultados desde un impacto en las ventas, gastos por impuestos indirectos de nómina y cambios en las tasas aplicables, una vez que entren en vigor. Actualmente el nivel de escrutinio y discreción por parte de las autoridades fiscales y otras autoridades regulatorias ha aumentado considerablemente. Esto incluye riesgos relacionados con la renegociación de acuerdos fiscales entre las autoridades fiscales, como lo es el Acuerdo Bilateral de Precios de Transferencia (BAPA), y los impactos relacionados en contratos significativos que la Compañía tiene en vigor (según se revela en la Nota 13). Las discusiones fiscales en curso pueden resultar en una renegociación de acuerdos entre las compañías, lo que podría tener un impacto en las regalías y servicios que pagamos a Walmart Inc. Un cambio en las regalías podría tener un impacto material adverso en nuestros gastos operativos netos y beneficios.
- V. **Ciertos acontecimientos.** Los cambios políticos, fenómenos climáticos y tensiones geopolíticas, han ocasionado disrupciones en los mercados y aumentos de precios o escasez de muchos productos e irrupciones, retrasos y aumentos de costos en la cadena logística de suministro internacional.

Estos riesgos y sus impactos son difíciles de predecir y pudiera afectar negativamente nuestras operaciones y nuestro desempeño financiero. A la fecha de este reporte, el efecto financiero de la combinación de estos eventos no ha tenido un impacto adverso significativo en los estados financieros tomados en su conjunto.

b) Factores de riesgo financiero

Las actividades de la Compañía están expuestas a diversos riesgos financieros tales como: riesgo de tipo de cambio, riesgo de tasa de interés y riesgo de liquidez. La Compañía administra aquellos riesgos que le impidan o pongan en peligro sus objetivos financieros, buscando minimizar los efectos negativos potenciales a través de diferentes estrategias.

Riesgo de tipo de cambio:

La Compañía realiza compra de mercancía y contrata servicios con empresas extranjeras y por tanto está expuesta al riesgo de tipo de cambio por realizar operaciones con divisas, en particular con el dólar americano (dólar o dólares).

Al 31 de diciembre de 2024, el tipo de cambio utilizado para convertir los activos y pasivos denominados en dólares fue de \$20.65 por dólar (\$16.97 en 2023).

Considerando la posición monetaria neta en dólares que se tiene al 31 de diciembre de 2024, si se presentara un aumento o disminución en el tipo de cambio del dólar respecto al peso mexicano de 5%, se tendría un efecto favorable o desfavorable en los ingresos o gastos financieros y en capital contable de \$224,750.

La Compañía suscribe contratos Fx-forwards de moneda extranjera con el objetivo de protegerse de la exposición a la variabilidad en el tipo de cambio por el pago de los pasivos en México pactados en dólares relativos a la compra de mercancía de importación.

Las técnicas de valuación utilizadas por la Compañía para determinar y revelar el valor razonable de sus instrumentos financieros derivados están basadas en el nivel 2 de la jerarquía de valor razonable. (Véase nota 3 “Información de políticas contables materiales - Activos y pasivos financieros y medición del valor razonable”).

Al 31 de diciembre de 2024 y 2023, se tienen contratos Fx-Forwards con una vigencia no mayor de cuatro meses, los cuales se muestran a continuación:

	2024		2023	
Contratos vigentes		304		258
Monto nocional (millones de dólares)	US\$	260	US\$	234
Monto nocional (millones de pesos)	MXN\$	5,327	MXN\$	4,129.06
Valor razonable neto (millones de pesos)	MXN\$	84.57	MXN\$	(130.58)

Cada operación de FX-forward contratada con las instituciones bancarias se acuerda mediante una carta confirmación y consiste en el intercambio en especie de divisas con la misma contraparte que ocurre simultáneamente a la fecha de liquidación pactada en la carta de confirmación.

Riesgo de tasa de interés:

La Compañía tiene inversiones de inmediata realización en papel gubernamental las cuales generan intereses. Al disminuir la tasa de interés disminuye el ingreso financiero de la Compañía. La tasa de interés de dichas inversiones fluctuó durante 2024 entre 2.86% y 11.31%. Al 31 de diciembre de 2024 se obtuvieron productos financieros por intereses por un monto de \$2,657,187 (\$3,021,084 en 2023).

Considerando las inversiones de inmediata realización que se tienen al 31 de diciembre de 2024, si se presentara un aumento o disminución en la tasa de interés de 0.50%, se tendría un efecto favorable o desfavorable en los ingresos financieros de \$20,609.

Riesgo de liquidez:

La Compañía está sujeta a riesgos de liquidez para hacer frente a sus obligaciones de pago a proveedores, pago de impuestos, adquisiciones de activo fijo y otros requerimientos de capital de trabajo, las cuales son solventadas mediante el flujo de efectivo generado en la operación. Por esta razón, a fin de evitar el incumplimiento de sus obligaciones, la Compañía tiene líneas de crédito y sobregiro disponibles no utilizadas con diferentes instituciones bancarias que, al 31 de diciembre de 2024, ascienden a \$48,524 (\$47,414 en 2023) millones de pesos (de las cuales \$13,980 (\$13,715 en 2023) millones corresponden a líneas de crédito pre-aprobadas y \$34,544 (\$33,699 en 2023) a líneas de crédito contratadas) que proporcionan liquidez adicional a la generada en la operación en caso de ser necesario.

6. Efectivo y equivalentes de efectivo

El efectivo y equivalentes de efectivo al 31 de diciembre de 2024 y 2023, se integran como sigue:

	2024	2023
Efectivo en caja y bancos	\$ 36,513,582	\$ 35,743,572
Inversiones de realización inmediata	-	4,925,413
	<u>\$ 36,513,582</u>	<u>\$ 40,668,985</u>

Al 31 de diciembre de 2024 y 2023 no se tiene efectivo restringido.

7. Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar al 31 de diciembre de 2024 y 2023, se integran como sigue:

	2024	2023
ISR, IVA e IEPS a favor	\$ 16,033,404	\$ 15,991,944
Emisoras de vales y clientes	3,448,091	3,948,981
Otras cuentas por cobrar	5,964,997	3,523,170
Provisión para deterioro de otras cuentas por cobrar ^(*)	(584,203)	(504,000)
	<u>\$ 24,862,289</u>	<u>\$ 22,960,095</u>

Las cuentas por cobrar a clientes tienen un plazo promedio de cobro de 30 a 90 días.

(*) Incluye \$224 millones de provisión para deterioro de otras cuentas por cobrar a un proveedor de servicio de ATM's (cajeros inteligentes).

8. Inventarios

Los inventarios al 31 de diciembre de 2024 y 2023, se integran como sigue:

	2024	2023
Mercancía para la venta	\$ 103,603,066	\$ 88,839,145
Desarrollo Agro-Industrial	1,978,509	1,480,082
	<u>105,581,575</u>	<u>90,319,227</u>
Mercancía en tránsito	5,113,367	4,769,105
	<u>\$ 110,694,942</u>	<u>\$ 95,088,332</u>

Al 31 de diciembre de 2024 y 2023, el efecto del deterioro de los inventarios es de \$2,321,018 y \$1,823,228, respectivamente, el cual se incluyó dentro del costo de ventas en el estado consolidado de resultados integral.

9. Inmuebles y equipo

Los inmuebles y equipo al 31 de diciembre de 2024 y 2023 se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2022					Diciembre 31, 2023					Diciembre 31, 2024				
		Adiciones	Bajas	Trasposos	Efecto por conversión		Adiciones	Bajas	Trasposos	Efecto por conversión		Adiciones	Bajas	Trasposos	Efecto por conversión
Costo:															
Terrenos	\$ 32,386,939	\$ 57,450	\$ (20,620)	\$ 464,782	\$ (302,001)	\$ 32,586,550	\$ 79,763	\$ (80,889)	\$ 248,004	\$ 1,526,451	\$ 34,359,879				
Edificios	78,581,682	2,269,574	(1,150,734)	5,120,326	(1,106,321)	83,714,527	2,727,066	(542,793)	5,018,185	4,555,586	95,472,571				
Instalaciones y mejoras	61,129,408	441,106	(1,015,868)	6,492,763	(837,994)	66,209,415	408,745	(491,019)	7,832,916	1,894,848	75,854,905				
Mobiliario y equipo	82,509,735	6,572,325	(3,432,992)	5,571,390	(1,676,029)	89,544,429	6,961,626	(6,470,701)	7,885,507	4,848,051	102,768,912				
Subtotal	254,607,764	9,340,455	(5,620,214)	17,649,261	(3,922,345)	272,054,921	10,177,200	(7,585,402)	20,984,612	12,824,936	308,456,267				
Depreciación acumulada:															
Edificios	(38,732,968)	(3,008,180)	883,212	6,898	445,651	(40,405,387)	(3,228,455)	697,511	(87,868)	(1,564,970)	(44,589,169)				
Instalaciones y mejoras	(31,185,530)	(3,245,045)	785,196	(161,290)	491,791	(33,314,878)	(3,673,342)	383,937	(74,202)	(1,104,830)	(37,783,315)				
Mobiliario y equipo	(45,788,306)	(8,013,681)	3,106,123	(16,796)	975,215	(49,737,445)	(8,947,869)	5,899,226	1,042	(2,732,695)	(55,517,741)				
Subtotal	(115,706,804)	(14,266,906)	4,774,531	(171,188)	1,912,657	(123,457,710)	(15,849,666)	6,980,674	(161,028)	(5,402,495)	(137,890,225)				
Obras en proceso	6,632,346	18,288,972	(22,896)	(17,350,807)	(17,350)	7,530,265	23,185,101	17,956	(20,654,858)	70,505	10,148,969				
Total	\$ 145,533,306	\$ 13,362,521	\$ (868,579)	\$ 127,266	\$ (2,027,038)	\$ 156,127,476	\$ 17,512,635	\$ (586,772)	\$ 168,726	\$ 7,492,946	\$ 180,715,011				

La depreciación por el año que terminó el 31 de diciembre de 2024 y 2023, ascendió a \$15,538,291 y \$13,963,678, respectivamente, y está incluido en gastos generales en el estado consolidado de resultados integral. La depreciación incluida en el costo de ventas ascendió a \$311,375 y \$303,228, respectivamente.

El deterioro de inmuebles por el año que terminó el 31 de diciembre de 2024 y 2023, ascendió a \$112,551 y \$56,321, respectivamente, y se presenta en la columna de bajas.

10. Arrendamiento

WALMEX tiene celebrados contratos de arrendamiento de inmuebles. Los arrendamientos normalmente se contratan por un período de 15 años. Algunos contratos de arrendamiento incluyen una opción de renovación unilateral por un período adicional. La Compañía evalúa al inicio del arrendamiento si es razonablemente seguro que ejerza dicha opción de renovación.

Adicionalmente, WALMEX tiene celebrados contratos de arrendamiento de plantas tratadoras de aguas residuales, cuyos plazos son de 10 años con opción de compra al final del contrato; así como otros equipos con plazos que van de 3 a 5 años.

WALMEX otorga en subarrendamiento algunas propiedades de inversión. El activo por derecho de uso se integra como sigue:

	Diciembre 31, 2022	Adiciones	Bajas, modificaciones y actualizaciones	Trasposos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2023	Adiciones	Bajas, modificaciones y actualizaciones	Trasposos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2024
Costo:											
Inmuebles	\$ 73,597,922	\$ 2,366,976	\$ 2,832,416	\$ 1,981	\$ (593,998)	\$ 78,205,297	\$ 1,524,332	\$ 4,250,901	\$ —	\$ 2,679,941	\$ 86,660,471
Mobiliario y equipo	2,372,333	3,829,869	(791,654)	(268,622)	2,759	5,144,685	297,147	(105,094)	(367,253)	17,581	4,987,066
Subtotal	75,970,255	6,196,845	2,040,762	(266,641)	(591,239)	83,349,982	1,821,479	4,145,807	(367,253)	2,697,522	91,647,537
Depreciación acumulada:											
Inmuebles	(17,190,080)	(4,426,590)	262,946	7	399,416	(20,954,301)	(4,682,237)	402,174	—	(948,218)	(26,182,582)
Mobiliario y equipo	(1,158,756)	(683,684)	786,248	134,308	9,874	(912,010)	(850,447)	106,954	158,663	(10,043)	(1,506,883)
Subtotal	(18,348,836)	(5,110,274)	1,049,194	134,315	409,290	(21,866,311)	(5,532,684)	509,128	158,663	(958,261)	(27,689,465)
Total	\$ 57,621,419	\$ 1,086,571	\$ 3,089,956	\$ (132,326)	\$ (181,949)	\$ 61,483,671	\$ (3,711,205)	\$ 4,654,935	\$ (208,590)	\$ 1,739,261	\$ 63,958,072

Los pasivos por arrendamiento se integran como sigue:

Año	Al 31 de diciembre de 2024
2025	\$ 12,742,149
2026	12,359,427
2027	12,014,164
2028	11,048,825
2029	10,321,626
2030 en adelante	126,439,339
Pagos a valor nominal	184,925,530
Efecto de actualización de contratos	(105,195,626)
Pasivo por arrendamiento neto	\$ 79,729,904

La Compañía analizó los acuerdos de prestación de servicios con el fin de determinar si los proveedores transfieren a WALMEX el derecho de uso de un activo. Derivado de este análisis, WALMEX no tiene acuerdos de prestación de servicios relevantes que se clasifiquen como arrendamientos.

Los importes reconocidos en el estado consolidado de resultados por los años terminados el 31 de diciembre de 2024 y 2023, se muestran a continuación:

	2024	2023
Gasto de depreciación de los activos por derecho de uso por tipo de activo:		
Inmuebles	\$ 4,682,237	\$ 4,426,590
Equipos	\$ 850,447	\$ 683,684
Intereses por pasivos por arrendamiento	\$ 8,593,484	\$ 7,836,519
Gasto de renta por arrendamiento a corto plazo	\$ 236,121	\$ 146,527
Gasto de renta por arrendamiento de activos de bajo valor	\$ 63,326	\$ 58,795
Gasto de renta variable (no incluido en la medición de pasivo por arrendamiento)	\$ 4,109,228	\$ 4,154,750
Ingresos por renta por subarrendamiento	\$ (1,436,650)	\$ (1,556,729)

Las transacciones reconocidas en el estado consolidado de flujos de efectivo, así como las transacciones que no generan flujo de efectivo, por el año que terminó el 31 de diciembre de 2024 y 2023, se muestran a continuación:

	2024	2023
Pagos de renta – principal	\$ 3,761,616	\$ 3,316,955
Pagos de renta – intereses	\$ 8,593,484	\$ 7,836,519
Altas de activos por derecho de uso	\$ 1,821,479	\$ 6,196,845
Modificaciones y actualizaciones	\$ 4,651,885	\$ 3,141,926

11. Propiedades de inversión

Las propiedades de inversión al 31 de diciembre de 2024 y 2023 se integra como sigue:

	Diciembre 31, 2022					Diciembre 31, 2023					Diciembre 31, 2024				
		Adiciones	Bajas	Modificaciones y actualizaciones	Traspasos		Adiciones	Bajas	Modificaciones y actualizaciones	Traspasos		Adiciones	Bajas	Modificaciones y actualizaciones	Traspasos
Terrenos	\$ 2,673,164	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (169,429)	\$ 2,503,735	\$ -	\$ (18,612)	\$ -	\$ 15,222	\$ 2,500,345				
Edificios	5,545,473	1,651	(367,215)	142,587	(32,112)	5,290,384	783	(555,722)	10,142	(95,299)	4,650,288				
Instalaciones y mejoras	1,128,037	-	(121,694)	-	(5,743)	1,000,600	-	(214,688)	-	-	785,912				
Subtotal	9,346,674	1,651	(488,909)	142,587	(207,284)	8,794,719	783	(789,022)	10,142	(80,077)	7,936,545				
Depreciación acumulada	(3,866,569)	(269,540)	384,983	(48,278)	-	(3,799,404)	(212,106)	409,021	(8,289)	25,965	(3,584,813)				
Total	\$ 5,480,105	\$ (267,889)	\$ (103,926)	\$ 94,309	\$ (207,284)	\$ 4,995,315	\$ (211,323)	\$ (380,001)	\$ 1,853	\$ (54,112)	\$ 4,351,732				

El gasto por depreciación por el año que terminó el 31 de diciembre de 2024 y 2023, ascendió a \$212,106 y \$269,540, y está incluido en gastos generales del estado consolidado de resultados integral.

Las propiedades de inversión de la Compañía consisten en propiedades comerciales ubicadas en México. La Administración determinó que las propiedades de inversión se agrupan según la naturaleza, las características y el cliente principal de cada propiedad.

Al 31 de diciembre de 2024 y 2023, los valores razonables de las propiedades se basan en valoraciones de la Administración. Para calcular el valor de una propiedad comercial se utilizó el enfoque de rentas apropiado a los alquileres generados por las mismas (GRM por sus siglas en inglés). La Compañía determina el valor razonable estimado con base en sus ingresos anuales por alquiler antes de gastos, divididos por la tasa de capitalización usada en el sector inmobiliario (Cap rate). Las tasas de capitalización utilizadas para el año que terminó el 31 de diciembre de 2024 y 2023, fue de 9.0% en ambos años. Tanto los efectos en los ingresos anuales como la actualización de la tasa de capitalización fueron considerados en el cálculo del valor razonable estimado.

La Administración de la Compañía determinó que no existen indicios de deterioro de las propiedades de inversión a1 31 de diciembre de 2024 y 2023. El valor razonable estimado de las propiedades de inversión al 31 de diciembre de 2024 y 2023 es de \$6,060,227 y \$6,439,028, respectivamente. La Compañía compara el valor razonable estimado y el valor neto en libros para determinar si existen indicios de deterioro.

12. Activos intangibles

Los activos intangibles al 31 de diciembre de 2024 y 2023 se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2022					Diciembre 31, 2023					Diciembre 31, 2024				
		Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión		Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión		Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión
Crédito mercantil	\$ 35,613,704	\$ 125,854	\$ -	\$ -	\$ (1,442,747)	\$ 34,296,811	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,400,093	\$ 42,696,904				
Marcas	772,499	-	-	-	(51,784)	720,715	-	-	-	172,470	893,185				
Licencias y software	5,171,640	1,213,400	(11,794)	227,306	(66,956)	6,533,596	1,400,705	(870,497)	92,885	249,007	7,405,696				
Subtotal	5,944,139	1,213,400	(11,794)	227,306	(118,740)	7,254,311	1,400,705	(870,497)	92,885	421,477	8,298,881				
Amortización acumulada	(2,339,469)	(930,719)	4,838	(715)	51,163	(3,214,902)	(1,045,018)	856,711	1,090	(200,540)	(3,602,659)				
Subtotal	3,604,670	282,681	(6,956)	226,591	(67,577)	4,039,409	355,687	(13,786)	93,975	220,937	4,696,222				
Total	\$ 39,218,374	\$ 408,535	\$ (6,956)	\$ 226,591	\$ (1,510,324)	\$ 38,336,220	\$ 355,687	\$ (13,786)	\$ 93,975	\$ 8,621,030	\$ 47,393,126				

Las marcas representan aquellas que fueron adquiridas en la compra de Centroamérica tales como: Pali, Despensa Familiar, Maxi Bodega, entre otras; se convierten al tipo de cambio de cierre y el efecto se reconoce en otras partidas de utilidad integral.

El gasto por amortización de licencias, software y clientes por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2024 y 2023, ascendió a \$1,045,018 y \$930,719, respectivamente, y está incluido en el rubro de gastos generales en el estado consolidado de resultados integrales.

La Administración de la Compañía determinó que al 31 de diciembre de 2024 y 2023 no existen indicios de deterioro con base en las pruebas de deterioro. Los supuestos utilizados en el cálculo de deterioro del crédito mercantil son:

- Valor Neto en libros de los activos de larga duración de vida definida e indefinida.
- Periodo de proyección de supuestos financieros y operativos (Ingresos, EBITDA, Capital de Trabajo y Capex) de 5 años para cada UGE.
- Estimación de valor terminal a perpetuidad con base en el último flujo estimado, considerando un crecimiento entre 1.7% a 4.9% (2.1% a 5.7% en 2023) en términos nominales, los cuales corresponden a la inflación estimada promedio para cada UGE.
- Tasa apropiada de descuento, con base en la metodología del costo de capital promedio ponderado (CCPP), las cuales varían en un rango de 7.5% a 13.20% (8.1% a 13.40% en 2023) determinadas de acuerdo con los riesgos asociados para cada UGE.

