

# Nuestro negocio

## ¿QUÉ LOGRAMOS JUNTOS?

Pasar de las transacciones a las relaciones, construimos conexiones significativas que dan solución y generan valor para todos nuestros grupos de interés.

**6 millones**

de **clientes** compran en nuestras tiendas cada día en México y Centroamérica

Nuestra ambición, convertimos en una **Empresa Regenerativa**



Soy María  
Cienta de Walmart

“Busco practicidad,  
buen precio y calidad  
para mi familia”

## MENSAJE DE LA PRESIDENTA DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y DEL PRESIDENTE EJECUTIVO Y DIRECTOR GENERAL



Nos gustaría comenzar este mensaje con un sincero agradecimiento a nuestros asociados, clientes, proveedores y demás grupos de interés.

**Una vez más, en 2022 demostramos que JUNTOS somos más fuertes: continuamos sirviendo a nuestros clientes y socios, y nuestro propósito de ayudar a las personas a ahorrar dinero para que puedan vivir mejor fue más importante que nunca. Este fue, sin duda, un buen año para nosotros.**



Este año también marcó el final de las medidas extraordinarias relacionadas con COVID-19. Durante este periodo, hemos dado prioridad al cuidado de nuestros asociados, clientes y comunidad, así como de nuestras operaciones, sin dejar de ejecutar nuestra estrategia. De nuevo, les damos las gracias a todos, pues sabemos que no fue fácil.

Este periodo de pandemia llegó a su fin, y comenzó otro: el de la inflación. Una vez más, cuidamos de nuestros clientes y socios cumpliendo con **nuestro compromiso de ofrecer Precios Bajos Todos los Días.**

En México, los clientes respondieron a nuestros esfuerzos, lo que se reflejó en un crecimiento de ventas, y por noveno año consecutivo logramos crecer por encima del mercado formal medido por la ANTAD. Siendo sensibles al entorno retador, **ampliamos el diferencial de precios en 100 puntos base**, además de que mejoramos sustancialmente nuestro NPS.

En Centroamérica, mantuvimos la preferencia y lealtad de nuestros clientes y **mejoramos nuestra participación de mercado en autoservicio en 80 puntos base**. Continuamos atendiendo a nuestros clientes de una mejor manera a través de nuestras iniciativas de ganar en descuento, y logramos aumentar la participación de Nuestras Marcas en 200 puntos base. Además, sentamos las bases para el ecosistema omnicanal y triplicamos el tamaño del catálogo en línea; gracias a esto, el NPS aumentó en 400 puntos base.



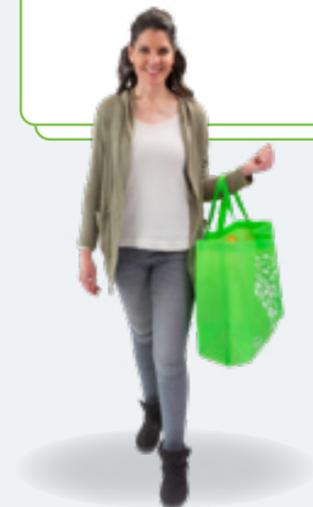
En los últimos años hemos fortalecido nuestra estrategia de negocio, como lo podrán ver a detalle a lo largo de este informe anual, y continuamos enfocados en nuestros tres pilares estratégicos:

- **Ganar en descuento:** somos líderes en precios bajos, con un posicionamiento único gracias a nuestras tiendas de autoservicio, en especial a nuestros formatos de Bodega Aurrera y Palí.
- **Ser líderes omnicanal:** este año, aumentamos la participación de *eCommerce* en las ventas totales a 5.1% e incrementamos 470 puntos base el NPS.
- **Ser el ecosistema preferido:** ofrecemos soluciones y generamos mayor valor para nuestros clientes y sus comunidades. En 2022 tuvimos más de 13 millones de usuarios totales de Bait y Cashi combinados.

Nos apoyamos de cuatro habilitadores para ejecutar y potenciar nuestra estrategia: Centricidad en el cliente, Cadena de suministro, Tecnología y datos, y el Mejor talento. En 2022, nos enfocamos en ofrecer buenos empleos y oportunidad de carrera para nuestros asociados: creamos más de 6,300 nuevos empleos, promovimos a más de 27,700 asociados y aumentamos en 14% nuestro talento con discapacidad.



