Walmart

México y Centroamérica













JUNTOS,

INFORME 2022

todos los días



Walmart
México y Centroamérica

Las necesidades de nuestros clientes y el compromiso de nuestros asociados nos inspiran a hacer la diferencia para brindar soluciones y crear valor a través de nuestro ecosistema. Somos una empresa de gente, sirviendo a la gente, nuestra meta es mejorar la vida de las personas y trabajamos cada día para lograrlo. Tenemos la escala, la estrategia y el talento que impulsan nuestra constante evolución, acelerando el crecimiento y haciendo posible nuestra aspiración de convertirnos una empresa regenerativa.

JUNTOS, todos los días

Ver video

Contenido

Prioridades estratégicas

Habilitadores

NUESTRO NEGOCIO 01/ Mensaje **5** / Cifras Relevantes **8** / Nuestra Estrategia **10** / *Flywheel* **11** / Empresa Regenerativa **12**

GANAR EN DESCUENTO 02/ Precios Bajos **16** / Nuestras Marcas **17** / Surtido Eficiente **18** / Operación de Bajo Costo **19**

SER LÍDERES OMNICANAL 03/ *eCommerce* e Innovaciones **22** / *On Demand* **25** / Catálogo Extendido **27**

SER EL ECOSISTEMA PREFERIDO 04/ El Ecosistema Walmart **31** / Bait **32** / Soluciones Financieras **34** / Walmart Connect **38** / Salud **39**

HABILITADORES 05/ Centricidad en el Cliente **42** / Cadena de Suministro **46** / Tecnología y Datos **50** / Mejor Talento **55**

06/ EMPRESA REGENERATIVA 56

OPORTUNIDAD 07/ Oportunidad de Carrera para nuestros asociados **69** / Diversidad, Equidad e Inclusión **88** / Desarrollo para Proveedores y Economías Locales **96**

SUSTENTABILIDAD 08/ Prioridades 2040 y Avances **107** / Cambio Climático **108** / Economía Circular **114** / Capital Natural **124**

COMUNIDAD 09/ Acceso a Nuestros Clientes **131** / Servir a las Comunidades **133** / Ofrecer Productos y Servicios Seguros y Saludables **134** / Apoyar a las Comunidades Locales **135**

ÉTICA E INTEGRIDAD 10/ Ética y Cumplimiento **143** / Dignidad en Nuestra Cadena de Valor **162** / Gobierno Corporativo **166** / Ciudadanos Digitales **168** / Derechos Humanos **169** / Seguridad de la información **170** / Evaluación de Riesgos **172**

VALOR FINANCIERO 11/ Mensaje del Vicepresidente Senior de Administración y Finanzas **175** / Desempeño **176** / Cifras Relevantes **181** / Creando Valor **182** / Inversiones **183** / Estado de Resultados y Balance General **184**

ANEXOS 12/ Índices, Reconocimientos y Rankings **187,** Informe de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias **189,** Informe de los Auditores Independientes y Estados Financieros Consolidados **192,** Índice GRI - SASB **228,** Informe de Verificación Limitada Independiente **257,** Glosario **289,** Información para Inversionistas **290**



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, convertirnos en una **Empresa Regenerativa**



Soy María
Clienta 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.



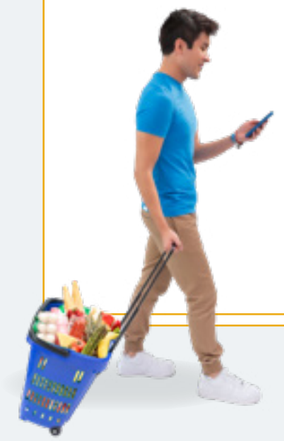


Este año también marcó el final de las medidas extraordinarias relacionadas con COVID-19. Durante este periodo, hemos dado prioridad al cuidado de nuestros asociados, clientes y comunidad, así como de nuestras operaciones, sin dejar de ejecutar nuestra estrategia. De nuevo, les damos las gracias a todos, 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.

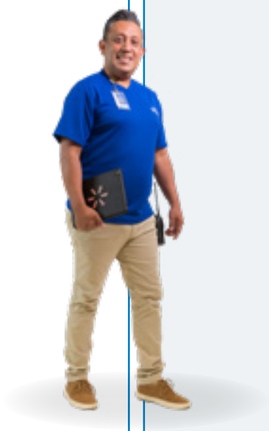
En Centroamérica, mantuvimos la preferencia y lealtad de nuestros clientes y **mejoramos nuestra participación de mercado en autoservicio en 80 puntos base.** Continuamos atendiendo a nuestros clientes de una mejor manera a través de nuestras iniciativas de ganar en descuento, y logramos aumentar la 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

Empresa Regenerativa

OPORTUNIDAD

40,887
proveedores[1]

83.49%
de las mercancías vendidas en Centroamérica se compran en la región
89.12% en México

27,773
asociados promovidos, 55% fueron mujeres[1]

6,313
empleos generados[1]



SUSTENTABILIDAD

77.37%
de avance en nuestra meta **Cero Residuos**[1]

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[1]



COMUNIDAD

2,491 millones
de pesos canalizados a través de los programas de impacto social[1]

1,956,925
de beneficiarios directos[1]

38,547.54
toneladas de alimentos donadas[1]

117
bancos de alimentos apoyados[1]



ÉTICA E INTEGRIDAD

-7.31%
reducción de accidentes de asociados[1]

21,051
horas de capacitación en nuestro Código de Conducta[1]

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 AI CAPÍTULO

CADENA DE SUMINISTRO
IR AL CAPÍTULO

TECNOLOGÍA
IR AL CAPÍTULO

MEJOR TALENTO
IR AL CAPÍTULO

Regeneración y confianza

Precios y costos bajos todos los días

IR AL CAPÍTULO

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

Ser el destino principal

- Abarrotes y Consumibles

Construir un ecosistema impulsado por omnicanal

- Catálogo Extendido de MG*
- Soluciones Financieras y otros

Mantener el costo más bajo soportado por nuevas fuentes de ingreso

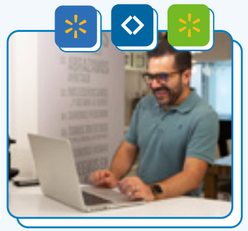
- Costos Bajos Todos los Días y Productividad
- Monetización

Reinvertir en las propuestas de valor de Clientes y Asociados

- Centricidad en el Cliente y los Asociados



Cazadores de Precio y Presupuesto Justo



Buscadores de Experiencia Digital, Eficientes y Ocupados



Buscadores de Calidad

***MG:** Mercancías Generales

EMPRESA REGENERATIVA

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

Walmart México y Centroamérica | EMPRESA REGENERATIVA

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.**



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.**

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.

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.

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

Ganar en Descuento

¿QUÉ LOGRAMOS JUNTOS?

Ayudar a nuestros clientes a ahorrar dinero y tiempo para que puedan vivir mejor. Les damos acceso a productos y servicios a los precios más bajos.

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

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





Soy Andrea
Clienta de Bodega Aurrera

"Cuento con un presupuesto ajustado, aprovecho todas las oportunidades para ahorrar"

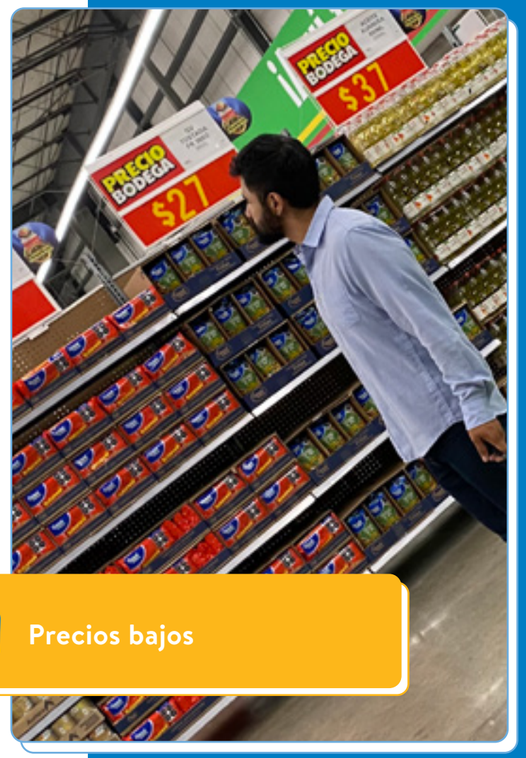
Somos líderes en precios bajos

Contribuimos al bienestar de nuestros clientes y socios al ofrecer los mejores precios en productos de gran calidad.

Este año, nuestros clientes necesitaban de nuestra ayuda para hacer frente al aumento de los precios, por lo que nos enfocamos en varias iniciativas para ayudarlos a ahorrar dinero y poder pagar una canasta completa.



Operación de bajo costo



1 Precios bajos



2 Nuestras Marcas

Al mejorar nuestra Propuesta de Valor para el Cliente, ayudamos a nuestros clientes a ahorrar dinero y vivir mejor



3 Surtido eficiente

1 PRECIOS BAJOS

En Walmart de México y Centroamérica, damos acceso a diferentes productos y servicios que mejoran la vida de las familias mexicanas, a precios que nuestros clientes pueden pagar. Les ayudamos a comprar más por menos dinero y así pueden aprovechar al máximo su presupuesto.