13. Partes relacionadas

a) Saldos con partes relacionadas

Al 31 de diciembre de 2024 y 2023, el estado consolidado de situación financiera incluye los siguientes saldos con partes relacionadas:

	2024	2023
Cuentas por pagar:		
C.M.A. – U.S.A., L.L.C.	\$ 1,147,599	\$ 801,317
WMGS Commercial Services Limited	47,931	28,257
	<u>\$ 1,195,530</u>	<u>\$ 829,574</u>
Otras cuentas por pagar a corto plazo:		
Walmart Inc.	\$ 1,754,150	\$ 1,331,668
WMGS Commercial Services Limited	69,888	52,797
Newgrange Platinum Services LTD	3,126	37,742
	<u>\$ 1,827,164</u>	<u>\$ 1,422,207</u>
Otras cuentas por pagar a largo plazo:		
Walmart, Inc. (Nota 16)	<u>\$ 65,462</u>	<u>\$ 133,834</u>

Los saldos por cobrar y por pagar a partes relacionadas están formados por saldos de cuenta corriente, sin intereses, pagaderos en efectivo, para los cuales no existen garantías. Los saldos con partes relacionadas se consideran recuperables, y, por consiguiente, por el año que terminó el 31 de diciembre de 2024 y 2023, no hubo gastos por incobrabilidad de saldos con partes relacionadas.

b) Operaciones con partes relacionadas

WALMEX tiene celebrados los siguientes contratos por tiempo indefinido con partes relacionadas:

- Importaciones de mercancía para la venta pagaderos mensualmente con CMA USA LLC.
- Comisiones por servicios de procuración a WMGS Commercial Services Limited pagaderos de forma recurrente.
- Asistencia técnica y servicios con Walmart Inc., pagaderos mensualmente.

- Servicios administrativos y de procesos con Walmart Inc. (anteriormente con Newgrange Platinum Service, LTD hasta el 31 de Agosto de 2024) pagaderos mensualmente.
- Regalías por uso de marcas y Know-How con Walmart Inc., pagaderas trimestralmente con base en un porcentaje sobre las ventas de los negocios de autoservicio y Sam’s.

A continuación, se presentan los montos de las operaciones con partes relacionadas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2024 y 2023, respectivamente:

	2024	2023
Compras y comisiones por importaciones de mercancía para la venta:		
C.M.A. – U.S.A., L.L.C.	\$ 6,071,824	\$ 5,406,569
WMGS Commercial Services Limited	853,559	874,819
	<u>\$ 6,925,383</u>	<u>\$ 6,281,388</u>
Costos y gastos por asistencia técnica, servicios y regalías:		
Walmart Inc.	\$ 10,142,075	\$ 9,245,998
Newgrange Platinum Services LTD	471,530	551,659
	<u>\$ 10,613,605</u>	<u>\$ 9,797,657</u>

c) Remuneraciones a principales funcionarios

Las remuneraciones a los principales funcionarios y al Consejo de Administración por los años terminados el 31 de diciembre de 2024 y 2023, se integran como sigue:

	2024	2023
Beneficios a corto plazo	\$ 2,062,959	\$ 2,022,879
Beneficios por terminación	118,701	82,857
Beneficios basados en acciones	23,315	92,303
	<u>\$ 2,204,975</u>	<u>\$ 2,198,039</u>

14. Otras cuentas por pagar

El saldo de las otras cuentas por pagar al 31 de diciembre de 2024 y 2023, se integran como sigue:

	2024	2023
Pasivos acumulados y otros	\$ 34,053,074	\$ 30,855,484
Contingencias (Nota 15)	4,474,261	1,977,808
Ingresos diferidos ^(a)	2,105,749	1,789,263
Partes relacionadas (Nota 13)	1,827,164	1,422,207
Dividendos	234,157	217,585
	<u>\$ 42,694,405</u>	<u>\$ 36,262,347</u>

(a) Los ingresos diferidos representan membresías de Sam’s club, tarjetas de regalo sin redimir e ingresos diferidos por rentas relacionados a las ventas de Vips y Suburbia.

15. Compromisos y contingencias

a) Compromisos

Al 31 de diciembre de 2024, la Compañía tiene celebrados varios contratos con proveedores que generaron compromisos para la adquisición de inventarios e inmuebles y equipo, servicios de mantenimiento, así como servicios de abastecimiento de energía renovable los cuales se muestran a continuación:

Año	Importe
2025	\$ 37,297,269
2026	\$ 3,363,685
2027	\$ 3,008,364
2028	\$ 2,286,871
2029	\$ 1,442,693
2030 en adelante	\$ 3,244,317

La Compañía tiene compromisos por arrendamiento como se muestra en la Nota 10.

b) Contingencias

La Compañía está sujeta a varias demandas y contingencias por concepto de procedimientos legales (juicios laborales, civiles, mercantiles y administrativos) y fiscales. La Compañía ha reconocido una provisión de \$4,474,261 al 31 de diciembre de 2024, (\$1,977,808 en 2023) la cual es presentada en el rubro de otras cuentas por pagar.

En opinión de la Compañía, si los resultados de esos procedimientos legales le fueran adversos, no tendrían un efecto significativo ni en lo individual ni en su conjunto.

16. Pasivos por arrendamiento y otros pasivos a largo plazo

En el rubro de pasivos por arrendamiento y otros pasivos a largo plazo al 31 de diciembre de 2024 y 2023, se incluyen:

	2024	2023
Pasivos por arrendamiento a largo plazo (Nota 10)	\$ 74,994,788	\$ 70,941,673
Impuesto sobre la renta a largo plazo	4,452,158	459,778
Ingreso diferido por rentas	2,524,430	2,891,014
Partes relacionadas (Nota 13)	65,462	133,834
Otros	13,408	7,106
	<u>\$ 82,050,246</u>	<u>\$ 74,433,405</u>

17. Impuestos a la utilidad

La provisión del impuesto sobre la renta incluye el impuesto a cargo de las subsidiarias localizadas en México y en el extranjero, el cual es determinado de conformidad con las leyes fiscales vigentes de cada país. Al 31 de diciembre de 2024, las compañías de México determinaron y pagaron el impuesto sobre la renta bajo el régimen general de ley.

Los impuestos aplicados a resultados por el año que terminó el 31 de diciembre de 2024 y 2023, se integran como sigue:

	2024	2023
Impuesto causado:		
México	\$ (21,255,608)	\$ (14,607,290)
Centroamérica	(2,887,024)	(3,774,817)
Consolidado	(24,142,632)	(18,382,107)
Impuesto diferido:		
México	9,190,298	1,312,188
Centroamérica	(151,769)	53,171
Consolidado	9,038,529	1,365,359
	\$ (15,104,103)	\$ (17,016,748)

A continuación, se presenta una conciliación entre la tasa impositiva legal y la tasa efectiva del impuesto sobre la renta sobre los ingresos antes de impuestos de operaciones continuas:

	2024	2023
Tasa legal del impuesto sobre la renta en México	30.00%	30.00%
Acuerdo bilateral de Precios de Transferencia	(7.3)	(6.9)
Efectos de la inflación	(1.8)	(1.8)
Ingresos gravados a una tasa distinta a la mexicana	(0.3)	(0.2)
Gastos no deducibles	1.2	0.8
Dividendos	1.3	0.8
Otros	(1.2)	2.1
Tasa efectiva de impuesto sobre la renta	21.9%	24.8%

Las tasas de impuesto sobre la renta aplicables en cada país se muestran a continuación:

	Tasa
México	30%
Costa Rica	30%
Guatemala	25%
Honduras	30%
Nicaragua	30%
El Salvador	30%

A continuación, se presentan los activos y pasivos por impuestos a la utilidad a largo plazo al 31 de diciembre de 2024 y 2023:

	2024	2023
Provisión para deterioro de otras cuentas por cobrar	\$ 176,558	\$ 139,534
Inventarios	1,143,110	1,134,805
Pagos anticipados	(650,679)	(451,805)
Inmuebles y equipo	2,541,474	(3,099,171)
Otras cuentas por pagar	10,050,816	6,541,803
Arrendamiento y otros pasivos a largo plazo	5,862,538	5,082,644
Obligaciones laborales	1,076,129	679,298
Pérdidas fiscales pendientes de amortizar de subsidiarias	386,930	599,762
Impuestos a la utilidad a largo plazo	(1,289,254)	(930,575)
Impuesto diferido neto	\$ 19,297,622	\$ 9,696,295
Saldos de los estados consolidados de situación financiera		
Activos por impuestos diferidos	\$ 21,678,914	\$ 14,177,846
Pasivos por impuestos a la utilidad	(2,381,292)	(4,481,551)
Impuesto diferido neto	\$ 19,297,622	\$ 9,696,295

Durante el ejercicio 2024 la administración llevó a cabo un análisis de las vidas útiles y los valores fiscales del rubro de Inmuebles y equipo utilizados para el cálculo del impuesto sobre la renta diferido; como resultado se reconocieron los siguientes efectos: un incremento en el impuesto diferido activo por \$5,862,989 un incremento en el impuesto corriente pasivo por \$5,868,870, generando un impacto neto en resultados por \$5,881, el cual no es material en el contexto de los estados financieros consolidados tomados en su conjunto.

El impuesto sobre la renta diferido activo sobre las pérdidas fiscales pendientes de amortizar se reconoce en la medida de que la realización del beneficio fiscal relacionado a través de utilidades fiscales futuras es probable.

La Compañía tiene pérdidas fiscales de subsidiarias que pueden amortizarse contra las utilidades fiscales que se generen en los próximos años, como sigue:

Año de expiración	Importe
2028	\$ 324
2030	675
2031	410,309
2032	546,839
2033	205,719
2034	125,899
	<u>\$ 1,289,765</u>

Los cambios en los activos y pasivos por impuestos diferidos (neto) al 31 de diciembre de 2024 y 2023 se muestran a continuación:

	2024	2023
Saldo al inicio del año	\$ 9,696,295	\$ 7,616,333
Impuesto diferido del ejercicio	2,650,835	1,449,026
Impuesto a la utilidad a largo plazo	284,244	559,797
Otras partidas de utilidad integral por beneficios a los empleados	185,875	105,141
Efecto por la revisión de los valores fiscales de inmuebles y equipo	5,862,989	-
Exceso en provisión	502,591	(83,667)
Crédito Mercantil	-	(15,690)
Efecto por conversión	114,793	65,355
Saldo al final del año	<u>\$ 19,297,622</u>	<u>\$ 9,696,295</u>

18. Beneficios a los empleados

A continuación, se presentan los activos y pasivos de las obligaciones por prima de antigüedad y por remuneraciones al término de la relación laboral por retiro al 31 de diciembre de 2024 y 2023:

	Prima de antigüedad		Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro	
	2024	2023	2024	2023
Obligaciones por beneficios definidos	\$ 2,539,135	\$ 2,196,654	\$ 1,752,190	\$ 1,444,745
Activos del plan	(1,293,456)	(1,314,289)	-	-
Pasivo neto proyectado	<u>\$ 1,245,679</u>	<u>\$ 882,365</u>	<u>\$ 1,752,190</u>	<u>\$ 1,444,745</u>

Los cambios en el valor presente de la obligación por beneficios definidos (OBD), al 31 de diciembre de 2024 y 2023, se muestran a continuación:

	Prima de antigüedad		Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro	
	2024	2023	2024	2023
OBD al inicio del año	\$ 2,196,654	\$ 2,057,057	\$ 1,444,745	\$ 1,422,429
Costo neto del año cargado a resultados				
Costo laboral del servicio prestado	143,672	230,479	193,082	200,130
Costo de intereses sobre OBD	198,015	193,267	150,126	101,067
Costo laboral del servicio pasado	71	-	4	-
Otras partidas actuariales	-	(290,592)	-	131,176
Otras partidas de utilidad integral	309,993	302,519	185,521	33,332
Beneficios pagados	(309,270)	(296,076)	(435,417)	(280,031)
Efectos por conversión	-	-	214,129	(163,358)
OBD al final del año	<u>\$ 2,539,135</u>	<u>\$ 2,196,654</u>	<u>\$ 1,752,190</u>	<u>\$ 1,444,745</u>

Los cambios en el valor presente de los activos del plan (AP), al 31 de diciembre de 2024 y 2023, se muestran a continuación:

	Prima de antigüedad	
	2024	2023
AP al inicio del año	\$ (1,314,289)	\$ (1,200,930)
Rendimiento de los activos del plan	(110,680)	(111,773)
Otras partidas de utilidad integral	141,953	13,962
Aportaciones al plan	(319,606)	(311,211)
Beneficios pagados	309,166	295,663
AP al final del año	\$ (1,293,456)	\$ (1,314,289)

Las técnicas de valuación utilizadas por la Compañía para determinar y revelar el valor razonable de sus instrumentos financieros están basadas en la jerarquía de nivel 1.

Al 31 de diciembre de 2024 y 2023, los activos del plan están invertidos a través del fideicomiso en mercado de dinero. Al 31 de diciembre de 2024 y 2023, las ganancias/pérdidas actuariales de las obligaciones laborales neto de impuestos se reconocen en el rubro de otras partidas de utilidad integral y ascienden a \$1,850,956 y \$1,399,364, respectivamente.

Los supuestos utilizados en las valuaciones actuariales de México y Centroamérica son los siguientes:

	México		Centro América	
	2024	2023	2024	2023
Financieros:				
Tasa de descuento	10.60 %	9.90 %	4.45 % - 11.01 %	5.41% - 11.28%
Tasa de incremento en salarios	5.25 %	5.25 %	3.00 % - 6.70 %	3.5% - 6.3%
Tasa de incremento del salario mínimo	4.75 %	4.75 %	2.0 %	2.0 %
Tasa de inflación	4.00 %	4.00 %	0.70% - 4.20%	0.70% - 4.20%
Biometría:				
Mortalidad	IMSS 2009 ^(*)	IMSS 2009 ^(*)	RP - 2000 ^(**)	RP - 2000 ^(**)
Incapacidad	2.1%	2.1 %	Disability study table 1985	Disability study table 1985
Edad de retiro	65 años	65 años	50 - 65 años	50 – 60 años

(*) Experiencia del Instituto Mexicano del Seguro Social para hombres y mujeres
(**) RP – 2000 para Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador

A continuación, se presenta un análisis de sensibilidad de la OBD al 31 de diciembre de 2024.

	Importe
OBD al 31 de diciembre de 2024	\$ 4,291,325
OBD a la tasa de descuento + 1%	\$ 4,378,003
OBD a la tasa de descuento – 1%	\$ 4,691,989
Efectos sobre OBD	\$
Tasa de descuento + 1%	\$ (225,268)
Tasa de descuento – 1%	\$ 243,379

La tasa de descuento para México se determinó utilizando la curva de bonos gubernamentales emitidos por el Gobierno federal conocidos como Bonos M. En Centroamérica, la tasa de descuento se determinó utilizando la curva de bonos de los Estados Unidos de América más el riesgo de cada país.

19. Capital contable

a) En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas del 30 de abril de 2024, se acordó:

- 1. Aprobar la cantidad máxima que la sociedad podrá utilizar durante 2024 para recomprar acciones propias, la cual asciende a \$5,000,000.
- 2. Decretar un dividendo ordinario en efectivo a razón de \$1.18 pesos por acción, el cual se pagará en dos exhibiciones de \$0.59 pesos por acción cada uno, el primero el 12 de noviembre de 2024 y el 10 de diciembre de 2024 el segundo; y un dividendo extraordinario en efectivo a razón de \$0.99 pesos por acción que se pagará en dos exhibiciones de \$0.49 pesos por acción el 12 de noviembre de 2024 y de \$0.50 pesos por acción el 10 de diciembre de 2024.

b) En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas del 30 de marzo de 2023, se acordó:

- 1. Aprobar la cantidad máxima que la sociedad podrá utilizar durante 2023 para recomprar acciones propias, la cual asciende a \$5,000,000.

2. Decretar un dividendo ordinario el cual se le pagará al accionista en efectivo a razón de \$1.12 pesos por acción en dos exhibiciones de \$0.56 cada una, el primero el 29 de noviembre de 2023 y el segundo el 6 de diciembre de 2023; y un dividendo extraordinario que se pagará en efectivo a razón de \$1.57 pesos por acción en tres exhibiciones: \$0.75 pesos por acción el día 11 de abril de 2023, \$0.41 pesos por acción el día 29 de noviembre de 2023 y \$0.41 pesos por acción el día 6 de diciembre de 2023.

Una vez aprobado el decreto de dividendos por la Asamblea de Accionistas, la Compañía disminuye las utilidades acumuladas reconociendo la cuenta por pagar en el estado consolidado de situación financiera.

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2024 y 2023, los dividendos decretados se muestran a continuación:

	2024	2023
Dividendos en efectivo decretados y pagados:		
Dividendo ordinario \$1.18 por acción (\$1.12 en 2023)	\$ 20,337,028	\$ 19,285,428
Dividendo extraordinario \$0.99 por acción (\$1.57 en 2023)	17,062,424	27,063,179
	<u>\$ 37,399,452</u>	<u>\$ 46,348,607</u>

- c) El capital social está representado por acciones de una misma serie que son nominativas, comunes u ordinarias, sin expresión de valor nominal y de libre suscripción. El capital social debe estar amparado por un mínimo de tres mil millones y un máximo de cien mil millones de acciones.

Al 31 de diciembre de 2024 y 2023, el capital social nominal exhibido y el número de acciones se muestran a continuación:

Capital social	Importe
Mínimo fijo	\$ 5,591,362
Variable	36,898,537
Subtotal	<u>42,489,899</u>
Actualización	2,939,261
Total	<u>\$ 45,429,160</u>
Número de acciones ordinarias de suscripción libre	<u>17,446,322,177</u>

Durante el año que terminó el 31 de diciembre de 2024 no se realizaron compras de acciones propias. Durante el año que terminó el 31 de diciembre de 2023, se adquirieron 15,080,454 acciones de WALMEX; dicha recompra implicó reducir el capital como se muestra en el estado consolidado de cambios en el capital contable.

- d) El reparto de utilidades y las reducciones de capital que excedan al saldo de la cuenta de utilidad fiscal neta (CUFIN) y de la cuenta de capital de aportación (CUCA), causarán impuesto conforme a lo dispuesto en los artículos 10 y 78 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Al 31 de diciembre de 2024 y 2023, el monto de las cuentas fiscales relacionadas con el capital contable, por CUCA asciende a \$80,119,952 y \$76,883,170, respectivamente; y por CUFIN asciende a \$106,554, al 31 de diciembre de 2023, de acuerdo con las disposiciones fiscales vigentes.

Asimismo, las subsidiarias mexicanas cuentan con saldos de CUFIN que pueden ser utilizados para la distribución de dividendos a WALMEX; dichos dividendos, una vez recibidos, formarán parte del saldo CUFIN individual de WALMEX, el cual estará disponible para distribuir dividendos a sus accionistas.

- e) Al 31 de diciembre de 2024, el fondo para el plan de acciones al personal cuenta con 210,735,342 acciones de WALMEX, que están en un fideicomiso creado para tal fin.

El costo de compensación durante el año que terminó el 31 de diciembre de 2024 y 2023 asciende a \$493,766 y \$478,401, respectivamente, el cual no representa una salida de recursos y está incluido en el rubro de gastos generales en el estado consolidado de resultados integral.