**Tenemos la ambición de convertirnos en una Empresa Regenerativa para 2040.** Esto significa ir más allá del cumplimiento y hacer lo correcto para tener un impacto socioeconómico y ambiental positivo, al tiempo que se mantienen los más altos estándares de ética e integridad, lo que en consecuencia contribuye a mejorar el bienestar de las personas, las comunidades y el planeta, creando valor compartido para todos nuestros grupos de interés.



**Sabemos que aún tenemos la oportunidad de hacer la vida más fácil a nuestros clientes y socios, por lo que seguiremos transformando, fortaleciendo y expandiendo nuestro negocio en México y Centroamérica.**

*¡Gracias por confiar en nuestra compañía!*



**Guilherme Loureiro**  
Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart de México y Centroamérica



**Judith McKenna**  
Presidenta del Consejo de Administración de Walmart de México y Centroamérica  
Presidenta y CEO de Walmart Internacional



Cifras Relevantes ↗

GANAR EN DESCUENTO



**100 pb**  
ampliación de diferencial de precios a total autoservicio en México

**80 pb**  
aumentó la penetración en ventas de **Nuestras Marcas** en México

**260 pb**  
aumentó la penetración en ventas de **Nuestras Marcas** en Sam's Club

**200 pb**  
aumentó la penetración en ventas de **Nuestras Marcas** en Centroamérica

SER LÍDERES OMNICANAL



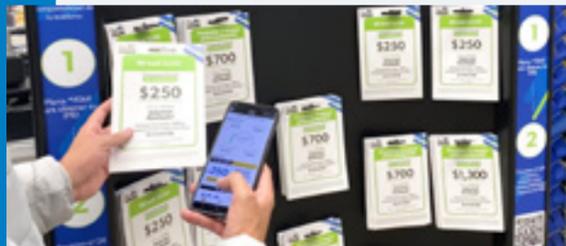
**17%**  
crecimiento en ventas de eCommerce en México

**19%**  
crecimiento GMV en México

**~1,000**  
tiendas con servicio *On Demand* en México

**72%**  
de crecimiento en SKUs de Catálogo Extendido

ECOSISTEMA PREFERIDO



**5.6 millones**  
de usuarios activos en **Bait**

**5.4 millones**  
de usuarios en **Cashi**

**1 millón**  
de clientes cobraron sus remesas en nuestra red

**+4,500**  
anunciantes en **Walmart Connect**

HABILITADORES



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

**+1,500 millones**  
de pesos ahorrados en México con el proyecto *Smart Spending*

**32**  
centros de distribución  
**21** en México  
**11** en Centroamérica

**233,594**  
asociados en la región  
**196,572** en México  
**37,022** en Centroamérica

FINANCIERO



**819,169 millones**  
de pesos en ingresos consolidados  
**11.3% crecimiento**

**11.0%**  
crecimiento de la utilidad neta consolidada

**79,754 millones**  
de pesos de generación de efectivo  
**9.6% crecimiento**

**20.2%**  
Retorno del Capital Invertido (ROIC)

Cifras Relevantes ↗



OPORTUNIDAD

**40,887**

proveedores<sup>1</sup>

**83.49%**

de las mercancías vendidas en Centroamérica se compran en la región  
**89.12% en México**