Tenemos un posicionamiento único gracias a nuestras tiendas de autoservicio, en especial a nuestros formatos de descuento como Bodega y Palí

Precios bajos todos los días

Ante los altos índices de inflación en el año, mismos que afectaron la economía de nuestros clientes, en Bodega trabajamos de manera ininterrumpida para cumplir nuestra promesa de tener **Precios Bajos Todos los Días.** Alcanzamos un máximo histórico en precios bajos por segundo año consecutivo y mantuvimos la calidad de nuestros productos, logrando que nuestros clientes tuvieran la mejor experiencia de compra.

En Bodega, con nuestras campañas **Morralla** ofrecimos más de 2,800 artículos desde cinco hasta 35 pesos, lo que permitió a nuestros clientes comprar canastas completas. Además, cuidamos la cartera de nuestros clientes conservando precios fijos por hasta 90 días, asegurando que la canasta básica siguiera siendo accesible para todos.

En Walmart Supercenter, creamos el programa **Los Básicos de tu canasta** enfocado a combatir la inflación y cuidar la economía de nuestros clientes con precios bajos en más de 100 productos. Gracias a estos esfuerzos, las tasas de NPS mejoraron en comparación con el año anterior, y el diferencial de precio mejoro, manteniéndonos en línea con el objetivo trazado a inicios de año.

En Centroamérica tenemos campañas comerciales importantes tales como **Precios Rojos, Quetzales Campeones y Súper Bombazos,** con enfoque en establecer precios de artículos básicos en los formatos de Bodega y Descuento. También hemos mejorado nuestra comunicación a través de campañas como **Súper Ahorros** y **Llena tu Carrito a Precio Pali.** Todas estas estrategias nos han permitido posicionarnos mejor, ganar participación de mercado y ofrecer productos de consumo básico con los precios más accesibles de la región.



Paquete Contra la Inflación y la Carestía (PACIC)

Durante 2022, nos sumamos a los esfuerzos del Gobierno Federal en la lucha contra la inflación dentro del Programa contra la Inflación y la Carestía (PACIC), implementándolo en todas nuestras tiendas de autoservicio desde su primera fase en mayo. De esta manera refrendamos nuestro compromiso para trabajar de la mano con nuestros proveedores, con la finalidad de llevar a nuestros clientes los precios más bajos todos los días en beneficio de su economía.



100pb

En 2022, invertimos agresivamente en precios y ampliamos nuestro diferencial de precios en 100 pb respecto a 2021.

2 NUESTRAS MARCAS

En este año tan retador, **Nuestras Marcas fueron un gran aliado de los clientes para adquirir su despensa básica,** ya que siempre encuentran el máximo valor por su dinero, gracias al precio, surtido y calidad que ofrecen.

Reforzamos la oferta de Nuestras Marcas, **lanzando nuevos artículos de gran calidad** para que los clientes tuvieran más opciones a un precio accesible para llevar una canasta completa a sus hogares.

En Walmart Supercenter, se fortaleció la oferta de Nuestras Marcas con productos de gran calidad sin que nuestros clientes tuvieran que desembolsar más dinero. **Se les asigno mayor espacio en anaqueles** y se lanzó más variedad de productos como electrolitos, yogurt, aceite de oliva, entre otros. Esto permitió que la penetración de Nuestras Marcas se incrementara considerablemente, demostrando que nuestros clientes apreciaron nuestros esfuerzos.





Gracias a estos esfuerzos, la penetración en ventas de Nuestras Marcas aumentó 80 pb en México y 200 pb en Centroamérica



Este año, queremos destacar a **Sam's Club, en donde la penetración de Nuestras Marcas creció 260 pb.** Member's Mark es clave para generar valor a nuestros miembros de Sam's, ya que a través de esta oferta pueden encontrar artículos exclusivos a excelentes precios y esa es una de las razones por las que el desempeño de Sam's este año fue muy apreciado por nuestros miembros.

En Centroamérica, estamos reforzando nuestro liderazgo en precios y beneficios. **La penetración de Nuestras Marcas aumentó 200 pb.** Trabajamos para mejorar nuestra propuesta de valor al cliente por medio de **programas como Tierra Fértil, y apoyo a proveedores.** Un ejemplo exitoso fue el cambio de *plátanos a mano* por *plátanos sueltos* que compramos directamente al productor, esto nos permite venderlo a 10 centavos de dólar y así dar a nuestros clientes la oportunidad de cubrir sus necesidades de alimentación por menos dinero.

3 SURTIDO EFICIENTE

Una de las maneras para Ganar en Descuento este año, ha sido a través de la **ampliación de nuestro catálogo y su disponibilidad.**

En 2022, implementamos una iniciativa de surtido eficiente, apoyada en una estrategia de categorías omnicanal.



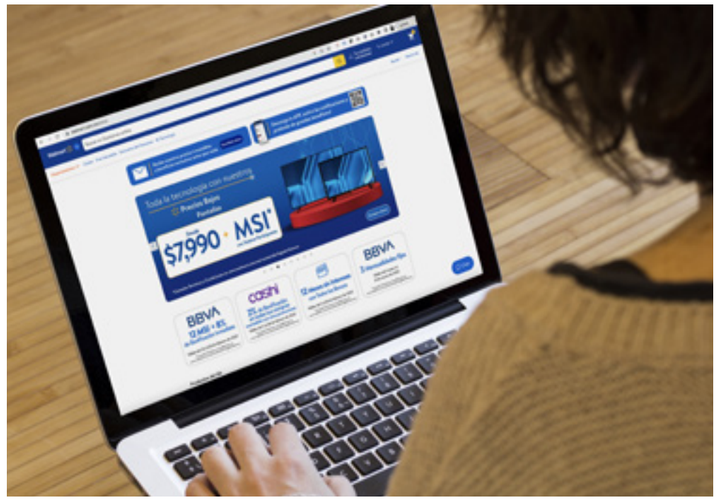
Otro ejemplo de Walmart Supercenter, fue que este año con base en un análisis de demanda, redujimos la cantidad de SKUs de jugos en nuestras tiendas en un 40%, para moverlas hacia el catálogo disponible en línea, con este cambio incrementamos las ventas en tiendas y en línea en alrededor de un 30%. De igual forma con las pantallas de TV, redujimos la cantidad de artículos disponibles en la tienda en un 10%, y agregamos más SKUs en nuestro Catálogo Extendido, este esfuerzo resultó en un incremento del 18% en las ventas en las tiendas y un incremento del 45% en las ventas en línea.

Gracias a nuestra propuesta de surtido y servicio centrada en el cliente, hemos transformado los retos en oportunidades para seguir cumpliendo las necesidades de nuestros clientes.



Con base en el conocimiento de nuestros clientes, este año trabajamos en mejorar su experiencia de punta a punta. **Unimos un amplio surtido de productos con espacios en tienda y en línea,** enfocados con las características, preferencias y preocupaciones de nuestros clientes. Además, revisamos y actualizamos nuestros procesos para que estuvieran centrados en ellos y de esta forma ofrecerles una oferta comercial que esté alineada con sus necesidades.

En Walmart Supercenter, trasladamos algunos artículos de la tienda al 1P o hacia el marketplace, y en los momentos en los que recibimos mayor demanda de un determinado artículo de nuestro catálogo extendido, lo podemos llevar también hacia la tienda. Esto **nos ha permitido tener un piso de ventas más eficiente,** sin eliminar artículos de nuestro catálogo.



OPERACIÓN DE BAJO COSTO

Para cumplir con la promesa de ayudar a nuestros clientes a sacar el máximo provecho de su presupuesto, hemos simplificado la operación del negocio en piso de ventas, cadena de suministro y entrega a domicilio.

Nos hemos **centrado en aumentar la productividad y garantizar la disponibilidad de productos** a través de la optimización de entradas de productos al Centro de Distribución y de salida a tienda. Esta alineación se traduce en el uso de tecnologías tales como los *Pallets Modular-Ready*, que nos ayudan a reducir la mano de obra necesaria para procesar la mercancía en los Centros de Distribución, la recepción en las tiendas y la exposición modular.

Continuamos con el despliegue de estaciones de *self-checkout*. Este año, más de 280 tiendas de todos nuestros formatos están habilitadas con esta tecnología, incluyendo seis Bodegas Aurrera Express.



Contamos con más de
1,450
estaciones de self-checkout

Actualmente, el 40% de las transacciones en tienda se pagan a través de estas estaciones



Gracias a las eficiencias en nuestra cadena de suministro, en el último año hemos logrado reducir 190 mil horas de mano de obra, al mismo tiempo que aumentó nuestra capacidad de producción. De este modo, **facilitamos el trabajo de nuestros asociados y redujimos costos operativos,** lo que se traduce a su vez en beneficios no solo para nuestros clientes sino también para los proveedores y el planeta, ya que disminuimos nuestra huella de carbono al ser más eficientes.

190 mil
horas de mano de obra menos

Otro factor que contribuye a reducir los costos operativos es la **eficiencia alcanzada por iniciativas medioambientales** como la disminución en el consumo de energía y agua dentro de nuestras tiendas.

Seguiremos centrándonos en iniciativas que nos ayuden a ser más productivos en toda la cadena de valor para servir mejor a nuestros clientes.

Ser Líderes Omnicanal

¿QUÉ LOGRAMOS JUNTOS?

Atendemos a nuestros clientes sin importar la forma en la que decidan comprar, a veces en nuestras tiendas y a veces a través de nuestras plataformas de *eCommerce*.