A continuación, se muestran los movimientos de las acciones con opción a compra del plan:

	Número de acciones	Precio promedio ponderado (pesos)
Saldo al 31 de diciembre de 2022	166,662,636	56.64
Asignadas	47,706,383	71.54
Ejercidas	(24,209,421)	47.96
Canceladas	(11,067,835)	65.00
Saldo al 31 de diciembre de 2023	179,091,763	61.48
Asignadas	30,349,610	68.48
Ejercidas	(14,619,946)	47.83
Canceladas	(10,812,468)	62.50
Saldo al 31 de diciembre de 2024	184,008,959	63.66

Acciones disponibles para asignación:

Al 31 de diciembre de 2024	26,726,383
Al 31 de diciembre de 2023	46,263,525

Al 31 de diciembre de 2024, las acciones asignadas del fondo para el plan de acciones ascienden a 184,008,959 de las cuales 98,980,228 están disponibles para ejercer.

20. Otras revelaciones de ingresos

a) Los otros ingresos que forman parte de la actividad principal de la Compañía al 31 de diciembre de 2024 y 2023, se integran como sigue:

	2024	2023
Membresías	\$ 2,988,907	\$ 2,773,213
Rentas	2,789,098	2,746,171
Venta de desperdicio	982,995	783,384
Estacionamiento	103,894	98,676
Total	\$ 6,864,894	\$ 6,401,444

Por el año terminado el 31 de diciembre de 2024, los ingresos por renta incluyen \$738,968 (\$632,294 en 2023) de propiedades de inversión.

b) La Compañía analiza y administra su operación a través de su ubicación geográfica y por negocio.

A continuación, se detalla la segregación de los ingresos por contratos con clientes por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2024 y 2023:

	2024	2023
México		
Autoservicio	61.2 %	61.7 %
Club de precios	21.9 %	22.0 %
Centroamérica	16.9 %	16.3 %

De las ventas netas totales de WALMEX, aproximadamente \$48.4 mil millones y \$40.5 mil millones se relacionan con el comercio electrónico en México por el año que terminó el 31 de diciembre de 2024 y 2023, respectivamente.

Por parte de Centroamérica, las ventas netas relacionadas con el comercio electrónico ascienden a \$1.9 mil millones y \$1.1 mil millones por el año que terminó el 31 de diciembre de 2024 y 2023, e incluyen las ventas realizadas a través de plataformas de entrega a domicilio.

21. Costo y gastos por naturaleza

El costo de venta y los gastos generales que se presentan en el estado consolidado de resultados integral incluyen principalmente, compra de mercancía, costos de personal, depreciación y amortización, rentas, publicidad, mantenimiento, servicios públicos, regalías y asistencia técnica.

22. Ingresos y gastos financieros

Los ingresos y gastos financieros por los años terminados el 31 de diciembre de 2024 y 2023, se integra como sigue:

	2024	2023
Ingresos financieros:		
Productos financieros	\$ 2,657,187	\$ 3,021,084
Utilidad por fluctuación cambiaria	434,355	879,535
Utilidad por cambios en el valor razonable de los derivados	581,289	329,979
	<u>\$ 3,672,831</u>	<u>\$ 4,230,598</u>
Gastos financieros:		
Intereses arrendamiento financiero	\$ (8,593,484)	\$ (7,836,519)
Pérdida por fluctuación cambiaria	(1,172,770)	(595,851)
Pérdida por cambios en el valor razonable de los derivados	(366,137)	(430,874)
Otros gastos financieros	(1,967,941)	(36,600)
	<u>\$ (12,100,332)</u>	<u>\$ (8,899,844)</u>

Los productos financieros incluyen principalmente los intereses ganados por inversión.

23. Información financiera por segmentos

La información financiera por segmentos fue preparada en función de la información que es utilizada por la alta Dirección de la Compañía para la toma de decisiones.

A continuación, se muestra otra información financiera por segmentos geográficos:

Año que terminó el 31 de diciembre de 2024			
Segmento	Utilidad de operación	Gastos financieros, neto	Utilidad antes de impuestos a la utilidad
México	\$ 66,574,281	\$ (7,474,423)	\$ 59,099,858
Centroamérica	10,784,707	(953,078)	9,831,629
Consolidado	<u>\$ 77,358,988</u>	<u>\$ (8,427,501)</u>	<u>\$ 68,931,487</u>
Año que terminó el 31 de diciembre de 2023			
Segmento	Utilidad de operación	Gastos financieros, neto	Utilidad antes de impuestos a la utilidad
México	\$ 63,957,761	\$ (4,230,666)	\$ 59,727,095
Centroamérica	9,318,222	(438,580)	8,879,642
Consolidado	<u>\$ 73,275,983</u>	<u>\$ (4,669,246)</u>	<u>\$ 68,606,737</u>

Año que terminó el 31 de diciembre de 2024					
Segmento	Adquisición de activos de larga duración de vida definida	Depreciación y amortización	Total activos	Pasivos a corto plazo	
México	\$ 29,219,848	\$ 18,601,857	\$ 363,070,453	\$ 143,620,253	
Centroamérica	5,543,941	4,037,617	88,125,708	29,967,936	
Crédito mercantil	-	-	42,696,904	-	
Consolidado	<u>\$ 34,763,789</u>	<u>\$ 22,639,474</u>	<u>\$ 493,893,065</u>	<u>\$ 173,588,189</u>	

Año que terminó el 31 de diciembre de 2023					
Segmento	Adquisición de activos de larga duración de vida definida		Depreciación y amortización	Total activos	Pasivos a corto plazo
México	\$	24,896,088	\$ 16,792,478	\$ 334,509,599	\$ 132,465,119
Centroamérica		3,896,090	3,784,961	67,740,206	23,753,394
Crédito mercantil		-	-	34,296,811	-
Consolidado	\$	28,792,178	\$ 20,577,439	\$ 436,546,616	\$ 156,218,513

El análisis de ingresos por contratos con clientes se presenta en la Nota 20.

24. Otras revelaciones

a) El 24 de enero de 2022, la Compañía informó a sus accionistas y al público inversionista en general, que, según lo aprobado por su Consejo de Administración, estaba considerando alternativas estratégicas respecto de sus operaciones en El Salvador, Honduras y Nicaragua, enfocando esfuerzos y capital en sus principales negocios y geografías. Estas alternativas incluyeron, entre otras, posibles empresas conjuntas, asociaciones, alianzas estratégicas, una venta u otras transacciones.

Al 31 de diciembre de 2024, conforme hemos revisado nuestras operaciones en Centroamérica, consideramos que estos negocios son financieramente sólidos, están bien posicionados para servir a sus clientes y comunidades y siguen teniendo un potencial significativo de crecimiento que se logrará mejor continuando bajo propiedad de Walmex.

b) El 23 de noviembre de 2020, WALMEX recibió una notificación por parte de la Autoridad Investigadora de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), informando el inicio de una investigación de oficio en el mercado de abastecimiento y distribución al mayoreo de bienes de consumo, comercialización minorista de éstos y servicios relacionados por la presunta comisión de prácticas monopólicas relativas. WALMEX respondió a cuatro solicitudes de información, iniciando el 23 de noviembre de 2020 y finalizando en junio de 2023.

El 21 de junio de 2023, la Autoridad Investigadora de COFECE publicó el aviso mediante el cual concluyó formalmente la etapa de investigación.

El 6 de octubre de 2023, la COFECE notificó a WALMEX que su Autoridad Investigadora había recomendado el inicio de un proceso administrativo seguido en forma de juicio en contra de la principal subsidiaria operativa mexicana de WALMEX. El 14 de diciembre de 2023, WALMEX presentó oportunamente sus argumentos de defensa y ofreció pruebas ante COFECE.

El 27 de agosto de 2024, WALMEX presentó en tiempo sus alegatos finales ante la COFECE y el 30 de septiembre se tuvo una audiencia oral con los comisionados de la COFECE, que hasta ese momento no se habían pronunciado al respecto.

El 12 de diciembre de 2024, la COFECE concluyó que una subsidiaria de WALMEX había incurrido en una única práctica monopólica relativa en relación con el uso de ciertas contribuciones con sus proveedores. En dicha resolución, COFECE impuso una sanción a la subsidiaria de WALMEX por \$93.4 millones de pesos (alrededor de USD\$5 millones) e impuso ciertas medidas que WALMEX está implementando en los plazos establecidos en la resolución de COFECE.

COFECE reconoce que WALMEX puede continuar con las negociaciones de las contribuciones con sus proveedores, excepto por dos contribuciones específicas de las cuatro originalmente investigadas.

El 6 de enero de 2025, WALMEX impugnó la resolución de la COFECE mediante una demanda de amparo indirecto, promovida ante Juzgados Federales Especializados. Hasta que se resuelva la demanda de amparo, la subsidiaria de WALMEX continuará trabajando de manera colaborativa con sus proveedores para asegurar la continuidad del negocio, en cumplimiento con la resolución de COFECE.

25. Aprobación de los estados financieros

Los estados financieros consolidados y sus notas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2024 y 2023, fueron aprobados por la Administración y por el Consejo de Administración de la Compañía el 13 de febrero de 2025 y están sujetos a la aprobación de la Asamblea de Accionistas. Los eventos posteriores se consideran hasta esta fecha.



Sobre este INFORME

En Walmart de México y Centroamérica nos esforzamos por dar continuidad a la publicación clara y transparente de nuestro desempeño.

Este reporte ha sido preparado con referencia a los Estándares GRI (*Global Reporting Initiative*) y los *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB), de las siguientes metodologías: *Food Retailers and Distributors* (FB-FR), *Multiline and Specialty Retailers Distributors* (CG-MR) y la de *eCommerce* (CGEC). Asimismo, marcos como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, y el *Task Force on Climate-related Financial Disclosures* (TCFD) inspiran los temas claves a comunicar en nuestros reportes.

También divulgamos nuestros programas de reportes externos como CDP. La información contenida en este documento cubre el período del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024, y describe el desempeño de todos los formatos de negocio pertenecientes a Walmart de México y Centroamérica, en los seis países en los que operamos; su cobertura incluye la operación de nuestras unidades, cedis, *eCommerce*, verticales y oficinas.





Índice de contenidos GRI-SASB

GRI 2-2, 2-3



Índice de Contenido

GRI-SASB

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN		ODS	SASB	VERIFICADO
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA			
Declaración de uso: Walmart ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI y SASB para el periodo comprendido entre el 1ro de enero y 31 de diciembre del 2024.						
GRI 1 Usado: GRI 1: Fundamentos 2021						
GRI 2: Contenidos Generales 2021						
1. La organización y sus prácticas de presentación de informes						
2-1	Detalles organizacionales		Walmart de México y Centroamérica Blvd. Manuel Ávila Camacho # 647, Colonia Periodista, Alcaldía Miguel Hidalgo, C.P. 11220, Ciudad de México,Tel. (52) 55 5283-0100 https://www.walmex.mx/nosotros/	16		
2-2	Entidades incluídas en la presentación de informes de sostenibilidad		Walmart de México y Centroamérica Wal-Mart de México SAB de CV			
2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto		1 enero a 31 de diciembre 2024, Informe Anual Integrado. Puntos de contacto: - https://www.walmex.mx/globales/contacto.html - Relación con inversionistas: inversionistas@walmart.com - Desarrollo Sustentable y Política Pública: valery.emmanuel.reynaud@walmart.com - Comunicación corporativa: comunicacion@walmart.com			
2-4	Actualización de la información					
2-5	Verificación externa	253-267				
	Número de unidades retail y centros de distribución	35, 183, 184	https://www.walmex.mx/nosotros/		FB-FR-000.A CG-MR-000.A	
	Área total de espacio retail y centros de distribución				FB-FR-000.B CG-MR-000.B	

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN		ODS	SASB	VERIFICADO	
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA				
2. Actividades y trabajadores							
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	23, 35, 85	https://www.walmex.mx/nosotros/	Para calcular el porcentaje de proveedores pyme, se consideraron aquellos identificados como pyme, que no fueran importadores y cuyas ventas fueran inferiores a 1,000 MXN, entre otros criterios. En comparación con el año anterior, se realizó un cambio en la metodología para clasificar a un proveedor como pyme. Entre los nuevos criterios se incluyen tener menos de 100 empleados, no pertenecer a un grupo empresarial grande y ser fabricante con planta(s) en un país de negociación, entre otros. Estos mismos criterios se utilizan para determinar el porcentaje de proveedores que cumplen con la categoría de pyme.		*	
2-7	Empleados	67, 146, 184	Total de asociados expatriados en México 1 y 3 en Centroamérica. La información referente a los reportes a la línea ética son confidenciales.	En 2024, reemplazamos los términos "Staff" y "Operaciones" por "En Oficinas" y "En Unidades", respectivamente.	8, 10	CG-EC-330a.4	*
2-8	Trabajadores que no son empleados	67					
3. Gobernanza							
2-9	Estructura de gobernanza y composición	60, 167, 169-170	https://www.walmex.mx/asg/gobierno-corporativo.html		5, 16		
2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	167			5, 16		
2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	167			16		
2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	167			16		
2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	60, 170					
2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	5, 167					
2-15	Conflictos de interés	144			16		
2-16	Comunicación de inquietudes críticas	146					
2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	167					

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN		ODS	SASB	VERIFICADO
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA			
2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	167				
2-19	Políticas de remuneración	167, 169		16		
2-20	Proceso para determinar la remuneración	81, 167, 169		16		
2-21	Ratio de compensación total anual	81, 167				
4. Estrategia, políticas y prácticas						
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	12, 59	https://www.walmex.mx/asg/estrategia.html		CG-MR-410a.3 CG-EC-130a.3 CG-EC-410a.2 FB-FR-430a.4	
2-23	Compromisos y políticas	12, 59, 144, 165				
2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	12, 59				
2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	166				
2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	146, 166		16		
2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	141, 150, 158			FB-FR-310a.4 CG-MR-310a.3 CG-MR-330a.2	*
2-28	Afiliación a asociaciones		https://www.walmex.mx/asg/gobierno-corporativo.html			
5. Participación de los grupos de interés						
2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	42, 60	En México se realizaron 429,791 encuestas de satisfacción a clientes y 1,579,464 en Centroamérica. Total de quejas de clientes atendidos a través de un operador telefónico: 1,492,656 en México y 29,77 en Centroamérica.	El NPS o <i>Net Promoter Score</i> es un indicador que mide la lealtad y satisfacción de los clientes, durante 2024 el NPS se reportó en función de la diferencia en puntos base con respecto a 2023. En México, se consideraron encuestas de satisfacción del servicio del <i>contact center</i> , mientras que en Centroamérica, las encuestas se enfocaron en la satisfacción relacionada con la recomendación de los clientes.	16	*
2-30	Convenios de negociación colectiva		Información confidencial.	8	FB-FR-310a.2	

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN		ODS	SASB	VERIFICADO
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA			
6. E-Commerce						
	Medición de actividad de usuario, definida por la entidad	27			CG-EC-000.A	
	Capacidad de procesamiento de datos, porcentaje tercerizado	27			CG-EC-000.B	
	Número de envíos	27			CG-EC-000.C	
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021						
3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	60				
3-2	Lista de temas materiales	60				
3-3	Gestión de los temas materiales	60				
CAPÍTULOS: VALOR FINANCIERO Y ÉTICA E INTEGRIDAD						
GRI 201: Desempeño económico 2016						
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	97, 98, 101, 184	El tipo de cambio utilizado fue de \$18.3 MXN/USD. 7,437 nuevas posiciones generadas en México y 2,714 en Centroamérica.	8, 9		*
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivadas del cambio climático	112		13		
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	75				
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno		Walmart de México y Centroamérica no recibe asistencia financiera por parte de ningún gobierno.			
GRI 202: Presencia en el mercado 2016						
202-1	Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local	81		1, 5, 8	FB-FR-310a.1 CG-MR-310a.1	*
202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local		No disponible.	8		

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN		ODS	SASB	VERIFICADO		
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA					
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016								
203-1	Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	109, 181	Inversión Sustentable por Categoría (miles de pesos)	México	Centroamérica	74.50 millones de pesos de ahorro por implementación de iniciativas de ahorro energético en México y 60.03 millones de pesos en Centroamérica. Tasa de cambio utilizada: \$18.3 MXN/USD	5, 9, 11	*
			Eficiencia energética	\$326.35	\$8.20			
			Energía renovable	\$2,708.97	\$27.56			
			Refrigerantes de bajo impacto	\$-	\$0.08			
			Gestion de agua	\$977.07	\$0.04			
			Economía circular	\$15.39	\$0.31			
			Transporte sostenible	\$45.91	\$-			
			Conservacion y restauracion de la naturaleza	\$-	\$-			
			Total	\$4,703.69	\$36.19			
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	66, 69				1,3, 8	*	
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016								
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	85, 87, 93, 134	El porcentaje de las ventas de Nuestras Marcas autoservicio en México representó el 10.04% y 17.07% en Centroamérica.		Para obtener el dato de proveedores que participaron en el programa Adopta una Pyme en 2024, se establecieron criterios diferentes a los utilizados en 2023. Entre estos, se determinó que los proveedores no debían ser importadores ni contar con más de 100 empleados, entre otros requisitos.	8	*	
			México Programa Pequeño Productor: 5,970 productores beneficiados (4,153 hombres y 1,817 mujeres), además, se generaron 4,535 empleos durante el año. En total se comercializaron 39,723 toneladas y se tuvieron 5,318 hectareas regenerativas. Además, como resultado de este programa, se agrocomercializaron 46 productos en tienda resultantes del programa. Centroamérica Programa Una Mano para Crecer: Se logró un alcance del 100% al objetivo del programa . El objetivo es: apoyar el aceleramiento de las 480 empresas pymes inscritas en el programa Una Mano para Crecer.					Para determinar el número de empleos directos actuales en el programa Una Mano para Crecer, se enviaron encuestas a los proveedores a través de un tercero para recopilar la información. Como resultado, se obtuvo un 90% de participación del total de encuestas enviadas.