**27,773**

asociados promovidos,  
55% fueron mujeres<sup>1</sup>

**6,313**

empleos generados<sup>1</sup>



SUSTENTABILIDAD

**77.37%**

de avance en nuestra meta **Cero Residuos**<sup>1</sup>

**475.37**

toneladas de plástico virgen eliminadas en 2022 en México

**100%**

del atún enlatado cuenta con alguna certificación en México

**54.57%**

del consumo de energía proviene de fuentes renovables<sup>1</sup>



COMUNIDAD

**2,491 millones**

de pesos canalizados a través de los programas de impacto social<sup>1</sup>

**1,956,925**

de beneficiarios directos<sup>1</sup>

**38,547.54**

toneladas de alimentos donadas<sup>1</sup>

**117**

bancos de alimentos apoyados<sup>1</sup>



ÉTICA E INTEGRIDAD

**-7.31%**

reducción de accidentes de asociados<sup>1</sup>

**21,051**

horas de capacitación en nuestro Código de Conducta<sup>1</sup>

**36%**

de los miembros del Consejo de Administración son mujeres

**45%**

de los miembros del Consejo de Administración son independientes



DESCARGA NUESTRAS CIFRAS RELEVANTES 2022



1. México y Centroamérica

# NUESTRA ESTRATEGIA

## Prioridades estratégicas y habilitadores para acelerar el crecimiento

### PRIORIDADES ESTRATÉGICAS



**GANAR EN DESCUENTO**

[IR AL CAPÍTULO](#)



**SER LÍDERES OMNICANAL**

[IR AL CAPÍTULO](#)



**ECOSISTEMA PREFERIDO**

[IR AL CAPÍTULO](#)

### HABILITADORES



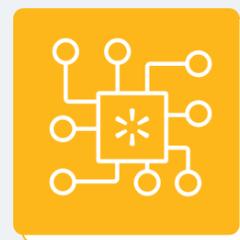
**CENTRICIDAD EN EL CLIENTE**

[IR AL CAPÍTULO](#)



**CADENA DE SUMINISTRO**

[IR AL CAPÍTULO](#)



**TECNOLOGÍA**

[IR AL CAPÍTULO](#)



**MEJOR TALENTO**

[IR AL CAPÍTULO](#)



**Regeneración y confianza**

[IR AL CAPÍTULO](#)