72%
de crecimiento en SKUs de Catálogo Extendido

~1,000
unidades con servicio *On Demand*



Soy Cristian
Asociado de Walmart Express

"Cumplo las necesidades y solicitudes de cada pedido que recibo, y lo hago en poco tiempo para que nuestros clientes lo tengan en su domicilio en unas horas"

SER LÍDERES OMNICANAL

Somos la opción ideal para nuestros clientes, ellos buscan una gran variedad de productos y servicios como quieran, donde quieran y cuando quieran, de manera fácil y sencilla al mejor precio, en una experiencia de compra sin fricciones. Este año nos enfocamos en dos iniciativas para lograrlo: seguir expandiendo nuestra operación *On Demand*, para impulsar la frecuencia de compra, y acelerar el crecimiento de nuestro catálogo extendido para complementar la oferta de productos en tiendas y en línea.

Queremos acercar esta experiencia a todas las familias de México y Centroamérica, por lo que hemos invertido para mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes mientras fortalecemos la propuesta de valor en cada formato.

La cercanía de nuestras tiendas nos permite ofrecer varias opciones de pago, devolución y recolección a nuestros clientes, ya que **tenemos tiendas a 10 minutos del 88% de la población en las principales ciudades del país.**

Este año **abrimos 126 tiendas** llevando nuestra propuesta de valor a **17 ciudades donde no teníamos presencia antes.**



ECOMMERCE E INNOVACIONES

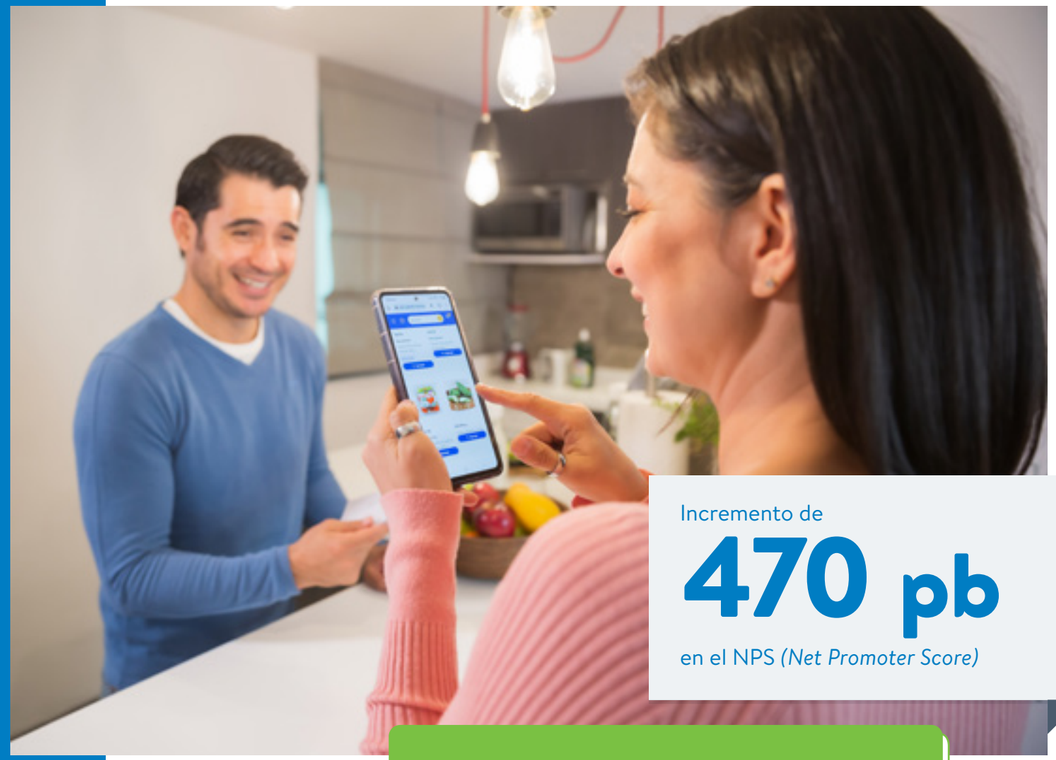
SASB: CG-EC-000.A,CG-EC-000.B,CG-EC-000.C

Este año invertimos en tres catalizadores para continuar fortaleciendo nuestro crecimiento en *eCommerce*: tecnología, cadena de suministro y talento.

Las ventas de **nuestro *eCommerce* crecieron 17%,** con un **incremento del GMV de 19%**

Nos hemos enfocado en construir un negocio sostenible, logrando un **67% de crecimiento acumulado en dos años y 340% en tres años**

Nuestros clientes están apreciando lo que hacemos, y su satisfacción se vio reflejada en **un incremento de 470 pb en el NPS *(Net Promoter Score)***



Incremento de

470 pb

en el NPS *(Net Promoter Score)*

Aumentamos la **penetración de *eCommerce* en ventas totales a 5.1%**



***eCommerce* contribuyó con 0.8%** al crecimiento de las ventas totales

Estamos orgullosos de cómo nuestra compañía continuó implementando la estrategia a medida que nuestros clientes se adaptaron a los nuevos hábitos de consumo post pandemia.

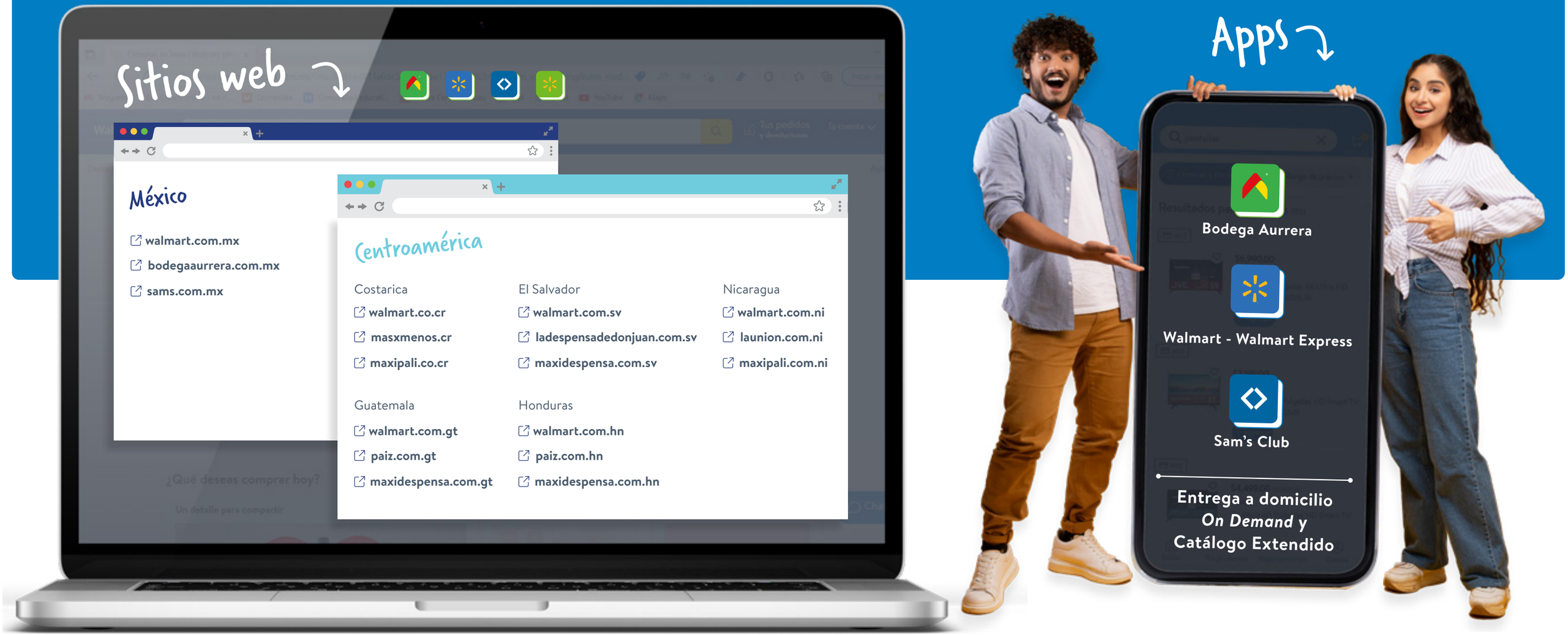


Creamos más de 300 posiciones para omnicanalidad que no existían, a través de la revaluación, atracción de talento y renovación de perfiles

De igual forma, estamos simplificando aún más la experiencia de compra con infraestructura omnicanal, para que nuestros clientes puedan ahorrar tiempo y hacer más eficiente su *journey.*

En Centroamérica, logramos poner en marcha nuestro proyecto de omnicanalidad y el desarrollo de nuestro *eCommerce* mediante la experiencia y el conocimiento que tenemos en México, *Powered by Walmart.*

SITIOS WEBS Y APPS





Seguimos mejorando la experiencia del usuario en nuestras aplicaciones y sitios web

Habilitamos una nueva función llamada *¿Olvidaste algo?*, que les recuerda a los clientes los artículos que pudieron haber olvidado. Esta nueva funcionalidad nos está ayudando a aumentar el *ticket* promedio y, en consecuencia, las ventas.

Sam's continúa siendo punta de lanza en temas de tecnología

Actualmente, en Sam's Club ofrecemos tres tipos membresías para nuestros socios en México:



La membresía Clásica, la membresía *Benefits* y la membresía Plus, que entre otros beneficios, ofrece un *payback* del 2% y envíos gratis ilimitados, en compras mínimas de 999 pesos, en catálogo en línea o directamente en la app, beneficios que han sido ampliamente valorados por nuestros clientes.



Este año lanzamos una nueva funcionalidad de auto renovación de membresías para el sitio web y la aplicación de usuarios Android. Esta funcionalidad permite a nuestros socios renovar su membresía sin tener que llamar o que ir a uno de nuestros clubes, contribuyendo a generar una experiencia de compra sin fricciones.