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN		ODS	SASB	VERIFICADO
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA			
GRI 205: Anticorrupción 2016						
205-1	Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción	147	Información confidencial.	16		
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	140, 147	Información confidencial.	16		
205-3	Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	144, 146, 147	Información confidencial.	16		
GRI 206: Competencia desleal 2016						
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	157		16		
GRI 207: Fiscalidad 2019						
207-1	Enfoque fiscal			1, 10, 17		
207-2	Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	169		1, 10, 17		
207-3	Participación de los grupos de interés y gestión de sus inquietudes en materia fiscal			1, 10, 17		
207-4	Presentación de informes país por país			1, 10, 17		

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN		ODS	SASB	VERIFICADO																																			
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA																																						
CAPÍTULO: SUSTENTABILIDAD																																									
GRI 301: Materiales 2016																																									
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	129, 135	<table><tr><th>Consumo de materiales (ton)</th><th>México</th><th>Centroamérica</th><th>Consolidado</th></tr><tr><td>Plásticos Consumibles</td><td>29,669.96</td><td>6,176.03</td><td>35,845.99</td></tr><tr><td>Papel y Cartón Consumibles</td><td>20,481.10</td><td>599.01</td><td>21,080.11</td></tr><tr><td>Químicos de Limpieza</td><td>2,224.23</td><td>950.13</td><td>3,174.36</td></tr><tr><td>Plásticos Marketing</td><td>446.87</td><td>-</td><td>446.87</td></tr><tr><td>Madera</td><td>58.27</td><td>-</td><td>58.27</td></tr><tr><td>Tintas y Tóneres</td><td>12.71</td><td>-</td><td>12.71</td></tr><tr><td>Papel y Cartón Marketing</td><td>4.39</td><td>-</td><td>4.39</td></tr><tr><td>Total</td><td>52,897.53</td><td>7,725.17</td><td>60,622.70</td></tr></table>	Consumo de materiales (ton)	México	Centroamérica	Consolidado	Plásticos Consumibles	29,669.96	6,176.03	35,845.99	Papel y Cartón Consumibles	20,481.10	599.01	21,080.11	Químicos de Limpieza	2,224.23	950.13	3,174.36	Plásticos Marketing	446.87	-	446.87	Madera	58.27	-	58.27	Tintas y Tóneres	12.71	-	12.71	Papel y Cartón Marketing	4.39	-	4.39	Total	52,897.53	7,725.17	60,622.70	El consumo total de materiales desglosa el total sin incluir Refrigerantes y Combustibles, ya que estos se incluyeron dentro del Alcance 1. El 63.3% de los proveedores respondieron el cuestionario del cual se obtiene la data para la información sobre los empaques de productos de Nuestras Marcas que son reciclables, reutilizables y compostables, el porcentaje de material PCR que contienen, así como los materiales renovables y no renovables utilizados en los empaques. En México los materiales no renovables son materiales como: metal, plástico o vidrio, o cualquier mezcla que contenga cada uno de los anteriores mencionados. En México los materiales renovables son de madera, papel o fibras.	*
			Consumo de materiales (ton)	México	Centroamérica	Consolidado																																			
			Plásticos Consumibles	29,669.96	6,176.03	35,845.99																																			
			Papel y Cartón Consumibles	20,481.10	599.01	21,080.11																																			
			Químicos de Limpieza	2,224.23	950.13	3,174.36																																			
			Plásticos Marketing	446.87	-	446.87																																			
			Madera	58.27	-	58.27																																			
			Tintas y Tóneres	12.71	-	12.71																																			
			Papel y Cartón Marketing	4.39	-	4.39																																			
			Total	52,897.53	7,725.17	60,622.70																																			
<table><tr><th>Materiales usados en empaques (ton)</th><th>México</th><th>Centroamérica</th><th>Consolidado</th></tr><tr><td>Materiales renovables</td><td>31,719.61</td><td>8,986.51</td><td>40,706.12</td></tr><tr><td>Materiales no renovables</td><td>56,706.84</td><td>15,218.22</td><td>71,925.06</td></tr><tr><td>Total</td><td>88,426.45</td><td>24,204.73</td><td>112,631.18</td></tr></table>	Materiales usados en empaques (ton)	México	Centroamérica	Consolidado	Materiales renovables	31,719.61	8,986.51	40,706.12	Materiales no renovables	56,706.84	15,218.22	71,925.06	Total	88,426.45	24,204.73	112,631.18																									
Materiales usados en empaques (ton)	México	Centroamérica	Consolidado																																						
Materiales renovables	31,719.61	8,986.51	40,706.12																																						
Materiales no renovables	56,706.84	15,218.22	71,925.06																																						
Total	88,426.45	24,204.73	112,631.18																																						
301-2	Insumos reciclados utilizados	129	<table><tr><th>Empaques de los productos de Nuestras Marcas</th><th>México</th><th>Centroamérica</th></tr><tr><td>% reciclable</td><td>70.00%</td><td>53.00%</td></tr><tr><td>% reutilizable</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>% compostable</td><td>1.76%</td><td>4.00%</td></tr><tr><td>% reciclado posconsumo</td><td>6.37%</td><td>5.27%</td></tr></table>	Empaques de los productos de Nuestras Marcas	México	Centroamérica	% reciclable	70.00%	53.00%	% reutilizable	-	-	% compostable	1.76%	4.00%	% reciclado posconsumo	6.37%	5.27%	Para el 2024 el porcentaje de material reciclado posconsumo en los empaques solo se considerará para los empaques de plástico.	8, 12	*																				
			Empaques de los productos de Nuestras Marcas	México	Centroamérica																																				
			% reciclable	70.00%	53.00%																																				
			% reutilizable	-	-																																				
			% compostable	1.76%	4.00%																																				
% reciclado posconsumo	6.37%	5.27%																																							

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN		ODS	SASB	VERIFICADO				
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA							
301-3	Productos y materiales de envasado recuperados	129, 131		8, 12						
GRI 302: Energía 2016										
302-1	Consumo de energía dentro de la organización	118	Consumo energía renovable (GJ)	México	Centroamérica	Consolidado	En 2024, actualizamos nuestra metodología para informar el porcentaje de necesidades de electricidad suministradas por fuentes renovables en Walmex para alinearla con el enfoque de Walmart Inc. Esto incluye la generación de proyectos activos de energía renovable y baja en carbono. Considera la contribución combinada de la energía generada en proyectos dentro y fuera del sitio, así como la generación de energía renovable que alimenta las redes donde se encuentran nuestros sitios. La electricidad adquirida de nuestros proyectos de energía renovable y la información más reciente sobre la matriz energética obtenida de la Agencia Internacional de Energía para las regiones donde operamos. Anteriormente, la generación de energía renovable que alimentaba las redes no se incluía en el porcentaje de necesidades de electricidad suministradas por fuentes renovables de Walmex. Para estimar la energía renovable de la red: la información más reciente sobre la combinación de combustibles de la red obtenida de la Agencia Internacional de Energía para las regiones donde operamos.	7, 8, 12, 13	FB-FR-110a.1 FB-FR-130a.1 CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1	*
			Comprada	975,736.72	1,058,121.21	2,033,857.92				
			Eólica	3,160,744.91	-	3,160,744.91				
			Hidroeléctrica	537,713.89	-	537,713.89				
			Solar	138,496.89	71,993.33	210,490.22				
			Total	4,812,692.40	1,130,114.54	5,942,806.93				
La energía renovable adquirida se obtiene a través del porcentaje de generación renovable de la propia red.										
302-2	Consumo de energía fuera de la organización	118					7, 8, 12, 13			
302-3	Intensidad energética	118					7, 8, 12, 13		*	
302-4	Reducción del consumo energético	118	Total de reducción o incremento de consumo de energía con respecto al año pasado (GJ)	México	Centroamérica	7, 8, 12, 13				*
			Reducción o incremento vs año pasado	419,819.43	83,153.77					
			% de reducción o incremento vs año pasado	4.00%	4.22%					
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios						7, 8, 12, 13			
GRI 303: Agua y efluentes 2018										
303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	136, 150					6, 12, 14, 15	CG-EC-130a.2		
303-2	Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua	136					6, 14		*	

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN			ODS	SASB	VERIFICADO
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA				
303-3	Extracción de agua	136					
				</			

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN				ODS	SASB	VERIFICADO		
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA							
303-5	Consumo de agua	136	Consumo de agua (m³)	México	Centroamérica	Consolidado	La metodología de cálculo de consumo de agua en México y Centroamérica tuvo cambios respecto al 2023.	6, 14	*	
			Consumo total	434,034.14	103,721.00	537,755.14				
			Consumo total en zonas con estrés hídrico	294,335.75	-	-				
GRI 304: Biodiversidad 2016										
304-1	Sitios operacionales en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	133, 138, 150	Las unidades de negocio de Walmart de México se construyen en áreas urbanizadas, lo que resulta en un bajo o nulo impacto en la biodiversidad. Además, operamos de acuerdo con las leyes establecidas en relación a la protección del medio ambiente, y nos aseguramos de cumplir con estas disposiciones para mitigar cualquier impacto ambiental negativo. Durante la operación del 2024 no se generon impactos a flora o fauna. No se identificaron cambios en los procesos ecológicos, ya que como se ha mencionado las unidades de negocio se encuentran establecidas en zonas previamante urbanizadas cuyo valor de la biodiversidad es bajo.				6, 14, 15			
304-2	Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad	133, 138, 150					6, 14, 15			
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	133, 138, 150					6, 14, 15			
304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	133, 138, 150	México: 15,302 m² de extensión de las zonas que han sufrido impactos.				6, 14, 15			
GRI 305: Emisiones 2016										
GRI 3: Temas Materiales 2021										
3-3	Gestión de los temas materiales	60								
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	115, 117	tCO ₂ e	México	Centroamérica	Consolidado		3, 12, 13, 14, 15	FB-FR-110b.1	*
			Alcance 1	861,457.53	116,037.89	977,495.42				
			Gas refrigerante	708,118.03	102,359.59	810,477.62				
			Consumo de combustibles	153,339.50	13,678.30	167,017.80				

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN				ODS	SASB	VERIFICADO		
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA							
305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	115, 118	tCO ₂ e	México	Centroamérica	Consolidado			*	
			Location-based	1,117,965.04	55,140.40	1,173,105.44				
			Market-based	661,821.42	55,140.40	716,961.82				
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	120	tCO ₂ e	México	Centroamérica	Consolidado	Las emisiones de los vuelos privados de Centroamérica se reportan dentro de Alcance 1.	3, 12, 13, 14, 15	CG-EC-410a.1 CG-EC-410a.2 FB-FR-000.D FB-FR-000.C	*
			Alcance 3	678,331.56	61,590.64	739,922.20				
			Distribución de productos							
			tCO ₂ e	México	Centroamérica	Consolidado				
			Cedis a Tiendas/clubes	453,696.08	30,444.49	484,140.57				
			Last Mile / Fullfillment Centers	21,731.79	-	21,731.79				
			Last Mile Tiendas	8,194.23	3,016.43	11,210.66				
			Total	483,622.10	33,460.92	517,083.02				
			Emisiones generadas por el traslado de nuestros asociados							
			tCO ₂ e	México	Centroamérica	Consolidado				
			Traslado de asociados	190,346.64	27,539.92	217,886.56				
			Combustible consumido por viajes de negocio							
			tCO ₂ e	México	Centroamérica	Consolidado				
			Vuelos Comerciales	3,702.31	589.80	4,292.11				
			Vuelos Privados	660.51						
			Total	4,362.82	589.80	4,292.11				

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN				ODS	SASB	VERIFICADO	
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA						
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	115	Intensidad de emisiones GEI				13, 14, 15	FB-FR-110b.3	*
			tCO ₂ e/m²	México	Centroamérica	Consolidado			
			Alcance 1	0.07	0.07	0.07			
			Alcance 2	0.06	0.03	0.05			
			Alcance 1&2	0.13	0.10	0.13			
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	115	Disminución/incremento en INTENSIDAD de emisiones GEI Alcance 1 & 2 (ton/m²) vs el 2023 (%)				13, 14, 15		*
				México	Centroamérica	Consolidado			
			Alcance 1	-3.31%	35.80%	0.19%			
			Alcance 2	23.50%	-0.57%	21.33%			
			Alcance 1&2	6.76%	21.48%	8.17%			
305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS)		Disminución/ incremento del total de emisiones GEI por alcance 1 y 2; de sus operaciones vs 2023 (%)				3, 12	FB-FR-110b.2	*
				México	Centroamérica	Consolidado			
			Alcance 1	-0.20%	37.66%	3.17%			
			Alcance 2	27.48%	0.79%	24.94%			
			Alcance 1&2	10.20%	23.15%	11.38%			
305-7	Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire		Consumo de refrigerantes con cero potencial de agotamiento de la capa de ozono				3, 12, 14, 15		
				México	Centroamérica				
			Consumo total (ton)	194.91	30.06				
			% vs Total Refrigerante	99.51%	99.63%				
			No aplica.						

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN		ODS	SASB	VERIFICADO				
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA							
GRI 306: Residuos 2020										
GRI 3: Temas Materiales 2021										
3-3	Gestión de los temas materiales	60								
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	124			1, 3, 12	FB-FR-150a.1				
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	124	Derrames significativos		En Centroamérica no hubo derrames significativos. Se considera un derrame significativo cuando se supera 1 m³.	3, 12	*			
				México						
			Número	3						
			Volumen	14.6						
306-3	Residuos generados	124, 150	Residuos generados por tipo de residuo y destino				El aumento en la cantidad de residuos en 2024 se debe a la integración de nuevos programas de reuso de residuos. Los criterios utilizados para la estimación de derrames significativos son iguales para México y Centroamérica. 2,828 unidades en México participan en el programas de recuperación de residuos (logística inversa) y 957 Centroamérica.	3, 12	FB-FR-150a.1	*
			Ton	México	Centroamérica	Consolidado				
			Desviados de Relleno	616,508.23	134,073.49	750,581.72				
			Inorgánico	360,796.30	106,379.09	467,175.39				
			Orgánico	255,341.50	27,596.43	282,937.93				
			Peligroso	370.43	97.97	468.40				
			Relleno Sanitario	124,092.92	59,725.26	183,818.18				
			Inorgánico	61,482.50	621.22	62,103.72				
			Orgánico	59,614.30	59,104.04	118,718.34				
			Peligroso	1,305.92	-	1,305.92				
			Sanitarios	1,690.20	-	1,690.20				
			Total	740,601.15	193,798.75	934,399.90				

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN					ODS	SASB	VERIFICADO																																				
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA																																										
306-4	Residuos no destinados a eliminación	124, 125	<table><tr><th colspan="3">Espacio liberado de relleno sanitario por la valorización de residuos peligrosos y no peligrosos (m³)</th></tr><tr><th>México</th><th>Centroamérica</th><th>Consolidado</th></tr><tr><td>4,389,597.00</td><td>954,619.00</td><td>5,344,216.00</td></tr></table>					Espacio liberado de relleno sanitario por la valorización de residuos peligrosos y no peligrosos (m³)			México	Centroamérica	Consolidado	4,389,597.00	954,619.00	5,344,216.00	Espacio Liberado m³= (Toneladas Desviadas)/((Densidad 0.140447 ton/m³) Total de tarimas restauradas en México: 5,853,781. Total de residuos recuperados del total de programas posconsumo: 517,658.93 kg en México y 155,303.80 kg en Centroamérica.																												
			Espacio liberado de relleno sanitario por la valorización de residuos peligrosos y no peligrosos (m³)																																										
			México	Centroamérica	Consolidado																																								
			4,389,597.00	954,619.00	5,344,216.00																																								
			<table><tr><th>Programa Food Waste México (t)</th><th>Total</th><th>Intensidad</th></tr><tr><td>Total residuos de alimentos no desviados de rellenos</td><td>67,914.96</td><td>0.16</td></tr><tr><td>Total residuos de alimentos desviados de rellenos</td><td>61,337.70</td><td>0.14</td></tr></table>					Programa Food Waste México (t)	Total	Intensidad	Total residuos de alimentos no desviados de rellenos	67,914.96	0.16	Total residuos de alimentos desviados de rellenos	61,337.70	0.14																													
Programa Food Waste México (t)	Total	Intensidad																																											
Total residuos de alimentos no desviados de rellenos	67,914.96	0.16																																											
Total residuos de alimentos desviados de rellenos	61,337.70	0.14																																											
			<table><tr><th>Programa Imperfectas pero Buenas</th><th>México</th></tr><tr><td>Piezas vendidas</td><td>4,260,309</td></tr><tr><td>Kilogramos vendidos</td><td>2,581,311</td></tr><tr><td>Tiendas Participantes</td><td>109</td></tr></table>					Programa Imperfectas pero Buenas	México	Piezas vendidas	4,260,309	Kilogramos vendidos	2,581,311	Tiendas Participantes	109																														
Programa Imperfectas pero Buenas	México																																												
Piezas vendidas	4,260,309																																												
Kilogramos vendidos	2,581,311																																												
Tiendas Participantes	109																																												
306-5	Residuos destinados a eliminación	124	<table><tr><th colspan="7">Intensidad de generación de residuos</th></tr><tr><th>Kg/m²</th><th>México</th><th>% vs 2023</th><th>Centroamérica</th><th>% vs 2023</th><th>Consolidado</th><th>% vs 2023</th></tr><tr><td>Desviados</td><td>53.51</td><td>7.09%</td><td>75.61</td><td>68.64</td><td>56.46</td><td>14.59</td></tr><tr><td>Rellenos</td><td>10.77</td><td>-5.70%</td><td>33.68</td><td>27.22</td><td>13.83</td><td>2.72</td></tr><tr><td>Total</td><td>64.28</td><td>4.71%</td><td>109.29</td><td>53.26</td><td>70.29</td><td>12.04</td></tr></table>					Intensidad de generación de residuos							Kg/m²	México	% vs 2023	Centroamérica	% vs 2023	Consolidado	% vs 2023	Desviados	53.51	7.09%	75.61	68.64	56.46	14.59	Rellenos	10.77	-5.70%	33.68	27.22	13.83	2.72	Total	64.28	4.71%	109.29	53.26	70.29	12.04	6		
			Intensidad de generación de residuos																																										
			Kg/m²	México	% vs 2023	Centroamérica	% vs 2023	Consolidado	% vs 2023																																				
			Desviados	53.51	7.09%	75.61	68.64	56.46	14.59																																				
Rellenos	10.77	-5.70%	33.68	27.22	13.83	2.72																																							
Total	64.28	4.71%	109.29	53.26	70.29	12.04																																							
	Planteamiento de estrategias para reducir el impacto ambiental de los empaques	12, 129, 130, 135						CG-MR-410a.3 FB-FR-430a.4																																					

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN				ODS	SASB	VERIFICADO
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA					
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016								
GRI 3: Temas Materiales 2021								
3-3	Gestión de los temas materiales	60						
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	159						
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	125, 130, 133, 159				3,191 productos textiles sustentables en México. Durante la revisión de 2023, la unidad de reporte fue la cantidad de productos; sin embargo, para 2024, el dato se presentó en toneladas, debido a un cambio de metodología y solicitud de información en nuestra Sustainability Survey.		
						En 2024 se actualizaron los criterios para productos del mar sostenibles, elevando el requisito de certificación de BAP de 1 estrella a 2 estrellas.		
						Todas las encuestas relacionadas con la cadena de suministro son voluntarias.		
						México: El 31% de los proveedores respondieron el cuestionario del cual se obtiene la data para la información sobre aceite de palma de los productos de Nuestras Marcas.		*
						El 82% de los proveedores respondieron el cuestionario del cual se obtiene la data para la información sobre Pulpa/Papel/Madera de los productos de Nuestras Marcas.		
						El 40% de nuestros proveedores de pescados y mariscos subieron su información al sistema Metrics, sistema de donde se obtiene la data reportada.		
						Centroamérica: El 88% de los proveedores respondieron el cuestionario del cual se obtiene la data para la información sobre aceite de palma de los productos de Nuestras Marcas.		
						El 87% de los proveedores respondieron el cuestionario del cual se obtiene la data para la información sobre Pulpa/Papel/Madera de los productos de Nuestras Marcas.		