**Precios y costos bajos todos los días**



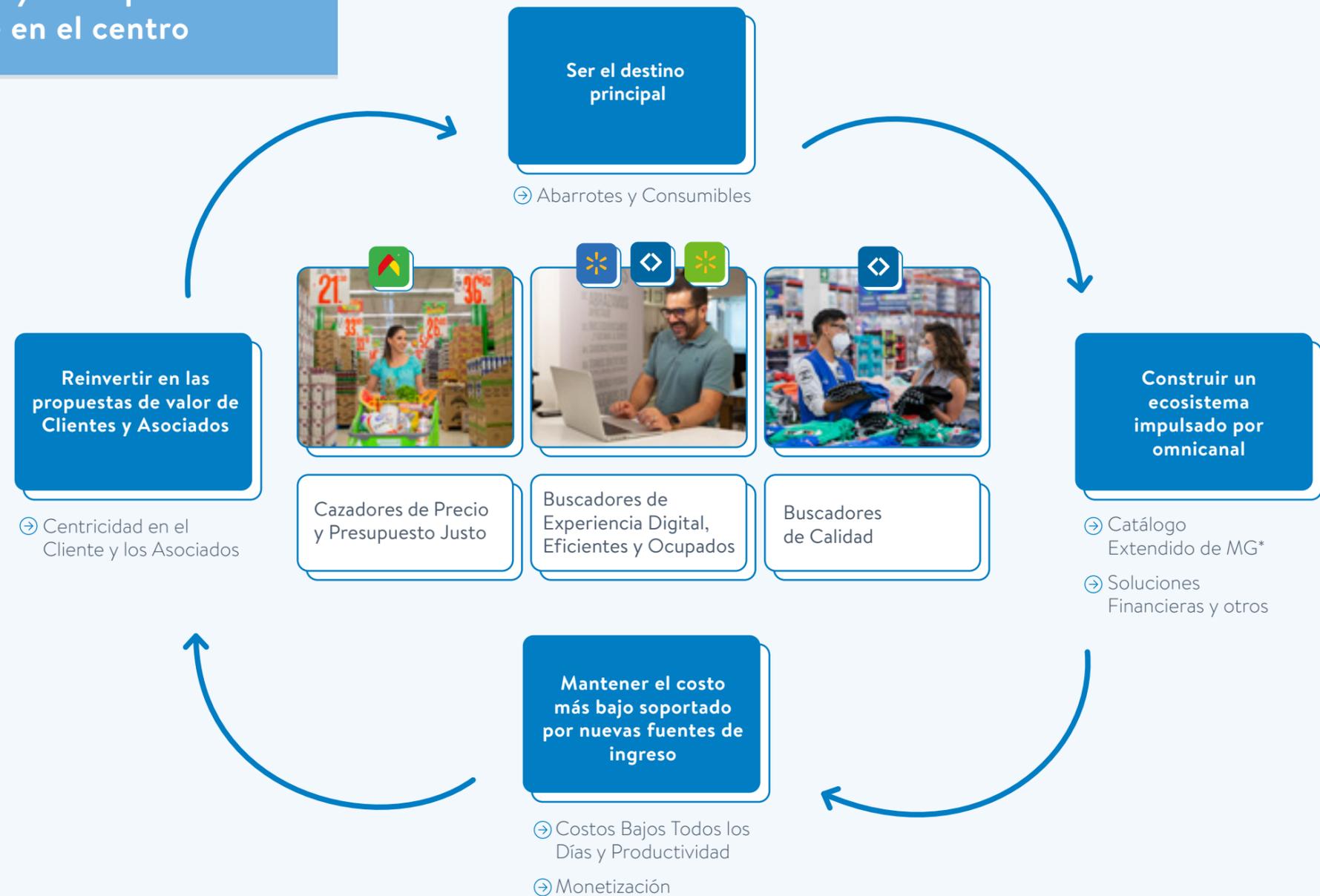
## FLYWHEEL

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.

Nuestra estrategia se resume en este *flywheel* de capacidades y activos que se refuerzan mutuamente



Nuestro *flywheel* pone al cliente en el centro



\*MG: Mercancías Generales

## EMPRESA REGENERATIVA

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



**Doug McMillon**

Presidente y Director  
Ejecutivo de Walmart Inc.



*"Me comprometo a que Walmart se convierta en una Empresa Regenerativa, que coloque a la naturaleza y a la humanidad en el centro de nuestras prácticas de negocio."*

Regenerar significa restaurar, renovar, además de conservar. Significa descarbonizar las operaciones y eliminar los residuos a lo largo de la cadena de productos. Significa fomentar la adopción de prácticas regenerativas en la agricultura, la ordenación forestal y la pesca, al tiempo que promueve la prosperidad y la equidad para los clientes, asociados y personas en todas nuestras cadenas de suministro de productos. Y, trabajando con nuestros proveedores, clientes, ONG y otros, esperamos impulsar la transformación de las cadenas de suministro del mundo para que sean regenerativas".

En 2020, hicimos pública nuestra ambición de convertirnos en una Empresa Regenerativa

## Pilares de Empresa Regenerativa

Somos conscientes del compromiso que tenemos con la sociedad y con el planeta. Convertirnos en una Empresa Regenerativa es el camino más sólido para tomar acciones que permitan **mantener, restaurar, conservar y regenerar** el bienestar de la naturaleza y de la humanidad. Por ello, durante 2022 continuamos con nuestra ambición de convertirnos en una Empresa Regenerativa para 2040, que pone a la naturaleza y a la humanidad en el centro de nuestras decisiones, a través de nuestros cuatro pilares: **oportunidad, sustentabilidad, comunidad y ética e integridad.**

*Somos conscientes del compromiso que tenemos con la sociedad y con el planeta*



### SUSTENTABILIDAD [IR AL CAPÍTULO](#)

Trabajamos en tres prioridades: Cambio Climático, Economía Circular y Capital Natural. Esto nos permite diseñar estrategias y acciones para la **conservación y recuperación** de nuestros ecosistemas y recursos naturales.

### OPORTUNIDAD [IR AL CAPÍTULO](#)

Desarrollamos oportunidades para nuestros asociados y proveedores, con la finalidad de contribuir a **mejorar su calidad de vida.**

SI QUIERES CONOCER MÁS DE **COMO IMPLEMENTAMOS LA ESTRATEGIA DE EMPRESA REGENERATIVA** HAZ CLIC AQUÍ

### ÉTICA E INTEGRIDAD [IR AL CAPÍTULO](#)

Nuestro modelo de operación se basa en la transparencia y la integridad en todo lo que hacemos para **mantener la confianza** con nuestros grupos de interés.

### COMUNIDAD [IR AL CAPÍTULO](#)

Creamos valor en las comunidades en donde operamos a través de programas que les ayuden a prosperar, **brindando acceso** a productos y servicios a los precios más bajos, seguros y de calidad.