En Walmart Supercenter iniciamos con el programa Mercader Omnicanal, cuyo objetivo es ayudar a nuestros clientes a complementar su experiencia de compra utilizando la app de Walmart. **Este programa ha tenido excelentes resultados, ya que hemos sumado nuevos clientes de la app, que provienen de Mercader Omnicanal.**



EXPANDIMOS *ON DEMAND*

Mejoramos la experiencia de compra de nuestros clientes, con entregas más rápidas y eficientes, a la vez que generamos menos emisiones a la atmósfera; todo esto gracias a la escala de nuestra infraestructura omnicanal y a las inversiones que nos permiten seguir moviéndonos en la dirección correcta.

Con *On Demand*, le ofrecemos a nuestros clientes entregas a su domicilio rápidas y accesibles

Tenemos la ventaja de contar con más de 2,800 tiendas, de las cuales, ~1,000 están habilitadas con este servicio en más de 200 ciudades.

En 2022, el NPS de *On Demand* se incrementó en 560 pb en comparación con el año pasado, impulsado por niveles récord en los indicadores de *On time, In full* y Orden perfecta. Entre las acciones que permitieron lograr estos resultados estuvieron el análisis del *journey* del cliente, el trabajo en nuestras capacidades para mejorar la planeación, la programación de la plantilla y nuevas iniciativas de productividad para nuestros *pickers*.

El 80% de las tiendas de Walmart Supercenter y Walmart Express, tienen habilitada la opción de entrega rápida en 60 minutos, soportada por el modelo *crowdsourcing*

En 2022, el NPS de *On Demand* se incrementó en

560 pb

en comparación con el del año pasado





Queremos llegar a más clientes y queremos darles acceso a los mejores precios. El 80% de las tiendas de Walmart Supercenter y Walmart Express, tienen habilitada la opción de entrega rápida en 60 minutos, soportada por el modelo *crowdsourcing*. Nuestros clientes están valorando mucho este servicio, especialmente los que están ubicados en las grandes ciudades. Continuaremos fortaleciéndolo con la mejor tecnología y evolucionando nuestros modelos de última milla.



Bodega ha sido una pieza clave en el crecimiento en México de on Demand

Gracias a los aprendizajes y tecnología de la operación de Walmart y a la escala de Bodega, **hemos sido capaces de habilitar Despensa a Tu Casa en 443 tiendas, en 193 ciudades de México.** Esto significa que Bodega es el jugador más grande del supermercado en línea en México. Estamos ofreciendo el servicio en nuestros formatos de Bodega y Mi Bodega, lo que nos ha permitido alcanzar a más clientes y, con ello, lograr que nuestro indicador *On time* supere las metas trazadas.



La infraestructura es clave para llegar más rápido a los clientes, por lo que este año reforzamos la capacidad de nuestra flotilla

Agregamos 600 vehículos, lo que llevó a una **reducción del 40% en los tiempos de entrega**



Además, sumamos **20 vehículos eléctricos,** alcanzando un total de 94

Queremos seguir aumentando este tipo de tecnología para conseguir nuestro objetivo de tener una flotilla de última milla que no genere emisiones

Walmart Pass



Walmart Pass

Walmart Pass es nuestro modelo de membresías en el que los clientes pueden obtener entregas ilimitadas a su domicilio en el mismo día, en órdenes mayores a 299 pesos, con el propósito de ahorrarles tiempo y dinero.

Las entregas ilimitadas de *Walmart Pass* aplican para todos los departamentos de tienda en línea, desde despensa, lácteos, frutas y verduras, panadería y tortillería, congelados, hasta artículos para el hogar, ropa y zapatería, y farmacia.

Este año, **más del 30% de las ventas *On Demand* fueron de usuarios de *Walmart Pass.*** Esto ha impactado positivamente en el incremento del *ticket* promedio y en la frecuencia, que para 2022 fue de 3.3 veces, frente al 2.0 de los que no son usuarios.

ACELERAMOS EL CRECIMIENTO DEL CATÁLOGO EXTENDIDO

Queremos que nuestros clientes disfruten de más y mayor variedad de productos; es por ello que nuestro catálogo extendido les da la oportunidad de acceder a más productos y decidir más fácilmente cuál se adecua a sus necesidades.



El NPS para nuestra operación se incrementó

510 pb

en el año



De igual manera, aplicamos un algoritmo de *machine learning* para mejorar los resultados de las búsquedas de productos que nuestros clientes hacen, ya que ahora se les muestran productos acordes con sus preferencias o las tendencias del mercado, mejorando así su experiencia desde la búsqueda hasta la compra.

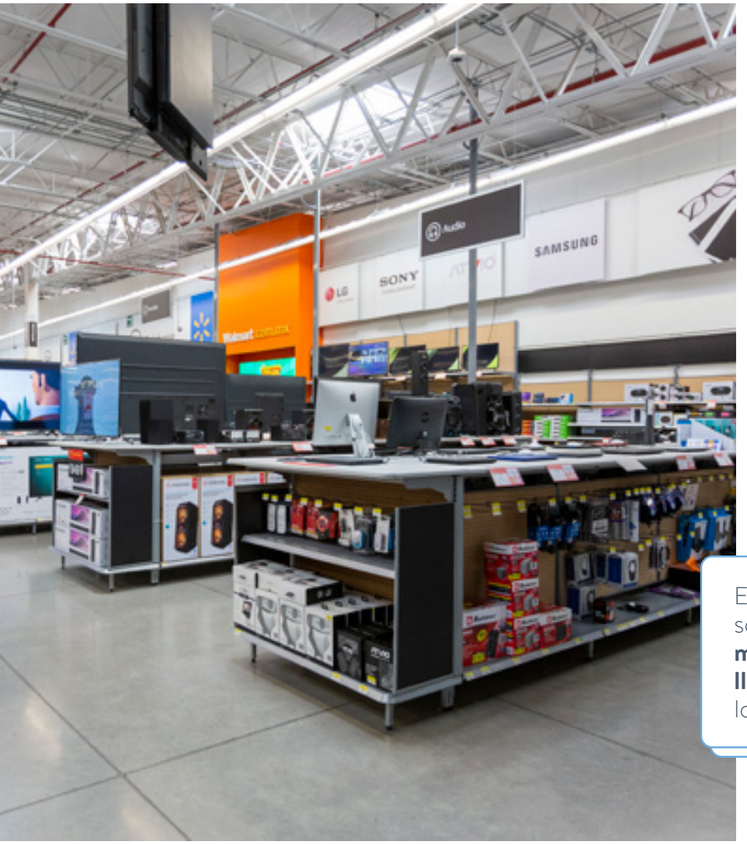
Gracias a nuestro manejo de datos, hemos tomado mejores decisiones para entregar productos de mayor volumen en un menor tiempo

Este año finalizamos el análisis y reingeniería de nuestro catálogo, y ajustamos la oferta para que los clientes puedan encontrar los productos que buscan a los mejores precios. Las principales categorías incluidas en esta reingeniería **aumentaron las ventas a un ritmo más rápido que antes de este proceso.**



Gracias a las mejoras que hemos realizado en la planificación, el desempeño de nuestra cadena de suministro mejoró significativamente. En 2022, **el 24% de las ordenes de Catálogo Extendido se entregaron el mismo día o al día siguiente,** y el 66% de las ordenes de 1P dentro de las 16 principales ciudades en México, se entregaron en el mismo periodo.

Por su parte, el NPS para nuestra operación se incrementó 510 pb en el año. Con la intención de llegar a más clientes, seguiremos agregando más artículos y nuevas categorías a nuestra oferta.



Continuamos incrementando nuestra capacidad tecnológica y mejorando nuestros planes logísticos para ser aún más rápidos y eficientes

Walmart Fulfillment Services (WFS) está avanzando conforme a nuestros planes y sigue evolucionando, convirtiéndose en un **modelo clave para brindar el nivel de servicio que esperan nuestros clientes**

El 30% del volumen de las órdenes de *marketplace* son entregados a través de este modelo, y **los pedidos manejados por WFS tardan la mitad del tiempo en llegar a las casas de los clientes** en comparación con los pedidos entregados por otros transportistas



A través de nuestros *showrooms* les mostramos a los clientes nuevas marcas mediante una experiencia directa con el producto. Esta práctica se habilitó para tiendas clave de Walmart Supercenter con excelentes resultados y se planea replicar en más estados de la República Mexicana.



Otro de los hitos relevantes de este año fue el lanzamiento de la operación de Catálogo Extendido en Sam's y el lanzamiento del *Fulfillment Center* que nos permitió ofrecer una variedad mucho más amplia de artículos a nuestros socios y brindar un mejor servicio al reducir los tiempos de entrega. El nuevo *Fulfillment Center* de catálogo extendido comenzó a operar en abril, brindando servicio a los 32 estados de la República Mexicana, incluidos más de 32,000 códigos postales, con enfoque en las regiones centro y metro.

También fue el primer año que Sam's tuvo una oferta de catálogo extendido durante *El Fin Irresistible* y los resultados fueron favorables. Las ventas crecieron y redujimos los tiempos de entrega en un 40%, mejorando la experiencia de compra de nuestros socios.

Marketplace

El *Marketplace*, continúa siendo uno de los mayores impulsores del crecimiento. **Durante el año, duplicamos el número de *sellers*** en comparación con 2021. Además, agregamos nuevas tiendas virtuales como *Samsung*, *Baby Creysi*, *Black & Decker* y *Super Gamer*.