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN		ODS	SASB	VERIFICADO
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA			
Bienestar animal						
	Porcentaje de ingresos provenientes de huevos de gallinas criadas en un entorno libre de jaulas y puerco producido sin el uso de cajas de gestación	135			FB-FR-430a.2	
CAPÍTULOS: HABILITADORES, OPORTUNIDAD, COMUNIDAD Y ÉTICA E INTEGRIDAD						
GRI 401: Empleo 2016						
GRI 3: Temas Materiales 2021						
3-3	Gestión de los temas materiales	60				
401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	67		5, 8, 10	CG-MR-310a.2 CG-EC-330a.2	*
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	75		3, 5, 8		
401-3	Permiso parental	78		5, 8		
GRI 402: Relaciones trabajador-empresa 2016						
GRI 3: Temas Materiales 2021						
3-3	Gestión de los temas materiales	60				
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	155	Cumplimos con la legislación laboral aplicable.	8		
	Número de paros laborales y total de días inactivos	141			FB-FR-310a.3	

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN		ODS	SASB	VERIFICADO																
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA																			
	Compromiso de asociados, en forma porcentual	74	<table><tr><th>Índice de Encuesta compromiso</th><th>México</th><th>Centroamérica</th><th>Consolidado</th></tr><tr><td>Hombres</td><td>85%</td><td>88%</td><td>86%</td></tr><tr><td>Mujeres</td><td>88%</td><td>90%</td><td>88%</td></tr><tr><td>Total</td><td>87%</td><td>89%</td><td>87%</td></tr></table>	Índice de Encuesta compromiso	México	Centroamérica	Consolidado	Hombres	85%	88%	86%	Mujeres	88%	90%	88%	Total	87%	89%	87%	El Índice de Compromiso es el promedio del resultado de favorabilidad de 3 preguntas.	CG-EC-330a.1	*
			Índice de Encuesta compromiso	México	Centroamérica	Consolidado																
			Hombres	85%	88%	86%																
			Mujeres	88%	90%	88%																
		Total	87%	89%	87%																	
		<table><tr><th>Participación de la Encuesta Compromiso por género</th><th>México 94%</th><th>Centroamérica 84%</th><th>Consolidado 92%</th></tr><tr><td>Hombre</td><td>43%</td><td>51%</td><td>44%</td></tr><tr><td>Mujeres</td><td>57%</td><td>49%</td><td>56%</td></tr><tr><td>Total</td><td>100%</td><td>100%</td><td>100%</td></tr></table>	Participación de la Encuesta Compromiso por género	México 94%	Centroamérica 84%	Consolidado 92%	Hombre	43%	51%	44%	Mujeres	57%	49%	56%	Total	100%	100%	100%	Las respuestas a las preguntas están configuradas en escala de Likert de 1 a 5, considerandos de la siguiente manera: 1 y 2 detractores, 3 neutrales, 4 y 5 favorables.			
		Participación de la Encuesta Compromiso por género	México 94%	Centroamérica 84%	Consolidado 92%																	
		Hombre	43%	51%	44%																	
		Mujeres	57%	49%	56%																	
		Total	100%	100%	100%																	
Por género																						
<table><tr><th>Participación Encuesta Retroalimenta tu Líder por género</th><th>México</th><th>Centroamérica</th><th>Consolidado</th></tr><tr><td>Total de participación</td><td>72%</td><td>65%</td><td>71%</td></tr><tr><td>Hombre</td><td>43%</td><td>52%</td><td>44%</td></tr><tr><td>Mujeres</td><td>57%</td><td>48%</td><td>56%</td></tr><tr><td>Total</td><td>100%</td><td>100%</td><td>100%</td></tr></table>	Participación Encuesta Retroalimenta tu Líder por género	México	Centroamérica	Consolidado	Total de participación	72%	65%	71%	Hombre	43%	52%	44%	Mujeres	57%	48%	56%	Total	100%	100%	100%	La variación en las respuestas de la encuesta Retroalimenta a tu Líder entre 2023 y 2024 se debe a un incremento significativo en la audiencia a la que está dirigida.	
Participación Encuesta Retroalimenta tu Líder por género	México	Centroamérica	Consolidado																			
Total de participación	72%	65%	71%																			
Hombre	43%	52%	44%																			
Mujeres	57%	48%	56%																			
Total	100%	100%	100%																			
Por género																						
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018																						
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	142			8																	
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	142			8																	
403-3	Servicios de salud en el trabajo	75, 142			8																	
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	142			8, 16																	
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	142			8																	

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN		ODS	SASB	VERIFICADO																								
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA																											
403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	75, 142		3																										
403-7	Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	142	México: No se cuenta con la tasa de accidentes de contratistas/proveedores; sin embargo, se realiza la investigación de accidentes severos para tomar medidas correctivas y preventivas. El equipo de Seguridad e Higiene se encuentra trabajando en el Enfoque de Seguridad para garantizar que los proveedores tengan la competencia suficiente para desempeñar las actividades de forma segura, al igual que en el desarrollo de proveedores para reforzar la cultura de seguridad. Centroamérica: los datos recopilados para medir el número total de accidentes de proveedores y contratistas se obtienen principalmente a través de una encuesta realizada a los proveedores de Walmart. Sin embargo, no todos los proveedores responden dicha encuesta. Los accidentes de proveedores y contratistas son verificados e información confidencial.	8																										
403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y de la seguridad en el trabajo	142		8																										
403-9	Lesiones por accidente laboral	142	<table><tr><th></th><th>México</th><th>Centroamérica</th></tr><tr><td>Asociados Incapacitados</td><td>5,239</td><td>569</td></tr><tr><td>Accidentes de terceros</td><td>N/A</td><td>90</td></tr><tr><td>% de reducción de accidentes vs el año pasado</td><td>11.20%</td><td>7%</td></tr><tr><td>Horas de exposición al riesgo</td><td>548,907,843.71</td><td>92,720,541.60</td></tr><tr><td>Tickets comprados</td><td>1,937,267.54</td><td>416,587,187</td></tr><tr><td>% de reducción de la tasa de accidentes de clientes vs el año pasado</td><td>-9.4%</td><td>8%</td></tr><tr><td>% de reducción de la tasa de accidentes de asociados vs el año pasado</td><td>14.10%</td><td>9%</td></tr></table>		México	Centroamérica	Asociados Incapacitados	5,239	569	Accidentes de terceros	N/A	90	% de reducción de accidentes vs el año pasado	11.20%	7%	Horas de exposición al riesgo	548,907,843.71	92,720,541.60	Tickets comprados	1,937,267.54	416,587,187	% de reducción de la tasa de accidentes de clientes vs el año pasado	-9.4%	8%	% de reducción de la tasa de accidentes de asociados vs el año pasado	14.10%	9%	En Centroamérica hubo un aumento en los incidentes vs el año pasado. 4,658 asociados incapacitados en México y 522 en Centroamérica. En México, se tuvo una reducción de -7.70% de accidentes vs el año pasado. En Centroamérica se tuvo una reducción de 1.52% de la tasa de accidentes de asociados vs 2023.	3, 8, 16	*
	México	Centroamérica																												
Asociados Incapacitados	5,239	569																												
Accidentes de terceros	N/A	90																												
% de reducción de accidentes vs el año pasado	11.20%	7%																												
Horas de exposición al riesgo	548,907,843.71	92,720,541.60																												
Tickets comprados	1,937,267.54	416,587,187																												
% de reducción de la tasa de accidentes de clientes vs el año pasado	-9.4%	8%																												
% de reducción de la tasa de accidentes de asociados vs el año pasado	14.10%	9%																												
403-10	Las dolencias y enfermedades laborales	142	Información confidencial.	3, 8, 16																										

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN				ODS	SASB	VERIFICADO	
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA						
GRI 404: Formación y educación 2016									
GRI 3: Temas Materiales 2021									
3-3	Gestión de los temas materiales	60							
404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	69							
				México	Centroamérica	Consolidado			
			Asociados capacitados	285,480	42,401	327,881			
			Inversión en capacitación (mdp)	\$39,863,632.20	\$2,248,737.31	\$42,112,369.51			
			Horas de capacitación promedio por asociado						
				México	Centroamérica	Consolidado			
			Mujeres	27.98	3.22	25.06			
			Hombres	30.37	3.40	26.54			
			Total	29.18	3.33	25.76			
404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	69				4, 8, 10		*	
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	73	Asociados evaluados				Se refiere al ejercicio de evaluación de desempeño que concluye oficialmente en el año 2024, el cual corresponde al desempeño de los asociados en el año 2023.	5, 8, 10	
				México	Centroamérica	Consolidado			
			Mujeres	6,012	551	6,563			
			Hombres	6,820	708	7,528			
			Total	12,832	1,259	14,091			

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN					ODS	SASB	VERIFICADO	
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA							
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016										
405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	67, 79, 82, 167, 169, 170		México	Centroamérica	Consolidado	En México contamos con 91 asociadas en TI e Ingeniería y 45 en Centroamérica.	5, 8	CG-MR-330a.1 CG-EC-330a.3	*
			% de representación femenina en el top 10% salarial	47.12%	46.40%	48.00%				
405-2	Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	81						5, 8, 10		*
GRI 406: No discriminación 2016										
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	79, 84, 144						5, 8		
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016										
407-1	Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo							8	FB-FR-310a.2	*
GRI 408: Trabajo infantil 2016										
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	155, 159						8, 16		
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016										
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	155						8		
GRI 410: Prácticas en materia de seguridad 2016										
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	165						16		
GRI 411: Derechos de los pueblos indígenas 2016										
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	165						2		

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN			ODS	SASB	VERIFICADO		
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA						
GRI 413: Comunidades locales 2016									
GRI 3: Temas Materiales 2021									
3-3	Gestión de los temas materiales	60							
413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	55, 87, 97, 98, 101		México	Centroamérica	En México, se tuvo una participación del 11% de nuestros asociados en actividades de voluntariado y 2.80% en Centroamérica.			
			Recursos canalizados (mdp)	\$4,445,925,076.58	\$288,294,373.47	En México, el programa de Seguridad Alimentaria benefició directamente a 729,881 mujeres y a 316,652 menores de edad. En Centroamérica se benefició directamente a 150,217 mujeres.			
			% de recursos canalizados por la compañía	70%	100%	El total de participaciones de voluntariado de Centroamérica únicamente incluye asociados, en Centroamérica no se incluyen externos en los voluntariados.		*	
			% de recursos canalizados por clientes, socios y proveedores	30%	0%				
			Beneficiarios impactados	1,434,300.72	768,897.00	En México los criterios de voluntariado son distintos.			
			Organizaciones en alianza	133	57	Total de donación canalizada en especie de Centroamérica: 281.82 millones de pesos.			
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos -reales o potenciales- en las comunidades locales	101						1,2	
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016									
GRI 3: Temas Materiales 2021									
3-3	Gestión de los temas materiales	60							
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	159						5, 8, 16	
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	159						5, 8, 16	*
GRI 415: Política pública 2016									
415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	147	Todas las contribuciones políticas están estrictamente prohibidas por nuestra política Anticorrupción.					16	

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN			ODS	SASB	VERIFICADO
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA				
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016							
GRI 3: Temas Materiales 2021							
3-3	Gestión de los temas materiales	60				FB-FR-260a.2	
416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	148, 151, 154				CG-MR-410a.2	*
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	158	Información confidencial.		16		
	Tasa de incumplimiento a la inocuidad alimentaria de alto riesgo	148				FB-FR-250a.1	
	Número de retiros de mercado, número de unidades retiradas, porcentaje de unidades retiradas que son productos de marcas propias		Información confidencial			FB-FR-250a.2	
	Planteamiento del proceso para identificar y administrar productos e ingredientes relacionados con los intereses de nutrición y salud de los consumidores	99, 148				FB-FR-260a.2	
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016							
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	99, 158			12		
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	158			16	FB-FR-270a.1	*
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	158	Información confidencial.		16		
	Cantidad total de pérdidas monetarias como resultado de procedimientos legales asociados con prácticas de marketing y/o etiquetado		En México, para efectos del informe, se considera que una multa es significativa a partir de \$1,000,000.00 MXN (Un millón de pesos mexicanos).			FB-FR-270a.2	
	Ingresos provenientes de productos etiquetados que contienen transgénicos (OMGs) y no transgénicos					FB-FR-270a.3	

ESTÁNDAR GRI	NOMBRE DEL CONTENIDO	UBICACIÓN		ODS	SASB	VERIFICADO
		PÁGINA(S)	URL/RESPUESTA			
	Ingresos provenientes de productos etiquetados y/o comercializados para promover la salud y con atributos nutritivos				FB-FR-260a.1	
Seguridad de la información						
	Descripción del enfoque para identificar y abordar riesgos a la seguridad de la información	161			FB-FR-230a.2 CG-MR-230a.1 CG-EC-230a.1	
GRI 418: Privacidad del cliente 2016						
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	149	Información confidencial.	16	FB-FR-230a.1 CG-MR-230a.2 CG-EC-230a.2	*
	Número de usuarios cuya información se emplea para propósitos secundarios		Información confidencial.		CG-EC-220a.1	
	Descripción de políticas y prácticas relacionadas con publicidad conductual y privacidad para usuarios				CG-EC-220a.2	
CAPÍTULOS: SUSTENTABILIDAD Y ÉTICA E INTEGRIDAD						
	Planteamiento de la estrategia para gestionar riesgos ambientales y sociales dentro de la cadena de abasto, incluyendo el bienestar animal	112, 133, 159			FB-FR-430a.3	
	Ingresos prevenientes de productos certificados por terceros en cuanto a estándares de sostenibilidad ambiental y/o social	112, 159			FB-FR-430a.1 CG-MR-410a.1	



Glosario

a.

AMITAI: Sistema integral de ética y cumplimiento líder en Latinoamérica.

ADR: American Depositary Receipt.

ANTAD: Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales.

APECI: Acuerdo de Apertura Contra la Inflación y la Carestía.

ASG: Ambiental, Social y Gobierno Corporativo.

Asociados en oficinas: considera a los asociados administrativos.

Asociados en unidades: considera a los asociados en tiendas, clubes y centros de distribución.

b.

BAE: Bodega Aurrera Express.

BMV: Bolsa Mexicana de Valores.

Bodegas y tiendas de descuento: Tiendas de autoservicio austeras que ofrecen mercancía básica, alimentos y artículos para el hogar al mejor precio.

BPAyD: Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución.

c.

CARHCO: Central American Retail Holding Company.

CAM: Centroamérica

Centro de distribución/ cedis: Instalación donde se recibe mercancía de los proveedores y se distribuye a cada tienda.

Cetes: Títulos de crédito al portador emitidos por el Gobierno Federal.

Certificación BRC: Asociación de Minoristas Británicos.

Certificación OEA: Reconocimiento otorgado por las autoridades aduaneras de México a los agentes económicos que participen en el comercio internacional.

CG-MR: *Multiline and Specialty Retailers Distributors* (Distribuidores minoristas multilínea y especializados).

Clubes de precio: Tiendas con membresía, enfocadas en negocios y consumidores que compran a los mejores precios.

CNBV: Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

CO₂eq: Dióxido de carbono equivalente.

Cofepris: Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.

CONAGUA: Comisión Nacional del Agua.

Cross Border Commerce: Información sobre el comercio transfronterizo.

Crowdsourcing: Colaboración de picking y entrega externa.

d.

Despensa a tu casa: Servicio de entrega a domicilio del sitio de Bodega.

Derechos ARC: Estos derechos incluyen el acceso, rectificación, cancelación y oposición respecto al tratamiento de sus datos personales.

e.

EBITDA: Flujo operativo equivalente a la utilidad de operación antes de ingresos financieros, amortización, depreciación e impuestos.

EPRA: *Enterprise Privacy Risk Assessment*.

ERM: Enterprise Risk Management.

E2E: End to end.

f.

FB-FR: Food Retailers and Distributors.

Fintech: Combinación de los términos “finanzas” y “tecnología”. Se utiliza para describir empresas y servicios que utilizan la innovación tecnológica para mejorar y facilitar las actividades financieras.

Flex Pos: Nuestro sistema para administrar el punto de venta.

Fulfillment Center: Instalación logística de menores dimensiones en donde se preparan y envían los pedidos de los clientes a través de plataformas digitales.

g.

GAP: Good Aquaculture Practices.

GEI: Gases de Efecto Invernadero.

GFSI: Global Food Safety Initiative.

GJ: Gigajoule.

GMV: Gross Merchandise Value.

GRI: Global Reporting Initiative.

i. **ISR:** Impuesto sobre la Renta.

IMPI: Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual.

INAPAM: Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores

j. **JIA:** Junta de Inicio de Año.

k. **KPI:** Indicador clave de rendimiento, por sus siglas en inglés.

l. **LED:** Diodo emisor de luz.

n. **NIIF:** Normas Internacionales de Información Financiera.

NIST: Instituto Nacional de Estándares y Tecnología, por sus siglas en inglés.

NOM: Normas Oficiales Mexicanas.

NPS: Net Promoter Score, indicador para medir la lealtad.

Nuestras Marcas: Productos de marcas propias de Walmart de México y Centroamérica.

o. **ODS:** Objetivos de Desarrollo Sostenible.

ONG: Organización no Gubernamental.

OMV: Operador Móvil Virtual.

p. **PAI:** Programa de Asistencia Integral de Walmart.

Pandemia: Enfermedad epidémica que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región.

Partículas PM: Partículas con diámetro aerodinámico menor que 10 micras.

PB: Puntos Base.

PDHA: Product Design Hazard Analysis.

PIB: Producto Interno Bruto.

Picker: Asociado responsable de agrupar los productos solicitados por los clientes.

Piso de venta: Superficie destinada para la venta de mercancía.

Powered by Walmart: Iniciativa que impulsa el uso de mejores prácticas de otros países y mercados donde opera Walmart para aplicarlas en México y Centroamérica.

Precios Bajos Todos los Días / Costos Bajos

Todos los Días: Filosofía permanente de Walmart de México y Centroamérica, orientada a contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias de la región.

Profeco: Procuraduría Federal del Consumidor.

Pymes: Pequeñas y medianas empresas.

r. **Regalías:** Participación en los ingresos o cantidad fija que se paga al propietario de un derecho a cambio del permiso para ejercerlo.

ROIC: Retorno sobre Capital Invertido.

s. **SASB:** Sustainability Accounting Standards Board (SASB por sus siglas en inglés), Junta de Normas de Contabilidad de Sustentabilidad.

Sellers: Vendedores externos dentro del Marketplace.

SICA: Sistema de la Integración Centroamericana.

SENASICA: Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria.

Self-checkout: Estaciones de auto cobro en las tiendas.

SINGREM: Sistema Nacional de Gestión de Residuos de Envases y Medicamentos.



SKU: Los códigos SKU (Stock Keeping Unit), es el número de referencia único de un producto.

SSA: Secretaría de Salud.

Supermercados: Tiendas de autoservicio ubicadas en zonas residenciales.

t.

TCFD: Task Force on Climate-related Financial Disclosures.

TI: Tecnologías de la Información.

T-MEC: Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá.

Total ingresos: Ventas netas más otros ingresos.

TVR: Threat & Vulnerability Risk Assessment.

u.

USDA : Departamento de Agricultura de los Estados Unidos.

v.

Ventas netas: Ingresos provenientes de la venta de mercancía en nuestras unidades.

w.

W2W: Walmart to Walmart.

Walmart: Tiendas de autoservicio que ofrecen el más amplio surtido de mercancía; desde abarrotes y perecederos, hasta ropa y mercancías generales.

Walmex: Clave de pizarra de Wal-Mart de México S.A.B. de C.V.

GRI 2-5

Informe de verificación Limitada



KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Manuel Ávila Camacho 176 P1,
Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11660, Ciudad de México.
Teléfono: +52 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx



Informe de Aseguramiento Limitado de los Profesionales Independientes

Al Consejo de Administración de Nueva Wal-Mart de México, S. de R. L. de C. V.:

Informe sobre Indicadores Clave de Desempeño de Sostenibilidad de Nueva Wal-Mart de México, S. de R. L. de C. V., (en adelante “Walmart”) que se detallan en el Anexo A adjunto al presente informe, y que han sido incluidos en el Informe 2024 de Walmart (“el Reporte”), para el periodo comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024.

Opinión

Hemos realizado un trabajo de aseguramiento limitado sobre si los Indicadores Clave de Desempeño de Sostenibilidad de Walmart, descritos en el Anexo A adjunto a este informe, para el periodo comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024 se han preparado con referencia a los estándares del Global Reporting Initiative (“GRI”) y del Sustainability Accounting Standards Board (“SASB”) (colectivamente, “los Criterios”).

Basados en los procedimientos realizados y en la evidencia obtenida, nada ha llamado nuestra atención que nos haga creer que los Indicadores Clave de Desempeño en Sostenibilidad de Walmart descritos en el Anexo A, adjunto a este informe de aseguramiento para el periodo comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024 no están preparados, en todos sus aspectos materiales, con referencia a los Criterios.

Fundamento de la opinión

Realizamos nuestro trabajo de acuerdo con la Norma Internacional sobre Encargos de Aseguramiento (NIEA) 3000 (Revisada), Encargos de Aseguramiento Distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica, emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB, por sus siglas en inglés). Nuestras responsabilidades bajo esta norma se describen con más detalle en la sección “Nuestras responsabilidades” de nuestro informe.

Hemos cumplido los requisitos de independencia y otros requisitos éticos del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluidas las Normas Internacionales de Independencia) emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para contadores (IESBA, por sus siglas en inglés).

Nuestra firma aplica la Norma Internacional sobre Gestión de la Calidad (ISQM por sus siglas en inglés) 1, Gestión de Calidad para Firmas que Realizan Auditorías o Revisiones de Estados financieros, u otros Encargos de Aseguramiento o Servicios Relacionados, emitida por el IAASB. Esta norma requiere que la firma diseñe, implemente y opere un sistema de gestión de la calidad, incluyendo políticas o procedimientos acerca del cumplimiento de los requerimientos éticos, las normas profesionales y los requerimientos legales y regulatorios, aplicables.