Incrementamos el número de SKUs *(Stock Keeping Unit)* 72%

La tecnología es un habilitador clave para nuestras operaciones. Durante el año, automatizamos y estandarizamos el proceso de pago de *marketplace*, lo que nos permite tener mayor asertividad y eficiencia. Adicionalmente, lanzamos un nuevo modelo de clasificación para simplificar la búsqueda de productos y mejorar la experiencia del usuario.



OFERTA OMNICANAL



Unidades

2,863

- 2,292
- 303
- 101
- 167

Unidades con servicio on demand

998

- 443
- 292
- 98
- 165





Quioscos

1,088

- 780
- 308

Ubicaciones pickup

1,396

- 790
- 441
- 165



Ser el Ecosistema Preferido

¿QUÉ LOGRAMOS JUNTOS?

Generar valor a nuestros clientes y socios a través de un ecosistema interconectado de soluciones y servicios fáciles y accesibles.

5.6 millones
de usuarios activos en **Bait**

5.4 millones
de usuarios en **Cashi**



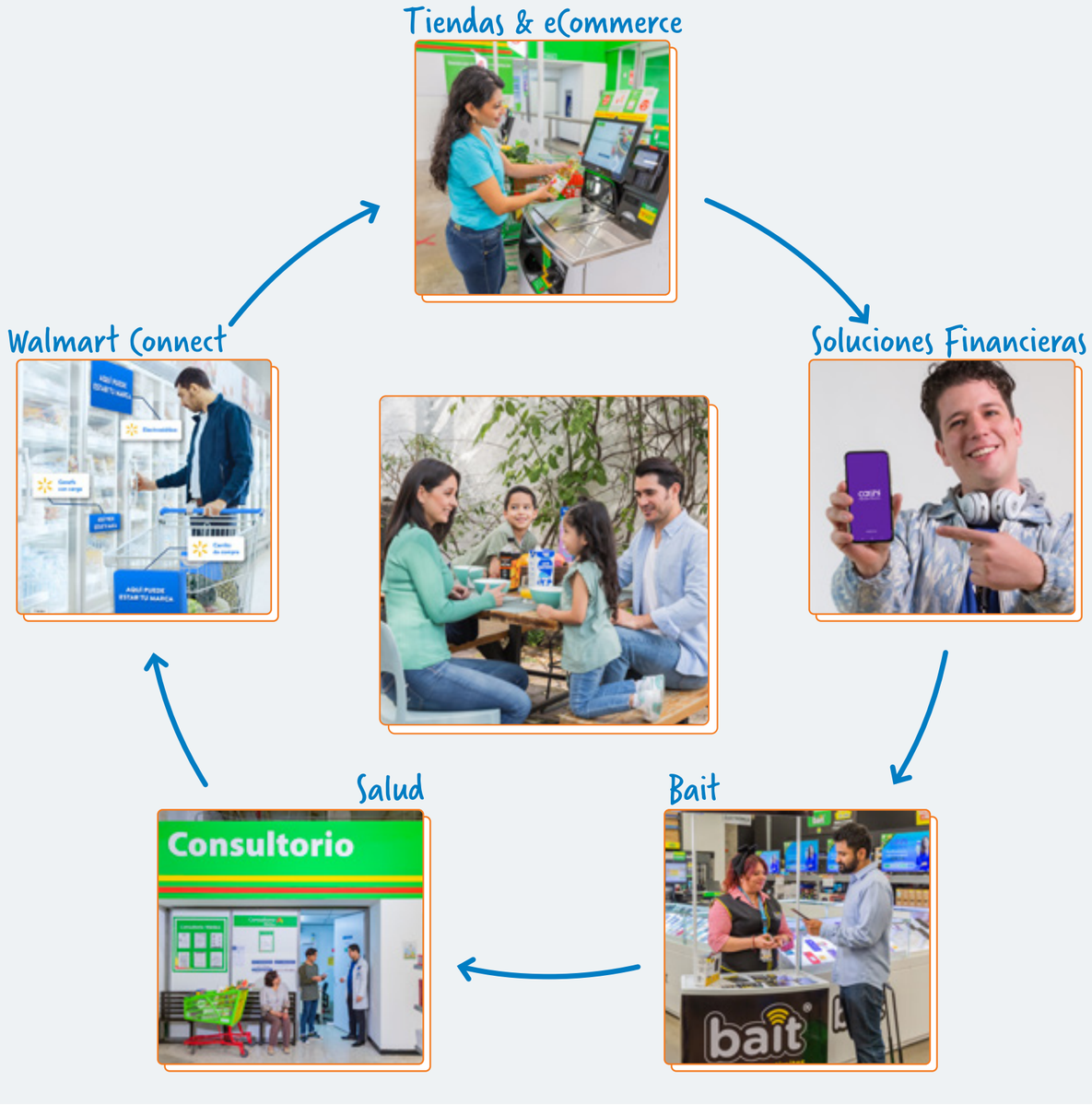
EVOLUCIONAMOS A UN ECOSISTEMA DE RELACIONES DURADERAS

Somos un ecosistema en evolución, que ofrece soluciones a los puntos de dolor de nuestros clientes. Creemos que la base para construir un ecosistema está en el acompañamiento a nuestros clientes para mejorar su vida a través de conexiones significativas entre personas, marcas, productos y servicios.

Estamos conectando a millones de clientes con la economía digital y facilitándoles el acceso a sus beneficios con soluciones simplificadas por medio de nuestras verticales

Creamos relaciones duraderas con nuestros clientes, apalancados de nuestro alcance, nuestra escala y la confianza que tienen en nosotros. Este año hemos crecido estrechando la relación entre nuestras verticales, clientes y socios; entregando valor al mejor precio.





CONECTIVIDAD BAIT

Hace dos años lanzamos **Bait** como una solución para conectar a millones de familias mexicanas con sus seres queridos, a través de un servicio de conectividad accesible con internet en casa y telefonía móvil de prepago que les otorga beneficios por sus compras en nuestras tiendas.



5.6 millones
de usuarios activos en 2022

Nuestra propuesta de valor continúa basándose en tres pilares



1. **Precios bajos:** conservamos las tarifas más bajas para los **servicios de conectividad, datos, voz y SMS de cobertura nacional e internacional.**
2. **Cobertura a máxima velocidad:** impulsamos la experiencia de máxima velocidad con la **red 4.5G LTE.**
3. **Tus compras te conectan:** seguimos brindando *megabytes* a nuestros clientes por sus compras en nuestras tiendas, ayudándoles a ahorrar mientras incrementamos su lealtad.

Este año, expandimos las posibilidades de **Bait.** Con nuestra estrategia de aceleración **cerramos el 2022 con 5.6 millones de usuarios activos y 7.8 millones de usuarios totales.** Además, contamos con más de 450 mil puntos de recarga físicos y diversos puntos de recarga en línea; ahora, nuestros clientes tienen más opciones para mantenerse conectados. También lanzamos nuestro *Router* portátil inalámbrico MiFi, para que nuestros clientes se mantengan *online* en todos lados.

Somos el principal Operador Móvil Virtual (OMV) en México, por número de usuarios

Tener la mejor cobertura del mercado con precios accesibles en navegación por minutos y mensajes, nos ha permitido vender más de 8,000 líneas de una nueva solución de conectividad que lanzamos para socios de negocio y continuar con nuestro compromiso de aumentar las oportunidades inclusivas con nuestros asociados.

Además de apalancar nuestro servicio de las más de 2,800 tiendas y clubes, y de los más de cinco millones de clientes que compran con nosotros todos los días, en 2022 abrimos los primeros cuatro centros de Experiencia **Bait** en Tlalpan, Toreo, Cuautitlán Izcalli y Querétaro. En estos centros de experiencia brindamos a nuestros clientes una solución completa de conectividad, incluyendo la adquisición de servicios de prepago **Bait,** venta de teléfonos celulares y accesorios, créditos y garantías extendidas.





Somos el cuarto jugador más relevante en el sector de telecomunicaciones por número de usuarios

Aprovechamos los datos para conocer mejor a nuestros clientes y generarles más valor, así como desarrollar nuevas oportunidades de monetización a nuestras verticales y formatos.

Fortalecimos la relación con **Walmart Connect** al enlazar a nuestros anunciantes con las soluciones publicitarias de **Bait.** Ahora, nuestros anunciantes pueden llegar a los 7.8 millones de usuarios de **Bait,** por mensajes SMS y notificaciones automáticas. También, al comprar una línea **Bait,** bonificamos a nuestros clientes 50 pesos en **Cashi,** lo que aumentó las descargas de la aplicación y el uso de esta para realizar compras a través de la cartera digital.

RESULTADOS

Este año con Bait logramos:

5.6

millones de usuarios activos al cierre del 2022

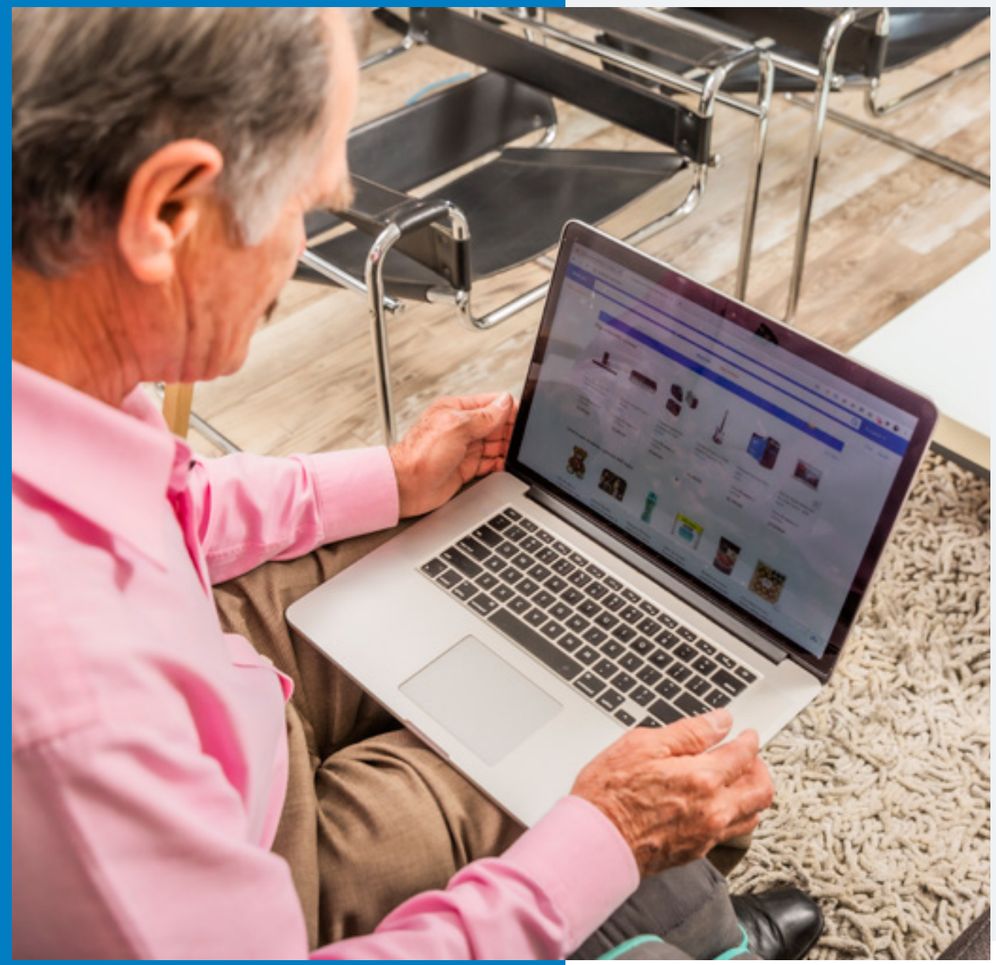
4 centros

de experiencia **Bait** en Ciudad de México, Estado de México y Querétaro

+450 mil

puntos de recarga físicos y en línea

SOLUCIONES FINANCIERAS



En México, solo 54 millones de adultos tienen acceso a productos financieros, y solo la mitad de los adultos con productos financieros tienen acceso formal al crédito



Por este motivo, y por el compromiso de brindar accesibilidad a servicios que mejoren la vida de los clientes, reforzamos nuestra oferta de soluciones financieras de bajo costo y mayor flexibilidad.

Nuestra estrategia de servicios financieros se basa en tres pilares:

1. Cashi, nuestra cartera digital
2. Crédito
3. Remesas



cashi
más que efectivo

Cashi, nuestra cartera digital

El servicio para pagos digitales sin comisión a través de recargas de efectivo desde una aplicación.

Hace cinco años lanzamos **Cashi** como una solución financiera digital para las familias mexicanas, y este año nos enfocamos en mejorar la propuesta de valor del producto.



El número de usuarios creció

202%

respecto a 2021

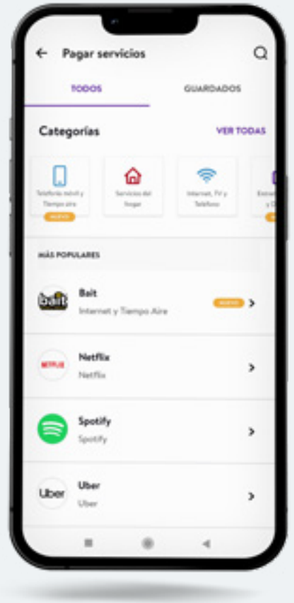
En 2022, llegamos a 5.4 millones de usuarios, gracias al fortalecimiento de nuestra aplicación con

Nuevas funcionalidades como: recordatorios de pagos de servicios para organizar mejor las finanzas de nuestros usuarios

Habilitar Cashi como método de pago en nuestros sitios web, para que nuestros clientes puedan hacer sus compras en línea, lo que potencia las ventas omnicanal

Crédito a través de la app

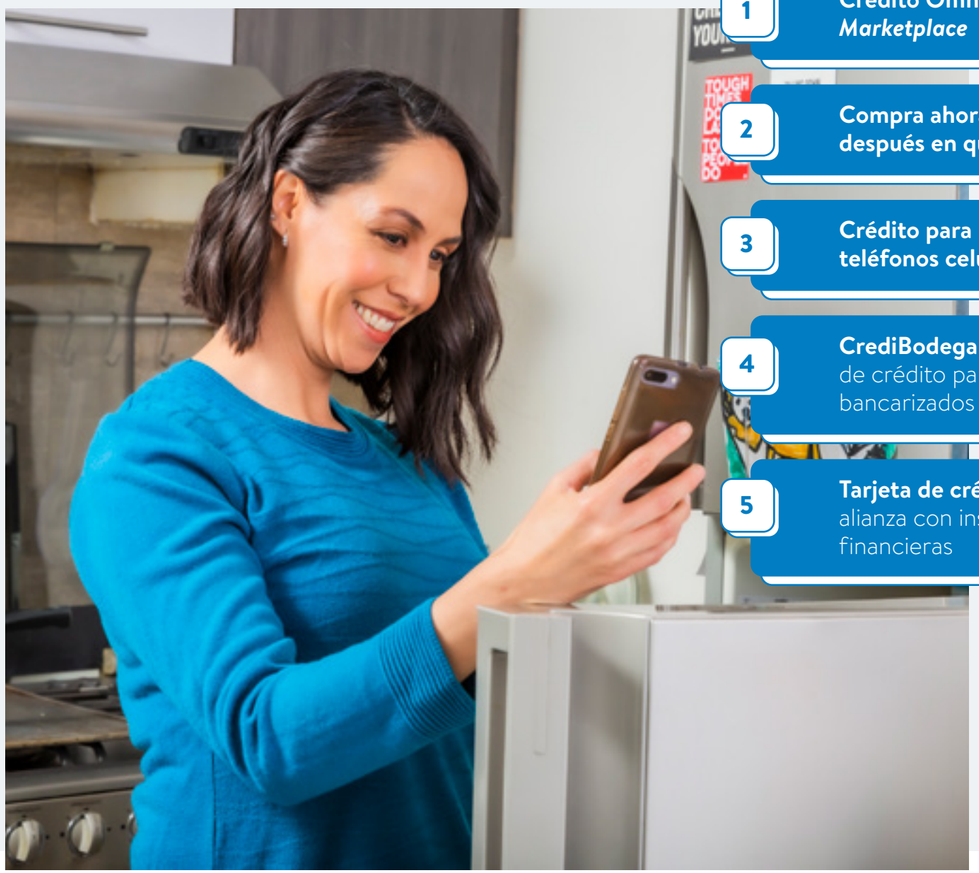




Cashi sigue avanzando como un punto de conexión entre todas nuestras verticales y nuestros clientes, para ofrecer soluciones en conjunto. Desde 2022, los usuarios pueden recargar su línea **Bait** a través de **Cashi.**

Crédito

Nuestro servicio para comprar ahora y pagar después, en línea y en tiendas.



Los cinco tipos diferentes de crédito

1. **Crédito Omni *Marketplace***
2. **Compra ahora paga después en quioscos**
3. **Crédito para teléfonos celulares**
4. **CrediBodega** tarjeta de crédito para no bancarizados
5. **Tarjeta de crédito** en alianza con instituciones financieras

Sabemos que nuestros clientes tienen dificultades para acceder a soluciones financieras accesibles

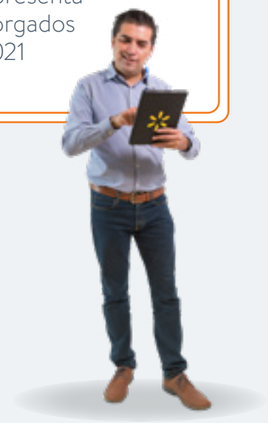
Por eso elaboramos soluciones de crédito que cubran sus necesidades, y puedan pagar los productos que necesitan.

Los créditos evaluados y aprobados, son otorgados en cinco minutos y, en menos de 15 minutos los fondos son dispersados a través de **Cashi** para que nuestros clientes puedan comprar en tienda o en línea, los productos que necesitan.

Este año, construimos una oferta de crédito en línea más fuerte, por lo que habilitamos nuevos prestamistas en el ***Marketplace*** de créditos digitales en más de 100 tiendas, apalancándonos de los quioscos de *eCommerce* en Walmart y Bodega. Dentro de esta oferta está el crédito "Cómpralo ahora, págalo después" (*Buy Now Pay Later,* por sus siglas en inglés), en el que, a través del registro en la aplicación, y selección de la oferta de crédito más conveniente, se pueden comprar productos de cómputo, electrónica, juguetería y más, a crédito con pagos fijos, sin enganche, sin anualidad y sin uso de tarjeta de débito o crédito.

Tenemos diversas opciones de crédito para los diferentes perfiles y necesidades de nuestros clientes. Por ejemplo, **CrediBodega** está dirigido a nuestros clientes de Bodega, entre los que la inclusión financiera es baja y prefieren pagos pequeños.