Consideramos que la evidencia que hemos obtenido es una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Restricción de uso

Nuestro informe no debe considerarse adecuado para ser utilizado o considerarse por ninguna parte que desee adquirir derechos frente a nosotros que no sea el Consejo de Administración y el área de Desarrollo Sustentable y Política Pública de Walmart para ningún propósito o en cualquier otro contexto. Cualquier parte que no sean el Consejo de Administración y el área de Desarrollo Sustentable y Política Pública de Walmart que obtenga acceso a nuestro informe o una copia de este y elija confiar en nuestro informe (o cualquier parte de él) lo hará bajo su propio riesgo. En la medida en que lo permita la ley, no aceptamos ni asumimos ninguna responsabilidad y negamos cualquier responsabilidad a cualquier parte que no sea Walmart por nuestro trabajo, por este informe independiente de seguridad limitada o por las conclusiones a las que hemos llegado.

Responsabilidades por los Indicadores Clave de Desempeño de Sostenibilidad

El área de Desarrollo Sustentable y Política Pública de Walmart es responsable de:

- Diseñar, implementar y mantener un control interno pertinente para la preparación de los Indicadores Clave de Desempeño de Sostenibilidad de manera que estén exentos de incorrecciones materiales, ya sea debido a fraude o error;
- Seleccionar o desarrollar criterios adecuados para preparar la Indicadores Clave de Desempeño de Sostenibilidad y referirse o describir adecuadamente los criterios usados;
- Preparar y calcular de manera apropiada los Indicadores Clave de Desempeño de Sostenibilidad con referencia a los Criterios;
- Realizar juicios y estimaciones que sean razonables en las circunstancias;
- Asegurar que las personas involucradas en la preparación y presentación del reporte están apropiadamente capacitadas y sus sistemas de información se actualicen adecuadamente; y
- Garantizar la veracidad de la información puesta a nuestra disposición y relacionada a los parámetros incluidos en la conclusión de este informe.

Asimismo, la Administración de Walmart es responsable de prevenir y detectar fraudes.

Nuestras responsabilidades

Somos responsables de:

- Planificar y realizar el trabajo para obtener una seguridad limitada sobre si los Indicadores Clave de Desempeño de Sostenibilidad están exentos de incorrecciones materiales, ya sea debido a fraude o error;
- Formar una conclusión independiente, con base en los procedimientos que hemos realizado y la evidencia que hemos obtenido; e
- Informar nuestra conclusión al Consejo de Administración de Walmart.

Resumen del trabajo que realizamos como base para nuestra conclusión

Ejercimos nuestro juicio profesional y mantuvimos el escepticismo profesional durante el trabajo. Diseñamos y realizamos nuestros procedimientos para obtener evidencia sobre los Indicadores Clave de Desempeño de Sostenibilidad para proporcionar una base suficiente y adecuada para nuestra conclusión. Nuestros procedimientos seleccionados dependieron de nuestro entendimiento de los Indicadores Clave de Desempeño de Sostenibilidad y otras circunstancias del trabajo, y nuestra consideración de áreas en las que probablemente surjan incorrecciones materiales. Al realizar nuestro trabajo, los procedimientos que realizamos consistieron principalmente en:

“D.R.” © KPMG Cárdenas Dosal, S.C., sociedad civil mexicana y firma miembro de la organización mundial de KPMG de firmas miembros independientes afiliadas a KPMG International Limited, una compañía privada inglesa limitada por garantía. Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción parcial o total sin la autorización expresa y por escrito de KPMG.

Aguascalientes, Agu.
Cancún, Q. Roo.
Ciudad de México.
Ciudad Juárez, Chih.
Culiacán, Sin.
Chihuahua, Chih.

Guadalupe, Jal.
Hermosillo, Son.
León, Gto.
México, B.C.
Monterrey, N.L.
Puebla, Pue.

Querétaro, Qro.
Reynosa, Tamps.
Saltillo, Coah.
San Luis Potosí, S.L.P.
Tijuana, B.C.





- Indagaciones a la gerencia para comprender las metodologías y los datos utilizados en la preparación de los Indicadores Clave de Desempeño de Sostenibilidad;
- Inspección de una selección de documentación soporte;
- procedimientos analíticos;
- recálculos de Indicadores Clave de Desempeño de Sostenibilidad con base en los Criterios aplicables;
- evaluación de la presentación general de los Indicadores Clave de Desempeño de Sostenibilidad para determinar si es consistente con los Criterios aplicables y si se ajusta a nuestro conocimiento y experiencia general con la Compañía.

Los procedimientos aplicados en un trabajo de seguridad limitada difieren en su naturaleza y oportunidad, y su alcance es menor que para un trabajo de seguridad razonable. En consecuencia, el grado de seguridad obtenido en un trabajo de seguridad limitada es sustancialmente menor que el grado de seguridad que se hubiera obtenido si hubiéramos realizado un trabajo de seguridad razonable.

KPMG CÁRDENAS DOSAL, S. C.


Carlos Fernández Galguera
Socio
Ciudad de México, a 26 de marzo de 2025



Los indicadores que fueron sujetos al trabajo de aseguramiento limitado son los siguientes:

Estandar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
	GRI 2-6 b ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales La organización debe: b. describir su cadena de valor, lo que incluye: ii. la cadena de suministro de la organización;			MEX	NUESTRAS MARCAS AUTOSERVICIOS b)Indique el número de proveedores de Nuestras Marcas AUTOSERVICIOS MEX
	GRI 2-6 b ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales La organización debe: b. describir su cadena de valor, lo que incluye: ii. la cadena de suministro de la organización;			MEX	c)Indique el porcentaje de proveedores nacionales (regionales de Nuestras Marcas para CAM) AUTOSERVICIOS MEX
	GRI 2-6 b ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales La organización debe: b. describir su cadena de valor, lo que incluye: ii. la cadena de suministro de la organización;			CAM	b)Indique el número de proveedores de Nuestras Marcas CAM
	GRI 2-6 b ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales La organización debe: b. describir su cadena de valor, lo que incluye: ii. la cadena de suministro de la organización;			CAM	c)Indique el porcentaje de proveedores nacionales (regionales de Nuestras Marcas para CAM)
	GRI 2-6 b ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales La organización debe: b. describir su cadena de valor, lo que incluye: ii. la cadena de suministro de la organización;			MEX	a1) Indica el total de proveedores NUEVOS
	GRI 2-6 b ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales La organización debe: b. describir su cadena de valor, lo que incluye: ii. la cadena de suministro de la organización;			MEX	b) Indica el número total de proveedores (RFC's) MEX
	GRI 2-6 b ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales La organización debe: b. describir su cadena de valor, lo que incluye: ii. la cadena de suministro de la organización;			CAM	a1) Indica el total de proveedores NUEVOS
	GRI 2-6 b ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales La organización debe: b. describir su cadena de valor, lo que incluye: ii. la cadena de suministro de la organización;			CAM	b) Indica el número total de proveedores (Números de Identificación Fiscal) CAM
	GRI 2-6 b ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales La organización debe: b. describir su cadena de valor, lo que incluye: ii. la cadena de suministro de la organización;			MEX	Indica el total de proveedores que son PYMES
	GRI 2-6 b ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales La organización debe: b. describir su cadena de valor, lo que incluye: ii. la cadena de suministro de la organización;			MEX	Indica el porcentaje de proveedores que son PYMES
	GRI 2-6 b ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales La organización debe: b. describir su cadena de valor, lo que incluye: ii. la cadena de suministro de la organización;			CAM	Indica el total de proveedores que son PYMES
	GRI 2-6 b ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales La organización debe: b. describir su cadena de valor, lo que incluye: ii. la cadena de suministro de la organización;			CAM	Indica el porcentaje de proveedores que son PYMES
	GRI 2-7 a	Empleados a. Indicar el número total de empleados, y desglosarlo por género y región			MEX	Indica el total de asociados - México



Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
	GRI 2-7 a	Empleados a. Indicar el número total de empleados, y desglosarlo por género y región			CAM	Indica el total de asociados - Centroamérica
	GRI 2-7 a	Empleados a. Indicar el número total de empleados, y desglosarlo por género y región			MEX	a)Indica el número total de asociados MUJERES - México
	GRI 2-7 a	Empleados a. Indicar el número total de empleados, y desglosarlo por género y región			MEX	m) Indica el total de asociados de staff MUJERES - México
	GRI 2-7 a	Empleados a. Indicar el número total de empleados, y desglosarlo por género y región			MEX	a) Indica el número total de asociados HOMBRES - México
	GRI 2-7 a	Empleados a. Indicar el número total de empleados, y desglosarlo por género y región			CAM	a) Indica el número total de asociados HOMBRES - Centroamérica
	GRI 2-7 a	Empleados a. Indicar el número total de empleados, y desglosarlo por género y región			MEX	Indica el número y porcentaje de asociados con nacionalidad extranjera MEX
	GRI 2-7 a	Empleados a. Indicar el número total de empleados, y desglosarlo por género y región			CAM	Indica el número y porcentaje de asociados con nacionalidad extranjera CAM
	GRI 2-7 a	Empleados a. Indicar el número total de empleados, y desglosarlo por género y región			MEX	Indica el número y porcentaje de asociados expatriados MEX
	GRI 2-7 a	Empleados a. Indicar el número total de empleados, y desglosarlo por género y región			CAM	Indica el número y porcentaje de asociados expatriados CAM
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			MEX	Indica el total de asociados de staff - México
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			CAM	Indica el total de asociados de staff - Centroamérica
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			MEX	Indica el total de asociados de operaciones - México
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			CAM	Indica el total de asociados de operaciones - Centroamérica



Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			MEX	o) Indica el total de asociados de operaciones MUJERES - México
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			CAM	a)Indica el número total de asociados MUJERES. - Centroamérica
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			CAM	m) Indica el total de asociados de staff MUJERES. - Centroamérica





Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
GRI 2 Contenidos Generales 2021	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			MEX	c) Indica el total de asociados NO EJECUTIVOS, HOMBRES - México
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			MEX	e) Indica el total de asociados NO EJECUTIVOS, MUJERES - México
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			CAM	a) Indica el total de asociados no ejecutivos - Centroamérica
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			CAM	c) Indica el total de asociados NO EJECUTIVOS, HOMBRES - Centroamérica
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			CAM	e) Indica el total de asociados NO EJECUTIVOS, MUJERES - Centroamérica
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			MEX	a) Indica el total de asociados permanentes - México



Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			CAM	a) Indica el total de asociados permanentes - Centroamérica
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			MEX	a) Indica el número total de asociados EVENTUALES - México
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			CAM	a) Indica el número total de asociados EVENTUALES - Centroamérica
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			MEX	a) Indica la antigüedad media de los asociados en la empresa (dato total en años) - México
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			CAM	a) Indica la antigüedad media de los asociados en la empresa (dato total en años) - CAM
	GRI 2-7 b	Empleados b. Indicar el número total de: i. empleados fijos, y desglosarlo por género y región; ii. empleados temporales, y desglosarlo por género y región; iii. empleados por horas no garantizadas, y desglosarlo por género y región; iv. empleados a tiempo completo, y desglosarlo por género y región; v. empleados a tiempo parcial, y desglosarlo por género y región			MEXCAM	a) Indica la antigüedad media de los asociados en la empresa (dato total en años) - MEXCAM
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			MEX	Indique el NPS Walmart Omnicanal (MEX)





Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			MEX	Indique el NPS de Mi Bodega Omnicanal
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			MEX	Indique la diferencia con respecto al año anterior en el NPS Mi Bodega Omnicanal (pb)
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			MEX	Indique el NPS de Bodega Aurrera Omnicanal
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			MEX	Indique la diferencia con respecto al año anterior en el NPS de Bodega Aurrera Omnicanal (pb)
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			CAM	Indique el NPS Total Omnicanal
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			CAM	Indique la diferencia con respecto al año anterior en el NPS Total Omnicanal
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			CAM	Indique el NPS de PALI / DESPENSA FAMILIAR Omnicanal
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			CAM	Indique la diferencia con respecto al año anterior en el NPS de PALI / DESPENSA FAMILIAR Omnicanal
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			CAM	Indique el NPS de MÁS X MENOS / SUPERPAIZ / DESPENSA DE DON JUAN / LA UNIÓN Omnicanal





Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			CAM	Indique la diferencia con respecto al año anterior en el NPS de MÁS X MENOS / SUPERPAIZ / DESPENSA DE DON JUAN / LA UNIÓN Omnicanal
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			CAM	Indique el NPS Total de WALMART Omnicanal
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			CAM	Indique la diferencia con respecto al año anterior en el NPS de WALMART Omnicanal
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			CAM	Indique el NPS de MAXI PALI / MAXI DESPENSA Omnicanal
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			CAM	Indique la diferencia con respecto al año anterior en el NPS de MAXI PALI / MAXI DESPENSA Omnicanal
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			MEX	Número de encuestas de satisfacción realizadas (contestadas) (MEX)
	GRI 2-29 a iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés La organización debe: a. describir su enfoque para contar con la participación de los grupos de interés, incluido: iii. cómo la organización busca asegurar que la participación de los grupos de interés resulte provechosa.			CAM	Número de encuestas de satisfacción realizadas (contestadas) (CAM)
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	GRI 203-2 a	Impactos económicos indirectos significativos La organización informante debe presentar la siguiente información: a. Ejemplos de impactos económicos indirectos significativos (positivos y negativos) identificados por la organización.			MEX	Indica el número total de nuevos empleos generados - México
	GRI 203-2 a	Impactos económicos indirectos significativos La organización informante debe presentar la siguiente información: a. Ejemplos de impactos económicos indirectos significativos (positivos y negativos) identificados por la organización.			CAM	Indica el número total de nuevos empleos generados - Centroamérica
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	TIERRA FÉRTIL - CAM a)Indique el número de pequeños agricultores beneficiados en el programa
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	b)Indique el número de familias beneficiadas
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	f) Indica el número de empleos directos actuales
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	k) Indica las Compras a los productores del programa "Tierra Fértil" (USD)
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	UNA MANO PARA CRECER. - CAM c)Indique el número de proveedores (PyMEs) beneficiados en el programa.



Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	f) Indica el número de empleos directos actuales
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	l) Indique las ventas del programa Una Mano para Crecer (USD)
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	l) Indique el porcentaje de incremento de las ventas del programa Una Mano para Crecer vs año pasado.
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	El alcance del objetivo del programa UNA MANO PARA CRECER
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	ADOPTA UNA PYME - MEX Total de proveedores participantes en la generación en curso
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	Indique las ventas en el año en mdp del programa Adopta una PyME
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			MEX	WMSO1-Indica el porcentaje de mercancías vendidas que se compran en el país/región MEX
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			CAM	WMSO1-Indica el porcentaje de mercancías vendidas que se compran en el país/región CAM
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			MEX	COMPRA DIRECTA Indique el porcentaje del presupuesto de compra destinado a proveedores locales donde se desarrollan las actividades de la empresa. MEX
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			CAM	COMPRA DIRECTA Indique el porcentaje del presupuesto de compra destinado a proveedores locales donde se desarrollan las actividades de la empresa. CAM
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			MEX	d)Indique el porcentaje de venta de proveedores nacionales (regionales de Nuestras Marcas para CAM) AUTOSERVICIOS MEX
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			MEX	e)Indique el porcentaje de venta que representa Nuestras Marcas AUTOSERVICIOS MEX





Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			CAM	d)Indique el porcentaje de venta de proveedores nacionales (regionales de Nuestras Marcas para CAM)
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			CAM	e)Indique el porcentaje de venta que representa Nuestras Marcas CAM
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			MEX	FRUTAS Y VERDURAS a)Indique el porcentaje de compra a proveedores nacional /regional MEX
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			MEX	b)Indique el porcentaje de compra de producto nacional /regional MEX
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			MEX	c)Indique el porcentaje de compra directa al productor MEX
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			CAM	FRUTAS Y VERDURAS a)Indique el porcentaje de compra a proveedores (nacional /regional CAM)
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			CAM	b)Indique el porcentaje de compra de producto (nacional /regional CAM)
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			CAM	c)Indique el porcentaje de compra directa al productor CAM



Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
	GRI 204-1 a	Proporción de gasto en proveedores locales La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas que se emplea en proveedores de la localidad de la operación (como el porcentaje de productos y servicios que se compra en el ámbito local).			CAM	Total de toneladas PT producidas de integrado de pollo y huevo CAM
GRI 301: Materiales 2016	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			CAM	Indica el total de materiales no renovables utilizados en el empaque de los productos de Nuestras Marcas
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			MEX	Indica el total de materiales no renovables utilizados en el empaque de los productos de Nuestras Marcas (ton). MEX
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			CAM	Indica el total de materiales renovables utilizados en el empaque de los productos de Nuestras Marcas (ton). CAM
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			MEX	Indica el total de materiales renovables utilizados en el empaque de los productos de Nuestras Marcas (ton). MEX
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			CAM	Indica el total de materiales utilizados para ofrecer los servicios de la compañía (ton) CAM
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			MEX	Indica el total de materiales utilizados para ofrecer los servicios de la compañía (ton) MEX
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			CAM	a7) Indica el consumo total de químicos para limpieza (ton) CAM
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			MEX	a7) Indica el consumo total de químicos para limpieza (ton) MEX
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			CAM	Indica el consumo total de plásticos consumibles CAM
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			MEX	Indica el consumo total de plásticos consumibles MEX
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			CAM	Indica el consumo total de plásticos marketing CAM
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			MEX	Indica el consumo total de plásticos marketing MEX
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			MEX	Indica el consumo total de Plásticos Material POP (Walmart Connect) MEX
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			MEX	a9) Tintas y Toners MEX
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			CAM	Indica el consumo total de papel y cartón - consumibles CAM
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			MEX	Indica el consumo total de papel y cartón - consumibles MEX
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			CAM	Indica el consumo total de papel y cartón - marketing CAM
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			MEX	Indica el consumo total de papel y cartón - marketing MEX
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			MEX	Indica el consumo total de madera
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			CAM	d) Indica el total de residuos recuperados del total de programas posconsumo CAM
	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen			MEX	d) Indica el total de residuos recuperados del total de programas posconsumo MEX
	GRI 301-2	Insumos reciclados utilizados			CAM	a) Indica el % de empaques de los productos de Nuestras Marcas que son reciclables CAM
	GRI 301-2	Insumos reciclados utilizados			MEX	a) Indica el % de empaques de los productos de Nuestras Marcas que son reciclables MEX
	GRI 301-2	Insumos reciclados utilizados			CAM	b) Indica el % de empaques de los productos de Nuestras Marcas que son reutilizables CAM
	GRI 301-2	Insumos reciclados utilizados			MEX	b) Indica el % de empaques de los productos de Nuestras Marcas que son reutilizables MEX
	GRI 301-2	Insumos reciclados utilizados			CAM	c) Indica el % de empaques de los productos de Nuestras Marcas que son compostables CAM
	GRI 301-2	Insumos reciclados utilizados			MEX	c) Indica el % de empaques de los productos de Nuestras Marcas que son compostables MEX
	GRI 301-2	Insumos reciclados utilizados			CAM	d) Indica el % de material reciclado posconsumo en los empaques de los productos de Nuestras Marcas CAM





Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
	GRI 301-2	Insumos reciclados utilizados			MEX	d) Indica el % de material reciclado posconsumo en los empaques de los productos de Nuestras Marcas MEX
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables Gestión de la energía (1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	MEX	Indica el consumo total de energía eléctrica renovable (GJ) MEX
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización			MEX	Indica el porcentaje de consumo total de energía eléctrica renovable (%) MEX
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables Gestión de la energía (1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	CAM	Indica el consumo total de energía eléctrica renovable (GJ) CAM
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización			CAM	Indica el porcentaje de consumo total de energía eléctrica renovable (%) CAM
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables Gestión de la energía (1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	MEXCAM	Indica el consumo total de energía eléctrica renovable (GJ) MEX + CAM
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización			MEXCAM	Indica el porcentaje de consumo total de energía eléctrica renovable (%)MEX + CAM
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables Gestión de la energía (1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	MEX	a) Indica el consumo total de energía eléctrica renovable comprada (GJ) MEX
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables Gestión de la energía (1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	CAM	a) Indica el consumo total de energía eléctrica renovable comprada (GJ) CAM
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables Gestión de la energía (1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	MEX	b) Indica el consumo total de energía eléctrica renovable generada (GJ) MEX



Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
GRI 302: Energía 2016	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables Gestión de la energía (1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	CAM	b) Indica el consumo total de energía eléctrica renovable generada (GJ) CAM
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización			MEX	a) Indica el consumo total de energía hidroeléctrica (GJ) MEX
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables Gestión de la energía (1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	CAM	a) Indica el consumo total de energía hidroeléctrica (GJ) CAM
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización			MEX	b) Indica el consumo total de energía eléctrica solar (GJ) MEX
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables Gestión de la energía (1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	CAM	b) Indica el consumo total de energía eléctrica solar (GJ) CAM
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización			MEX	c) Indica el consumo total de energía eléctrica edílica (GJ) MEX
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables Gestión de la energía (1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	MEX	c) Indica el consumo total de energía eléctrica edílica (GJ) MEX
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización			MEX	





Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables Gestión de la energía (1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	CAM	c) Indica el consumo total de energía eléctrica eólica (GJ) CAM
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables Gestión de la energía (1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	MEX	Indica el consumo total de energía eléctrica no renovable (GJ) MEX
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización			MEX	Indica el porcentaje de consumo total de energía eléctrica no renovable (%) MEX
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables Gestión de la energía (1) Energía operativa consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	CAM	Indica el consumo total de energía eléctrica no renovable (GJ) CAM
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización			CAM	Indica el porcentaje de consumo total de energía eléctrica no renovable (%) CAM
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización			MEX	a) Indica el porcentaje total de reducción o incremento de consumo de energía con respecto al año pasado (%) MEX
	GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la organización			CAM	a) Indica el porcentaje total de reducción o incremento de consumo de energía con respecto al año pasado (%) CAM
	GRI 302-3	Intensidad energética			MEX	a) Indica el ratio de intensidad energética interna (GJ/m2) MEX
	GRI 302-3	Intensidad energética			CAM	a) Indica el ratio de intensidad energética interna (GJ/m2) CAM
	GRI 302-3	Intensidad energética			MEXCAM	a) Indica el ratio de intensidad energética interna (GJ/m2) MEX + CAM
	GRI 302-4	Reducción del consumo energético			MEX	Indica la reducción total de consumo energético lograda por las iniciativas de conservación y eficiencia (GJ) MEX
	GRI 302-4	Reducción del consumo energético			CAM	Indica la reducción total de consumo energético lograda por las iniciativas de conservación y eficiencia (GJ) CAM
	GRI 302-4	Reducción del consumo energético			MEX	a) Indica el total de reducción o incremento de consumo de energía con respecto al año pasado (GJ) MEX
	GRI 302-4	Reducción del consumo energético			CAM	a) Indica el total de reducción o incremento de consumo de energía con respecto al año pasado (GJ) CAM
	GRI 302-4	Reducción del consumo energético			MEXCAM	a) Indica el porcentaje total de reducción o incremento de consumo de energía con respecto al año pasado (%) MEXCAM
	GRI 303-2	Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua			MEX	Indica el número de plantas de tratamiento de agua actuales (MEX)
	GRI 303-2	Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua			CAM	Indica el número de plantas de tratamiento de agua actuales (CAM)
	GRI 303-3	Extracción de agua	CG-EC-130a.2	Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de agua extraída, (2) total de agua consumida, porcentaje de cada una en regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	MEX	a) Indica la extracción total de agua (m3) (MEX)
	GRI 303-3	Extracción de agua	CG-EC-130a.2	Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de agua extraída, (2) total de agua consumida, porcentaje de cada una en regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	CAM	a) Indica la extracción total de agua (m3) (CAM)



Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
GRI 303: Agua y efluentes 2018	GRI 303-3	Extracción de agua			MEX	Indica la extracción de agua de zonas con estrés hídrico, incluyendo la localización de cada zona, desglose según sea agua dulce u otras aguas y porcentaje (MEX)
	GRI 303-3	Extracción de agua			CAM	Indica la extracción de agua de zonas con estrés hídrico, incluyendo la localización de cada zona, desglose según sea agua dulce u otras aguas y porcentaje (CAM)
	GRI 303-3	Extracción de agua	CG-EC-130a.2	Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de agua extraída, (2) total de agua consumida, porcentaje de cada una en regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	MEX	Indica la intensidad de extracción de agua (m3/m2) (MEX)
	GRI 303-3	Extracción de agua	CG-EC-130a.2	Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de agua extraída, (2) total de agua consumida, porcentaje de cada una en regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	CAM	Indica la intensidad de extracción de agua (m3/m2) (CAM)
	GRI 303-3	Extracción de agua	CG-EC-130a.2	Infraestructura de hardware Gestión de la energía y el agua 1) Total de agua extraída, (2) total de agua consumida, porcentaje de cada una en regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	MEXCAM	Indica la intensidad de extracción de agua (m3/m2) (MEX/CAM)
	GRI 303-3	Extracción de agua			MEX	Indica el porcentaje de reducción o incremento de EXTRACCIÓN de agua vs. el año pasado (MEX)
	GRI 303-3	Extracción de agua			CAM	Indica el porcentaje de reducción o incremento de EXTRACCIÓN de agua vs. el año pasado (CAM)
	GRI 303-3	Extracción de agua			MEXCAM	Indica el porcentaje de reducción o incremento de EXTRACCIÓN de agua vs. el año pasado (MEX/CAM)
	GRI 303-4	Vertido de agua			MEX	a) Indica el total de m3 de aguas residuales vertidas (MEX)
	GRI 303-4	Vertido de agua			CAM	a) Indica el total de m3 de aguas residuales vertidas (CAM)
	GRI 303-4	Vertido de agua			MEX	b) Indica el total de agua vertida por drenaje municipal (MEX)
	GRI 303-4	Vertido de agua			MEX	b) Indica el total de agua vertida por suelo (MEX)
	GRI 303-4	Vertido de agua			MEX	b) Indica el total de agua vertida por terceros (MEX)
	GRI 303-4	Vertido de agua			MEX	b) Indica el total de agua vertida por cuerpos de agua (MEX)
	GRI 303-4	Vertido de agua			CAM	b) Indica el total de agua vertida por drenaje municipal (CAM)
	GRI 303-4	Vertido de agua			CAM	b) Indica el total de agua vertida por suelo (CAM)
	GRI 303-4	Vertido de agua			CAM	b) Indica el total de agua vertida por terceros (CAM)
	GRI 303-4	Vertido de agua			CAM	b) Indica el total de agua vertida por cuerpos de agua (CAM)
	GRI 303-4	Vertido de agua			MEX	d) Desglosa el total de agua vertida con tratamiento Primario. (MEX)
	GRI 303-4	Vertido de agua			MEX	d) Desglosa el total de agua vertida con tratamiento Secundario. (MEX)
	GRI 303-4	Vertido de agua			MEX	d) Desglosa el total de agua vertida con tratamiento Terciario. (MEX)
	GRI 303-4	Vertido de agua			CAM	d) Desglosa el total de agua vertida con tratamiento Primario. (CAM)
	GRI 303-4	Vertido de agua			CAM	d) Desglosa el total de agua vertida con tratamiento Secundario. (CAM)
	GRI 303-4	Vertido de agua			CAM	d) Desglosa el total de agua vertida con tratamiento Terciario. (CAM)
	GRI 303-4	Vertido de agua			MEX	e) Indica el vertido total de agua en zonas de estrés hídrico (m3)
	GRI 303-4	Vertido de agua			CAM	e) Indica el vertido total de agua en zonas de estrés hídrico (m3)
	GRI 303-4	Vertido de agua			MEX	Indica el total de agua reutilizada (m3) (MEX)
	GRI 303-4	Vertido de agua			CAM	Indica el total de agua reutilizada (m3) (CAM)
	GRI 303-4	Vertido de agua			MEX	Indica el total de agua residual tratada (m3) (MEX)
	GRI 303-4	Vertido de agua			CAM	Indica el total de agua residual tratada (m3) (CAM)
	GRI 303-5	Consumo de agua			MEX	a) Indica el consumo total de agua (m3) (MEX)
	GRI 303-5	Consumo de agua			CAM	a) Indica el consumo total de agua (m3) (CAM)
	GRI 303-5	Consumo de agua			MEX	b) Indica el consumo total de agua de zonas con estrés hídrico (m3) (MEX)
	GRI 303-5	Consumo de agua			CAM	b) Indica el consumo total de agua de zonas con estrés hídrico (m3) (CAM)
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	Indica el total de kilómetros recorridos por la distribución de productos MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	Indica el total de kilómetros recorridos por la distribución de productos CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	EFICIENCIA LOGÍSTICA - BACKHAUL a) Indica los kilómetros no recorridos MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	b) Indica las emisiones de CO2 evitadas (tonCO2eq) MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	c) Indica el total de viajes evitados MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	d) Indica los litros de combustible evitados MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	EFICIENCIA LOGÍSTICA - BACKHAUL a) Indica los kilómetros no recorridos CAM





Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	b) Indica las emisiones de CO2 evitadas (tonCO2eq) CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	c) Indica el total de viajes evitados CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	d) Indica los litros de combustible evitados CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	c) Indica el total de viajes evitados MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	d) Indica los litros de combustible evitados MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	c) Indica el total de viajes evitados CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	d) Indica los litros de combustible evitados CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	Indica el total de emisiones GEI en toneladas métricas de CO2 MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	Indica el total de emisiones GEI en toneladas métricas de CO2 CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	Indica el total de flota eléctrica propia que opero en el año MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	Indica el total de electrolineras que operaron en el año CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	Indica el total de flota eléctrica propia que opero en el año CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	Indica el total de electrolineras que operaron en el año CAM
	GRI 305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	Emisiones atmosféricas por la refrigeración Emisiones mundiales brutas de alcance 1 procedentes de refrigerantes Tasa media de emisiones de refrigerantes	MEX	EMISIONES DE ALCANCE 1 a) Indica el total de las emisiones directas de GEI (alcance 1) en toneladas métricas de CO2 equivalente. MEX
	GRI 305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	Emisiones atmosféricas por la refrigeración Emisiones mundiales brutas de alcance 1 procedentes de refrigerantes Tasa media de emisiones de refrigerantes	CAM	a) Indica el total de las emisiones directas de GEI (alcance 1) en toneladas métricas de CO2 equivalente. CAM
	GRI 305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	Emisiones atmosféricas por la refrigeración Emisiones mundiales brutas de alcance 1 procedentes de refrigerantes Tasa media de emisiones de refrigerantes	MEX	c) Indica el total de consumo de Gases Refrigerantes (ton) MEX
	GRI 305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	Emisiones atmosféricas por la refrigeración Emisiones mundiales brutas de alcance 1 procedentes de refrigerantes Tasa media de emisiones de refrigerantes	CAM	c) Indica el total de consumo de Gases Refrigerantes (ton) CAM
	GRI 305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	Emisiones atmosféricas por la refrigeración Emisiones mundiales brutas de alcance 1 procedentes de refrigerantes Tasa media de emisiones de refrigerantes	MEX	Indica el total de emisiones generadas por el consumo de combustibles alcance 1 MEX
	GRI 305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	Emisiones atmosféricas por la refrigeración Emisiones mundiales brutas de alcance 1 procedentes de refrigerantes Tasa media de emisiones de refrigerantes	CAM	Indica el total de emisiones generadas por el consumo de combustibles alcance 1 CAM
	GRI 305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)			MEX	EMISIONES DE ALCANCE 2 (Market Based) a) Indica el total de las emisiones indirectas de GEI (alcance 2) en toneladas métricas de CO2 equivalente MEX
	GRI 305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)			CAM	a) Indica el total de las emisiones indirectas de GEI (alcance 2) en toneladas métricas de CO2 equivalente CAM (Market based)
	GRI 305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)			MEX	EMISIONES DE ALCANCE 2 (Location Based) a) Indica el total de las emisiones indirectas de GEI (alcance 2) en toneladas métricas de CO2 equivalente MEX
	GRI 305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)			CAM	a) Indica el total de las emisiones indirectas de GEI (alcance 2) en toneladas métricas de CO2 equivalente CAM (Location Based)
	GRI 305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	Gestión del combustible de la flota Embalaje y distribución del producto Huella total de gases de efecto invernadero (GEI) de los envíos de productos	MEX	EMISIONES DE ALCANCE 3 a) Indica el total de emisiones de GEI (alcance 3) en toneladas métricas de CO2 equivalente MEX
	GRI 305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	Gestión del combustible de la flota Embalaje y distribución del producto Huella total de gases de efecto invernadero (GEI) de los envíos de productos	CAM	a) Indica el total de emisiones de GEI (alcance 3) en toneladas métricas de CO2 equivalente CAM
	GRI 305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	Gestión del combustible de la flota Embalaje y distribución del producto Huella total de gases de efecto invernadero (GEI) de los envíos de productos	MEX	Indicate the next Scope 3 data about the 15 categories
	GRI 305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	Gestión del combustible de la flota Embalaje y distribución del producto Huella total de gases de efecto invernadero (GEI) de los envíos de productos	CAM	Indicate the next Scope 3 data about the 15 categories
	GRI 305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	Gestión del combustible de la flota Embalaje y distribución del producto Huella total de gases de efecto invernadero (GEI) de los envíos de productos		



Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
GRI 305: Emisiones 2016	GRI 305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	Gestión del combustible de la flota Embalaje y distribución del producto Huella total de gases de efecto invernadero (GEI) de los envíos de productos	MEX	Indica el total de emisiones de CO2e generadas por la distribución de productos MEX
	GRI 305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	Gestión del combustible de la flota Embalaje y distribución del producto Huella total de gases de efecto invernadero (GEI) de los envíos de productos	CAM	Indica el total de emisiones de CO2e generadas por la distribución de productos CAM
	GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI			MEX	INTENSIDAD DE EMISIONES GEI a) Indica el ratio de intensidad de emisiones totales de GEI (ton/m2) MEX
	GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI			CAM	a) Indica el ratio de intensidad de emisiones totales de GEI (ton/m2) CAM
	GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI			MEXCAM	a) Indica el ratio de intensidad de emisiones totales de GEI (ton/m2) MEXCAM
	GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI			MEX	b) Indica la intensidad de emisiones de alcance 1 (ton/m2) MEX
	GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI			CAM	b) Indica la intensidad de emisiones de alcance 1 (ton/m2) CAM
	GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI			MEXCAM	b) Indica la intensidad de emisiones de alcance 1 (ton/m2) MEXCAM
	GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI			MEX	c) Indica la intensidad de emisiones de alcance 2 (ton/m2) MEX
	GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI			CAM	c) Indica la intensidad de emisiones de alcance 2 (ton/m2) CAM
	GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI			MEXCAM	c) Indica la intensidad de emisiones de alcance 2 (ton/m2) MEXCAM
	GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI			MEX	d) Indica la intensidad de emisiones de alcance 2 (ton/m2) MEX
	GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI			CAM	d) Indica la intensidad de emisiones de alcance 2 (ton/m2) CAM
	GRI 305-4	Intensidad de las emisiones de GEI			MEXCAM	d) Indica la intensidad de emisiones de alcance 2 (ton/m2) MEXCAM
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	MEX	EFICIENCIA LOGÍSTICA - LOGÍSTICA INVERSA a) Indica los kilómetros no recorridos MEX
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	MEX	b) Indica las emisiones de CO2 evitadas (tonCO2eq) MEX
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	CAM	EFICIENCIA LOGÍSTICA - LOGÍSTICA INVERSA a) Indica los kilómetros no recorridos CAM
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	CAM	b) Indica las emisiones de CO2 evitadas (tonCO2eq) CAM
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	MEX	a) Indica la disminución/ incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs el año anterior (%) MEX Alcance 1
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	MEX	a) Indica la disminución/ incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs el año anterior (%) MEX Alcance 2
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	MEX	a) Indica la disminución/ incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs el año anterior (%) MEX Alcance 3
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	MEX	a) Indica la disminución/ incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs el año anterior (%) MEX Total
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	CAM	a) Indica la disminución/ incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs el año anterior (%) CAM Alcance 1
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	CAM	a) Indica la disminución/ incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs el año anterior (%) CAM Alcance 2
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	CAM	a) Indica la disminución/ incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs el año anterior (%) CAM Alcance 3
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	CAM	a) Indica la disminución/ incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs el año anterior (%) CAM Total
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	MEXCAM	a) Indica la disminución/ incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs el año anterior (%) MEX + CAM Alcance 1
	GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	MEXCAM	a) Indica la disminución/ incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs el año anterior (%) MEX + CAM Alcance 2



Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
GRI 305-5	Reducción de las emisiones de GEI		CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	MEXCAM	a) Indica la disminución/ incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs el año anterior (%) MEX + CAM Alcance 3
	Reducción de las emisiones de GEI		CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	MEXCAM	a) Indica la disminución/ incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs el año anterior (%) MEX + CAM Total
	Reducción de las emisiones de GEI		CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	MEX	b) Indica la disminución/incremento en intensidad de emisiones GEI Alcance 1 & 2 (ton/ m2) vs el año anterior (%) MEX
	Reducción de las emisiones de GEI		CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	CAM	b) Indica la disminución/incremento en intensidad de emisiones GEI Alcance 1 & 2 (ton/ m2) vs el año anterior (%) CAM
	Reducción de las emisiones de GEI		CG-EC-410a.2	Embalaje y distribución del producto Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	MEXCAM	b) Indica la disminución/incremento en intensidad de emisiones GEI Alcance 1 & 2 (ton/ m2) vs el año anterior (%) MEX + CAM
	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS)		FB-FR-110b.2	Emisiones atmosféricas por la refrigeración Porcentaje de refrigerantes consumidos con unpotencial de agotamiento de la capa de ozono nulo	MEX	Indica el consumo total (ton) de refrigerantes con cero potencial de agotamiento de la capa de ozono MEX
	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS)		FB-FR-110b.2	Emisiones atmosféricas por la refrigeración Porcentaje de refrigerantes consumidos con unpotencial de agotamiento de la capa de ozono nulo	MEX	Indica el consumo en porcentaje de refrigerantes con cero potencial de agotamiento de la capa de ozono MEX
	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS)		FB-FR-110b.2	Emisiones atmosféricas por la refrigeración Porcentaje de refrigerantes consumidos con unpotencial de agotamiento de la capa de ozono nulo	CAM	Indica el consumo total (ton) y porcentaje de refrigerantes con cero potencial de agotamiento de la capa de ozono CAM
	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS)		FB-FR-110b.2	Emisiones atmosféricas por la refrigeración Porcentaje de refrigerantes consumidos con unpotencial de agotamiento de la capa de ozono nulo	CAM	Indica el consumo en porcentaje de refrigerantes con cero potencial de agotamiento de la capa de ozono CAM
GRI 3-3	Gestión de los temas materiales				MEX	Intensidad de Residuos Desviados de Rellenos Sanitarios (Kg/m2) MEX
	Gestión de los temas materiales				MEX	Porcentaje de variación en Intensidad de Residuos Desviados de Rellenos Sanitarios vs año anterior (%) MEX
	Gestión de los temas materiales				MEX	Intensidad de Residuos enviados a Disposición (Kg/m2) MEX
	Gestión de los temas materiales				MEX	Porcentaje de variación en Intensidad de Residuos enviados a Disposición vs año anterior (%) MEX
	Gestión de los temas materiales				MEX	Intensidad de Generación de Residuos (Kg/m2) MEX
	Gestión de los temas materiales				MEX	Porcentaje de variación en Intensidad de Generación de Residuos vs año anterior (%) MEX
	Gestión de los temas materiales				CAM	Intensidad de Residuos Desviados de Rellenos Sanitarios (Kg/m2) CAM
	Gestión de los temas materiales				CAM	Porcentaje de variación en Intensidad de Residuos Desviados de Rellenos Sanitarios vs año anterior (%) CAM
	Gestión de los temas materiales				CAM	Intensidad de Residuos enviados a Disposición (Kg/m2) CAM
	Gestión de los temas materiales				CAM	Porcentaje de variación en Intensidad de Residuos enviados a Disposición vs año anterior (%) CAM
	Gestión de los temas materiales				CAM	Intensidad de Generación de Residuos (Kg/m2) CAM
	Gestión de los temas materiales				CAM	Porcentaje de variación en Intensidad de Generación de Residuos vs año anterior (%) CAM
	Gestión de los temas materiales				MEXCAM	Intensidad de Residuos Desviados de Rellenos Sanitarios (Kg/m2) MEX+CAM
	Gestión de los temas materiales				MEXCAM	Porcentaje de variación en Intensidad de Residuos Desviados de Rellenos Sanitarios vs año anterior (%) MEX+CAM
	Gestión de los temas materiales				MEXCAM	Intensidad de Residuos enviados a Disposición (Kg/m2) MEX+CAM
	Gestión de los temas materiales				MEXCAM	Porcentaje de variación en Intensidad de Residuos enviados a Disposición vs año anterior (%) MEX+CAM
	Gestión de los temas materiales				MEXCAM	Intensidad de Generación de Residuos (Kg/m2) MEX+CAM
	Gestión de los temas materiales				MEXCAM	Porcentaje de variación en Intensidad de Generación de Residuos vs año anterior (%) MEX+CAM
	Gestión de los temas materiales				CAM	Indica el total de espacio liberado de relleno sanitario por la valorización de residuos peligrosos y no peligrosos (m3) CAM
	Gestión de los temas materiales				MEX	Indica el total de espacio liberado de relleno sanitario por la valorización de residuos peligrosos y no peligrosos (m3) MEX
	Gestión de los temas materiales				MEX	Total de residuos de alimentos no desviados de relleno sanitario (ton) (MEX)



Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
GRI 306: Residuos 2020	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	Intensidad de residuos de alimentos no desviados de relleno sanitario (ton/ventas de alimentos en millones) (MEX)
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	Indica el total de unidades con programas de recuperación de residuos (logística inversa) CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	Indica el total de unidades con programas de recuperación de residuos (logística inversa) MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	Indica el alcance a la meta Cero Residuos al 2025 (%) CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	Indica el alcance a la meta Cero Residuos al 2025 (%) MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	Indica el total de tarifas restauradas
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	Indica el alcance a la meta: reducir 50% los residuos de alimentos (%) MEX
	GRI 306-2	Residuos por tipo y método de eliminación			MEX	Total de piezas vendidas con el programa Imperfectas pero Buenas (MEX)
	GRI 306-2	Residuos por tipo y método de eliminación			MEX	Total de kilogramos vendidos con el programa Imperfectas pero Buenas (MEX)
	GRI 306-2	Residuos por tipo y método de eliminación			MEX	Total de tiendas participantes en el programa (MEX)
	GRI 306-3	Derrames significativos			CAM	a) Indica el número y el volumen total de los derrames significativos (m3) CAM
	GRI 306-3	Derrames significativos			MEX	a) Indica el número total de los derrames significativos (m3) MEX
	GRI 306-3	Derrames significativos			MEX	a) Indica el volumen total de los derrames significativos (m3) MEX
	GRI 306-3	Derrames significativos			CAM	Indica el total de residuos generados por la compañía (ton) CAM
	GRI 306-3	Derrames significativos			MEX	Indica el total de residuos generados por la compañía (ton) MEX
	GRI 306-3	Derrames significativos			CAM	Indica el total residuos peligrosos generados por la compañía (ton) CAM
	GRI 306-3	Derrames significativos			MEX	Indica el total residuos peligrosos generados por la compañía (ton) MEX
	GRI 306-3	Derrames significativos			CAM	Indica el total residuos no peligrosos orgánicos generados por la compañía (ton) CAM
	GRI 306-3	Derrames significativos			MEX	Indica el total residuos no peligrosos orgánicos generados por la compañía (ton) MEX
	GRI 306-3	Derrames significativos			CAM	Indica el total residuos no peligrosos inorgánicos generados por la compañía (ton) CAM
	GRI 306-3	Derrames significativos			MEX	Indica el total residuos no peligrosos inorgánicos generados por la compañía (ton) MEX
	GRI 306-3	Derrames significativos			CAM	Indica el total de residuos sanitarios generados por la compañía (ton) CAM
	GRI 306-3	Derrames significativos			MEX	Indica el total de residuos sanitarios generados por la compañía (ton) MEX
	GRI 306-4	Transporte de residuos peligrosos			CAM	Indica el total de residuos valorizados o desviado de relleno sanitario (ton) CAM
	GRI 306-4	Transporte de residuos peligrosos			MEX	Indica el total de residuos valorizados o desviado de relleno sanitario (ton) MEX
	GRI 306-4	Transporte de residuos peligrosos			CAM	Indica el total (ton) y porcentaje de residuos NO PELIGROSOS ORGÁNICOS, por destino: a) Donado a organizaciones CAM
	GRI 306-4	Transporte de residuos peligrosos			MEX	a) Donado a organizaciones MEX
	GRI 306-4	Transporte de residuos peligrosos			CAM	b) Donado a asociados CAM
	GRI 306-4	Transporte de residuos peligrosos			MEX	b) Donado a asociados MEX
	GRI 306-4	Transporte de residuos peligrosos			MEX	Total de residuos de alimentos desviados de relleno sanitario (ton) (MEX)
	GRI 306-4	Transporte de residuos peligrosos			MEX	Intensidad de residuos de alimentos desviados de relleno sanitario (ton/ ventas de alimentos en millones) (MEX)
	GRI 306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o ecorrientas			CAM	Indica el total de residuos enviados a rellenos sanitarios o incinerados (ton) CAM
	GRI 306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o ecorrientas			MEX	Indica el total de residuos enviados a rellenos sanitarios o incinerados (ton) MEX
GRI 308:	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	CERO DEFORESTACIÓN Indica el volumen (ton) y porcentaje de abastecimiento sustentable de los siguientes commodities: a) Papel, pulpa y madera CAM (Ton)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	a) Papel, pulpa y madera CAM (%)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	a) Papel, pulpa y madera MEX (Ton)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	a) Papel, pulpa y madera MEX (%)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	b) Aceite de palma CAM (Ton)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	b) Aceite de palma CAM (%)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	b) Aceite de palma MEX (Ton)





Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	b) Aceite de palma MEX (%)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	c) Soya MEX (Ton)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	c) Soya MEX (%)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	c) Soya CAM (Ton)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	c) Soya CAM (%)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	d) Carne MEX (Ton)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	d) Carne MEX (%)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	d) Carne CAM (Ton)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	d) Carne CAM (%)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	PRODUCTOS PESQUEROS Indica el volumen (ton) y porcentaje de abastecimiento sustentable de los siguientes commodities:a) Pescados y mariscos frescos y congelados CAM (Ton)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	a) Pescados y mariscos frescos y congelados CAM (%)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	a) Pescados y mariscos frescos y congelados MEX (Ton)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	a) Pescados y mariscos frescos y congelados MEX (%)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	b) Atún enlatado MEX (Ton)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	b) Atún enlatado MEX (%)
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	a) Indica el número total de productos con características de bajo impacto ambiental
	GRI 308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	a) Indica el total de productos textiles con menor impacto ambiental
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEXCAM	a1) Indique la inversión total en capacitación por persona (MEXN anuales/Total Planilla)
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	a1) Indique la inversión total en capacitación por persona Centro américa (USD anuales/Total Planilla)
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	a1) Indique la inversión total en capacitación por persona México (MEXN anuales/Total Planilla)
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	a) Indique la inversión total en capacitación (mdp) - MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	a) Indique la inversión total en capacitación (dlis) - CAM
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			MEX	a) Indica el total de nuevos asociados.- México
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			MEX	b) Indica el total de nuevos asociados, MUJERES - México
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			MEX	d) Indica el total de nuevos asociados, HOMBRES - México
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			CAM	a) Indica el total de nuevos asociados.- CAM
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			CAM	b) Indica el total de nuevos asociados, MUJERES - CAM
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			CAM	d) Indica el total de nuevos asociados, HOMBRES - CAM
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			MEX	a) Indica el total de bajas de asociados - México
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			MEX	b) Indica el total de bajas de asociados, MUJERES - México
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			MEX	d) Indica el total de bajas de asociados, HOMBRES - México
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			CAM	a) Indica el total de bajas de asociados - CAM
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			CAM	b) Indica el total de bajas de asociados, MUJERES - CAM
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			CAM	d) Indica el total de bajas de asociados, HOMBRES - CAM



Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
GRI 401: Empleo 2016	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			MEX	A) Indicate the total employee turnover rate (%) - MEX
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	CG-EC 330a.2 CG-MR-310a.2	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Tasa de reemplazo (1) voluntaria e (2) involuntaria para todos los empleados Prácticas laborales Tasa de rotación (1) voluntaria y (2) involuntaria de los empleados de tienda	MEX	B) Indicate the voluntary employee turnover rate (%) - MEX
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	CG-EC 330a.2 CG-MR-310a.2	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Tasa de reemplazo (1) voluntaria e (2) involuntaria para todos los empleados Prácticas laborales Tasa de rotación (1) voluntaria y (2) involuntaria de los empleados de tienda	MEX	C) Indicate the involuntary employee turnover rate (%) - MEX
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			CAM	A) Indicate the total employee turnover rate (%) - CAM
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	CG-EC 330a.2 CG-MR-310a.2	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Tasa de reemplazo (1) voluntaria e (2) involuntaria para todos los empleados Prácticas laborales Tasa de rotación (1) voluntaria y (2) involuntaria de los empleados de tienda	CAM	B) Indicate the voluntary employee turnover rate (%) - CAM
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	CG-EC 330a.2 CG-MR-310a.2	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Tasa de reemplazo (1) voluntaria e (2) involuntaria para todos los empleados Prácticas laborales Tasa de rotación (1) voluntaria y (2) involuntaria de los empleados de tienda	CAM	C) Indicate the involuntary employee turnover rate (%) - CAM
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal			MEXCAM	A) Indicate the total employee turnover rate (%) - México y Centroamérica
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	CG-EC 330a.2 CG-MR-310a.2	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Tasa de reemplazo (1) voluntaria e (2) involuntaria para todos los empleados Prácticas laborales Tasa de rotación (1) voluntaria y (2) involuntaria de los empleados de tienda	MEXCAM	B) Indicate the voluntary employee turnover rate (%) - México y Centroamérica
	GRI 401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	CG-EC 330a.2 CG-MR-310a.2	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Tasa de reemplazo (1) voluntaria e (2) involuntaria para todos los empleados Prácticas laborales Tasa de rotación (1) voluntaria y (2) involuntaria de los empleados de tienda	MEXCAM	C) Indicate the involuntary employee turnover rate (%) - México y Centroamérica
GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo 2018	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			MEX	INCIDENTES LABORALES f) Indique el total de accidentes registrados por riesgo de trabajo MEX
	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			MEX	j) Indique el total de asociados incapacitados MEX
	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			MEX	k) Indique el total de accidentes de clientes MEX
	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			MEX	r) Indique la tasa de accidentes MEX
	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			CAM	f) Indique el total de accidentes registrados por riesgo de trabajo CAM
	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			CAM	j) Indique el total de asociados incapacitados CAM
	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			CAM	k) Indique el total de accidentes de clientes CAM
	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			CAM	r) Indique la tasa de accidentes CAM
	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			MEX	t) Indica el porcentaje total de reducción de accidentes vs el año pasado MEX
	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			MEX	u) Indica el porcentaje de reducción de la tasa de accidentes de asociados vs el año pasado MEX
	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			MEX	v) Indica el porcentaje de reducción de accidentes de clientes vs el año pasado MEX
	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			CAM	t) Indica el porcentaje total de reducción de accidentes vs el año pasado CAM
	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			CAM	u) Indica el porcentaje de reducción de la tasa de accidentes de asociados vs el año pasado CAM
	GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral			CAM	v) Indica el porcentaje de reducción de accidentes de clientes vs el año pasado CAM
	GRI 404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado			MEXCAM	Indique el promedio de horas de capacitación por asociado - México y Centroamérica
	GRI 404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado			MEX	Indique el promedio de horas de capacitación por asociado - México
	GRI 404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado			CAM	Indique el promedio de horas de capacitación por asociado - Centroamérica
	GRI 404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado			MEXCAM	Indique el promedio de horas de capacitación por asociado Hombre - México y Centroamérica
	GRI 404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado			MEXCAM	Indique el promedio de horas de capacitación por asociada Mujer - México y Centroamérica





Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
GRI 413: Comunidades locales 2016	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			CAM	g) Indique el número de Instituciones colaboradoras por región/estado (CAM)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	Voluntariado Total de participaciones voluntarias (Asociados + Externos)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	Total de participaciones voluntarias de asociados (MEX)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	Porcentaje de participación de asociados sobre el total de la plantilla (MEX)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	Total de jornadas realizadas (MEX)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			CAM	Total de participaciones voluntarias (Asociados + Externos) (CAM)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			CAM	Total de participaciones voluntarias de asociados (CAM)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			CAM	Porcentaje de participación de asociados sobre el total de la plantilla (CAM)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			CAM	Total de jornadas realizadas (CAM)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Total de beneficiarios directos (MEX)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	Total de beneficiarios directos MUJERES (MEX)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	Total de instituciones beneficiadas (Ej: bancos de alimentos) (MEX)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	Total de donación In-Kind canalizada (\$\$\$) (MEX)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	Total de niños menores de edad beneficiados (MEX)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			CAM	Total de beneficiarios directos (CAM)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			CAM	Total de beneficiarios directos MUJERES (CAM)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			CAM	Total de instituciones beneficiadas (Ej: bancos de alimentos) (CAM)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			CAM	Total de donación In-Kind canalizada (\$\$\$) (CAM)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			CAM	Total de niños menores de edad beneficiados (CAM)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	DESASTRES NATURALES Total de inversión canalizada (MEX)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			CAM	Total de inversión canalizada (CAM)
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	PEQUEÑO PRODUCTOR - MEX a) Indica el total de productores beneficiados Hombres
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	a) Indica el total de productores beneficiados Mujeres
	GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	Total Compra (Walmart & Aliados)
GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	% Incremento Promedio de Ingresos de Productores	
GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	Indica el número de nuevos empleos generados	
GRI 413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo			MEX	Indica el total de toneladas comercializadas	
	GRI 414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	Resultados de auditorías MEX a) Indique el total de proveedores con resultado "Green" MEX
	GRI 414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	b) Indique el total de proveedores con resultado "Yellow" MEX



Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
GRI 414: Evaluación Social de los Proveedores 2016	GRI 414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	c)Indique el total de proveedores con resultado "Orange" MEX
	GRI 414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	d)Indique el total de proveedores con resultado"Red" MEX
	GRI 414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			MEX	e)Indique el total de proveedores con resultado "Other" MEX
	GRI 414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	Resultados de auditorías CAM a)Indique el total de proveedores con resultado "Green" CAM
	GRI 414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	b)Indique el total de proveedores con resultado "Yellow" CAM
	GRI 414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	c)Indique el total de proveedores con resultado "Orange" CAM
	GRI 414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	d)Indique el total de proveedores con resultado"Red" CAM
	GRI 414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas			CAM	e)Indique el total de proveedores con resultado "Other" CAM
GRI 3: Temas Materiales 2021	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEXCAM	Indica el monto total de inversión en el ámbito ambiental (MDP) MEXCAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	De la inversión total realizada en el ámbito ambiental, cuál es el monto destinado a las siguientes categorías: a) Energía Renovable MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	b) Eficiencia Energética MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	c) Reducción de Emisiones MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	d) Transportes Sustentables MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	a) Cero Residuos y Economía Circular MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	f) Gestión de Agua MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	g) Conservación y Restauración de Ecosistemas y Biodiversidad MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	De la inversión total realizada en el ámbito ambiental, cuál es el monto destinado a las siguientes categorías: a) Energía Renovable CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	b) Eficiencia Energética CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	c) Reducción de Emisiones CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	d) Transportes Sustentables CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	a) Cero Residuos y Economía Circular CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	f) Gestión de Agua CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	g) Conservación y Restauración de Ecosistemas y Biodiversidad CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	Indica los ahorros obtenidos por la implementación de iniciativas sustentables (MDP) MEX
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			CAM	Indica los ahorros obtenidos por la implementación de iniciativas sustentables (USD) CAM
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales			MEX	f) Indica el total de kg vendidos y desglose por producto
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	MEXCAM	Índice de compromiso (%) - México y Centroamérica
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	MEX	Índice de compromiso (%) - México
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	CAM	Índice de compromiso (%) - Centroamérica
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	MEXCAM	Índice de compromiso (%) Mujer - México y Centroamérica
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	MEX	Índice de compromiso (%) Mujer - México
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	CAM	Índice de compromiso (%) Mujer - Centroamérica
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	MEXCAM	Índice de compromiso (%) Hombre - México y Centroamérica
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	MEX	Índice de compromiso (%) Hombre - México



Estándar GRI	Indicador	Contenido GRI	Indicador	Contenido SASB	Mercado	Indicador verificado
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	CAM	Índice de compromiso (%) Hombre - Centroamérica
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	MEX	Encuesta retroalimenta a tu líder(% Total) - México
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	CAM	Encuesta retroalimenta a tu líder(% Total) - Centroamérica
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	MEXCAM	Participación (%) - México y Centroamérica
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	MEX	Participación (%) - México
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	CAM	Participación (%) - Centroamérica
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	MEXCAM	Participación (%) Mujer - México y Centroamérica
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	MEX	Participación (%) Mujer - México
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	CAM	Participación (%) Mujer - Centroamérica
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	MEXCAM	Participación (%) Hombre - México y Centroamérica
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	MEX	Participación (%) Hombre - México
			CG-EC-330a.1	Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	CAM	Participación (%) Hombre - Centroamérica
			CG-EC-330a.3.2	Porcentaje de representación (1) de género y (2) de grupos de diversidad para (a) la gerencia ejecutiva, (b) la gerencia no ejecutiva, © los empleados técnicos, y (d) todos los demás empleados	MEX	Indica el total y porcentaje de asociadas mujeres en TI e Ingeniería MEX
			CG-EC-330a.3.2	Porcentaje de representación (1) de género y (2) de grupos de diversidad para (a) la gerencia ejecutiva, (b) la gerencia no ejecutiva, © los empleados técnicos, y (d) todos los demás empleados	CAM	Indica el total y porcentaje de asociadas mujeres en TI e Ingeniería CAM





Información para Inversionistas

GRI 2-2, 2-3

Este Informe Anual puede contener ciertas referencias relacionadas con el desempeño futuro de Walmart de México y Centroamérica y que deben considerarse como estimados de buena fe por parte de la compañía dichas referencias reflejan sólo expectativas de su administración y se basan en supuestos e información disponibles en ese momento. Todo lo anterior siempre estará sujeto a eventos futuros, riesgos e imponderables, que podrían afectar los resultados de la compañía.

www.mybnymdr.com
shrrelations@cpushareownerservices.com

Clave de cotización
Bolsa Mexicana de Valores
WALMEX*

Programa Patrocinado de ADR
WMMVY

International OTCQX
Market TIER
WMMVY

Bloomberg
WALMEX* MM
WMMVY US

Reuters
WALMEX.Mx
WMMVY.Pk

Mercado de Cotización
Bolsa Mexicana de Valores

Relación con Inversionistas
Salvador Villaseñor
salvador.villasenor@walmart.com
+52 55 5283 0289

Asuntos Corporativos
Manolo Reynaud
valery.emmanuel.reynaud@walmart.com

ASG
Viridiana Hernández Torija
m.v.hernandez@walmart.com

Programa Patrocinado de ADR
Correspondencia de accionistas:
P.O. Box 20170
College Station, Texas 77842-3170

Correspondencia Inmediata
BNY Mellon Shareowner Services
462 South 4th Street, Suite 1600
Louisville, KY 40202
Número gratuito para llamadas a EE. UU.:
+1 888 269 2377
Llamadas internacionales:
+1 201 680 6825

Oficinas Corporativas
Blvd. M. Ávila Camacho 647
Colonia Periodista
Alcaldía Miguel Hidalgo
C.P. 11220, Ciudad de México

walmartmexico.com
walmex.mx