Se otorgaron casi 500 mil créditos a través de nuestros prestamistas, lo que representa el doble de créditos otorgados en comparación con 2021



En 2022, logramos ofrecer CrediBodega en 300 tiendas e iniciamos un *piloto* para originarlo digitalmente



Remesas

Nuestro servicio para cobrar el dinero de envíos desde Estados Unidos a México.



El 60% de las mujeres en México, principales clientas de nuestros formatos, reciben dinero a través de remesas

Y están constantemente en busca de **las mejores opciones de costo,** para recibir más dinero en sus envíos.

Por esto, ofrecemos **nuestra solución de cobro de remesas con la tarifa más competitiva en nuestras más de 2,800 tiendas,** los siete días de la semana. Hacemos rendir aún más su dinero, sumando más productos a su canasta, gracias al ahorro logrado con nuestras tarifas.

Además, este año relanzamos el servicio de envío de remesas **Walmart to Walmart** (W2W), en el cual nuestros clientes desde nuestra tiendas en Estados Unidos podrán enviar remesas para cobrarse directamente en las tiendas de Walmart en México, con una tarifa de más del 50% por debajo del promedio del mercado.

Estamos conectando las verticales con el negocio *core* para que se refuercen mutuamente y así servir mejor a nuestros clientes.

En 2022, procesamos **más de dos billones de dólares de transacciones** realizadas en nuestras tiendas, permitiendo que **más de un millón de clientes cobraran sus remesas** a través de nuestra red.

Somos la segunda cadena con el mayor número de puntos de cobro de remesas

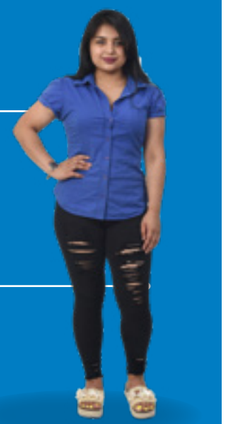
RESULTADOS

Este año, con nuestras soluciones financieras logramos:

5.4
millones de usuarios de **Cashi**

~500 mil
créditos otorgados

1 millón
de clientes cobraron sus remesas en nuestra red



WALMART *CONNECT*

Con **Walmart *Connect*,** mejoramos las ventas de nuestros anunciantes a través de una experiencia de compra mejorada para nuestros clientes. Nos apalancamos de los datos y tecnología para ayudar a conectar a nuestros anunciantes y clientes de forma significativa.

Con nuestro *first party data*, acompañamos y ayudamos a los clientes a tomar mejores decisiones de compra a través de ofertas de las marcas que buscan, mostrando la publicidad en el momento adecuado. Por su parte, gracias a los cinco millones de clientes que compran a diario en nuestras tiendas y el posicionamiento que tenemos como el principal minorista omnicanal líder en México y Centroamérica, nuestros anunciantes incrementan significativamente la conversión de sus campañas.

Los buenos resultados que nuestros anunciantes están obteniendo al realizar campañas con nosotros, está aumentando su confianza en el servicio y se ve reflejado en mayores inversiones. Durante el año, duplicamos las marcas con las que trabajamos.

En 2022, , cerca de 400 compañías confiaron en nosotros y llevamos a cabo más de 4,500 campañas omnicanales en conjunto.



Somos la plataforma omnicanal con mayor alcance en México



Walmart *Connect*, está conectando a todas nuestras verticales con los anunciantes. Este año, lanzamos con **Bait** y Nestlé, nuestra primera campaña de Mobile Advertising y alcanzamos cerca de medio millón de usuarios con geo-segmentación.

Durante el *Hot Sale*, brindamos a los clientes opciones de entretenimiento únicas, como el concierto de Margarita la Diosa de la Cumbia, para clientes de Bodega, que llegó a más de 80 mil personas. En este evento, se unió **Cashi** para darle a nuestros clientes una promoción con valor único que potenció las ventas a través de la app durante el evento, mientras **Bait** ofreció precios aún más bajos y otorgó a los usuarios de **Cashi** una bonificación adicional.

Además, durante el Fin Irresistible, que también fue el mayor evento de ventas del año para **Walmart *Connect*,** continuamos ofreciendo momentos de entretenimiento, organizando dos conciertos virtuales para nuestros clientes de Walmart y Bodega. El concierto de Los Ángeles Azules para Bodega, tuvo un alcance de 4.6 millones de vistas. Nos entusiasma seguir conectando con nuestros clientes de manera digital.

Este año, desarrollamos productos y servicios innovadores, basados en tecnología. Lanzamos nuestra *Retail Media Platform* para darle a nuestros anunciantes la oportunidad de autogestionar sus campañas de productos patrocinados; iniciamos una prueba piloto con Unilever, P&G y Nestlé.

Además, habilitamos una opción para que nuestros anunciantes puedan destacar sus productos y maximizar sus ventas mediante la automatización de servicios de búsqueda de productos patrocinados. De esta forma, lanzamos nuestra primera campaña, logrando apoyar a anunciantes pequeños y medianos a incrementar el posicionamiento de sus productos.

Tenemos un negocio de publicidad de más de 2 mil millones de pesos

RESULTADOS

Este año con Walmart Connect logramos:

400
anunciantes confiaron en nosotros

+4,500
campañas omnicanal

Salud Servicios médicos

SALUD

Hoy en día, la mayoría de la población no puede pagar servicios privados de salud en México, por lo que un gran sector busca soluciones ágiles y de bajo costo



Como parte de nuestro compromiso de ayudar a las personas a ahorrar dinero y vivir mejor, buscamos reforzar nuestra solución de salud al proporcionar a nuestros clientes una membresía que una todos los beneficios que ya teníamos de salud con nuestras 1,500 farmacias y 500 consultorios.

Este año, lanzamos el piloto de nuestra membresía de salud, en la que nuestros clientes pueden acceder a través de uno de nuestros cuatro tipos de membresías (Individual básica, Familiar básica, Individual plus y Familiar plus) a los siguientes beneficios:

- Orientación y asistencia médica, nutricional y psicológica a distancia por videollamada o vía telefónica
- Consultas con especialistas a precio preferencial
- Servicios de ambulancia en caso de emergencia
- Médico a domicilio con costo preferencial
- Descuentos en laboratorios
- 5% de descuento en farmacias Walmart
- Cine 2x1
- Y de acuerdo con el tipo de membresía, a consultas médicas y dentales sin costo en tiendas Walmart

En 2022, entregamos acceso a soluciones de salud a más de un millón de pacientes

Además, promocionamos nuestras membresías a través de los puntos de venta de Bait

RESULTADOS

Este año en Salud logramos:

500
tiendas con consultorio

300 mil
membresías



Nuestro ecosistema Walmart

Las conexiones de nuestras verticales nos permiten generar relaciones con nuestros clientes y ofrecerles un paquete de soluciones simplificado

Clientes como Andrea, tienen ahora una experiencia sin fricciones en su acceso a la economía digital



GRI 2-7

Habilitadores

¿QUÉ LOGRAMOS JUNTOS?

Tomar decisiones a futuro con base en habilitadores que potencializan nuestra estrategia. La centricidad en el cliente, el uso de tecnología y datos, nuestra cadena de suministro y nuestro talento.

233,594
asociados
196,572 México y 37,022 Centroamérica



32 CeDis
21 México
11 Centroamérica

Soy Juan Carlos
Asociado de CeDis

"Lo que más me gusta de mi trabajo en Walmart es darme cuenta de la importancia y el valor que aporto"

CENTRICIDAD EN EL CLIENTE

Soy María
Clienta de Walmart Express



"Busco practicidad, buen precio y calidad para mi familia"

Soy Carlos
Cliente de Walmart



"Busco calidad en los productos que compro ya sea en tienda o en línea cuando necesito ahorrar tiempo"

Soy Andrea
Clienta de Bodega Aurrera



"Cuento con un presupuesto ajustado, aprovecho todas las oportunidades para ahorrar"

Soy Lucy
socia de Sam's Club



"Busco una experiencia que me dé calidad, frescura y artículos diferentes de la forma más práctica"

La centricidad en el cliente es la incorporación de datos y comportamientos de nuestros clientes en nuestros procesos comerciales y operativos para segmentar puntualmente nuestras tiendas y productos. Este habilitador nos permite comprender mejor las necesidades y hábitos de nuestros clientes y socios, visibilizar sus puntos de dolor, brindarles soluciones integrales y ofrecerles una experiencia acorde a sus preferencias.

Colocar a nuestros clientes en el centro de todas nuestras decisiones se traduce en una experiencia de compra cada vez más cercana y personal. Su lealtad y preferencia contribuye a que seamos un negocio más eficaz, rentable y sostenible.

Para lograr permear esta cultura en nuestras operaciones, es necesario considerar la retroalimentación de nuestros clientes y brindar soluciones en tiempo y forma, basándonos en la empatía en todo momento. Es por eso que nuestras soluciones van alineadas precisamente con esta retroalimentación y nos ayudan a enriquecer y fortalecer nuestra estrategia de negocio.

Nuestros clientes y socios son lo más importante para nosotros. Con el objetivo de brindarles el mejor servicio, nos transformamos constantemente e implementamos acciones que mejoren, cada vez más, su experiencia de compra a través de una escucha continua y empática.

Ganar la lealtad de nuestros clientes ofreciendo una experiencia omnicanal genera un crecimiento eficaz, rentable y sostenible

Oficina del Cliente

La centricidad en el cliente se encuentra inmersa en todas las operaciones de Walmart de México y Centroamérica, y es un tema en el que innovamos constantemente con base en mejores prácticas globales. **En línea con la estrategia de transformación y con el objetivo de brindar una mejor experiencia a nuestros clientes y socios, este 2022 se creó la Oficina del Cliente.**



Esta nueva tribu tiene la finalidad de generar soluciones integrales para dar servicio a nuestros clientes y socios, así como unir todos los esfuerzos para lograr la centricidad en el cliente dentro de la compañía y darle seguimiento a su ejecución. A través de esto, logramos dar un enfoque omnicanal al entendimiento de las principales necesidades de nuestros clientes y socios, utilizando esta información para tomar decisiones y brindar una experiencia de compra sin fricciones.

Estamos seguros de que, a través de este esfuerzo para impulsar la cultura centrada en el cliente y el socio utilizando datos y soluciones basadas en tecnología, continuaremos con nuestro propósito de ayudar a las personas a ahorrar tiempo, dinero y vivir mejor.

Al identificar los puntos de dolor de nuestros clientes, brindamos soluciones integrales que generan bienestar en las familias de México y Centroamérica

Estructura de la Oficina del Cliente

Concentramos nuestros esfuerzos en cuatro áreas que nos permiten ejecutar de manera eficiente las iniciativas alineadas a mejorar la experiencia de nuestros clientes:

Conocimiento y experiencia del cliente

Se encarga de integrar todas las fuentes de información del cliente dentro de la compañía: indicadores, estudios cuantitativos y cualitativos. Con base en esto, identificamos los principales dolores del cliente y definimos el enfoque para generar soluciones.

Marketing

Su tarea es entender quiénes son nuestros clientes, desarrollar estrategias y propuestas de valor, definir compromisos como marca, gestionarlos y establecer lo que se busca comunicar.

Atención al cliente omnicanal

Es el primer punto de contacto de nuestros clientes cuando tienen un problema o requieren atención. Buscamos ser omnicanales también en la comunicación con ellos, para brindarles un mejor servicio y resolver todas las cuestiones que se presenten desde un mismo enfoque.

Análisis de datos y producto

Es el área encargada de desarrollar las soluciones y definir la manera en que se aprovechan los procesos tecnológicos de la compañía para brindar una mejor experiencia a los clientes. Además, trabajan conectando los datos del ecosistema a través de diversos modelos analíticos para brindar estas soluciones.

Soy Tomás
Líder de la oficina
del Cliente y Datos



Vivir la centricidad en el cliente dentro de la empresa genera excelentes resultados y nos permite brindar la mejor experiencia de compra

Mejoramos la experiencia de nuestros clientes y socios

El 2022 fue un año de evolución para la cultura centrada en el cliente dentro de Walmart de México y Centroamérica

Nos encontramos en un proceso de transformación y perfección de iniciativas para **mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes y socios,** e incluso de creación y diseño para algunas otras.

Avanzamos en este camino trabajando en la **actualización de los perfiles de nuestros clientes y socios para mejorar nuestras metodologías de medición de satisfacción** como lo es el NPS *(Net Promoter Score),* lo que nos permite identificar indicadores para determinar la lealtad de nuestros clientes.





De igual manera, pusimos en marcha el primer piloto del *Customer Advocacy Program* (CAP), a través del cual nos aseguramos de trabajar en las causas raíz de los puntos de dolor de nuestros clientes para evitar que se repitan.

En este año, definimos nuestra propuesta de *Customer Data Strategy,* una iniciativa que busca plantear una metodología de utilización y aprovechamiento de los datos de nuestros clientes y llevar esta información a diversas líneas de acción.

Asimismo, desarrollamos un **Modelo de Percepción de Precios** para entender cuáles son las variables que más impactan la percepción de nuestros clientes más sensibles a los cambios en los precios y definir, en conjunto con otras áreas, un plan para contrarrestar estas variables e implementar cambios en la comunicación de acuerdo con los hallazgos.

Medimos la satisfacción de nuestros clientes

Implementamos herramientas digitales innovadoras que nos permiten medir el nivel de satisfacción de nuestros clientes y analizar esta información para la mejora de su experiencia:

- Índice de Experiencia del Cliente
- Índice de Experiencia del Socio



24,578,999

encuestas aplicadas a clientes y socios en la región

Estas herramientas de monitoreo se encuentran en el 100% de nuestras tiendas en la región, y a su vez, están disponibles por medio de correo electrónico y redes sociales.

RESULTADOS

México

Omnicanal

Incrementamos en 7% la tasa de recomendación de nuestros clientes a nivel general

Autoservicio

Bodega Aurrera aumentó **11%** su NPS vs 2021

Mi Bodega aumentó 6% su NPS vs 2021

Walmart aumentó 5% su NPS vs 2021

Walmart Express / Superama aumentó 1.4% su NPS vs 2021

Mi Bodega fue el formato mejor evaluado en Autoservicio

Sam´s Club

Aumentamos la tasa de recomendación de nuestros socios

Incrementamos en 4.8% la intención de renovación de membresía de socios que compran en clubes



Centroamérica

El formato mejor evaluado fueron los Hipermercados Walmart

eCommerce

Aumentamos 3.8% la tasa de satisfacción general

Incrementamos 11.9% el NPS de las compras en línea con respecto al 2021

Canales de comunicación

Ponemos a disposición de nuestros clientes y socios diversos medios de comunicación a través de nuestro Centro de Contacto Corporativo:

- Redes sociales
- Teléfono
- Correo electrónico
- WhatsApp
- Chat en sitios corporativos



GRI 2-5

CADENA DE SUMINISTRO

Una de nuestras mayores fortalezas es la capacidad que hemos desarrollado en nuestra cadena de suministro, un habilitador que brinda soporte y hace más eficientes nuestras operaciones

Transformamos nuestra manera de operar para conectar con las propuestas de valor de nuestros formatos, logrando muy buenos resultados en materia de flujo de mercancías, cobertura y omnicanalidad.

Nuestra cadena de suministro es una de las más amplias del país, cuenta con cerca de un millón de metros cuadrados, mueve más de 1.4 millones de cajas anualmente y opera con más de 18,000 asociados. Estamos desarrollando nuestros modelos operativos e invirtiendo en tecnología de punta para aumentar nuestra eficiencia y productividad.

Soy Gastón
VPS de Bienes Raíces
y Cadena de
Suministro



La expansión y modernización de nuestra cadena de suministro nos fortalece para ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes y acelerar el crecimiento de la compañía



Nuestra cadena de suministro cuenta con
1 millón
de m^2

Mueve más de
1.4 millones
de cajas anualmente

Opera con más de
18,000
asociados

Red omnicanal integrada

Trabajamos activamente para convertir nuestra infraestructura en una red de operación omnicanal de clase mundial que sea capaz de adaptarse a las necesidades del negocio, formando una cadena de suministro integrada de centros de distribución, tiendas e instalaciones que nos permite mejorar la productividad y

ofrecer a nuestros clientes una experiencia de compra sin fricciones:

que encuentren lo que quieren, cuando y como lo necesitan

El apalancamiento en nuestra red de distribución nos permite llegar más rápido a nuestros clientes, generar eficiencias y así poder expandir nuestro diferencial de precios, creando un círculo virtuoso. Contamos con una red de transporte que surte cada semana a más de 2,800 tiendas y clubes desde nuestros centros de distribución.

Visitamos **+2,800** de nuestras tiendas todas las semanas

Este año, hemos habilitado 9 rutas omnicanal que manejan aproximadamente el 30% de las órdenes de 1P de catálogo extendido, reduciendo tiempos de entrega y en el costo de envío



Nuestro negocio omnicanal está respaldado por una de las cadenas de suministro más extensas de México

- **2,800** tiendas
- **25** Rutas omnicanal
- **~550** ciudades
- **21** CeDis en México
- **6.6M** m^2 de piso de venta
- **8** *Exchange points*
- **26** *Delivery Stations*
- **1.4M** cajas movidas anualmente
- **1M** de metros cuadrados
- **~30%** Pedidos de Marketplace entregados por Walmart *Fulfillment Services*

Este año, nuestra red de distribución fue reconocida con el Premio Nacional de Logística "Galardón Tameme"

Menores tiempos de entrega

Costos más bajos

¡Mejor experiencia del cliente!

Logramos mejorar nuestro NPS en la cadena de suministro en 700 pb, logrando un máximo histórico



GRI 2-5

Crecimiento

Invertimos fuertemente en iniciativas para la expansión y fortalecimiento de nuestra infraestructura.

Este año logramos ampliar nuestra red omnicanal, alcanzando una operación con 21 Centros de Distribución en México y 11 en Centroamérica. Con esto, reforzamos nuestro compromiso de ayudar a nuestros clientes y socios a ahorrar dinero y vivir mejor.



En junio de este año inauguramos el Centro de Distribución Villahermosa Perecederos en el estado de Tabasco, con una **inversión de 2,000 millones de pesos.** Cuenta con un alcance de abastecimiento en tiendas y clubes ubicados en Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán, y la capacidad de mover más de un millón de cajas al mes. Este CeDis maneja más del 10% del volumen de perecederos y genera alrededor de **1,200 empleos directos e indirectos.** Además, gracias a la innovación tecnológica en sus sistemas de refrigeración, sus operaciones no emiten gases de efecto invernadero, contribuyendo a nuestro objetivo de convertirnos en una empresa regenerativa para el año 2040.

También, nos emociona compartir que seguimos avanzando en la construcción de nuestros Centros de Distribución de Tlaxcala y del Bajío. El CeDis del Bajío contará con un nivel de automatización de clase mundial, figurando como uno de los más modernos de Latinoamérica.

32 Centros de Distribución

21 CeDis en México

11 CeDis en Centroamérica

Modelo de última milla

Continuamos invirtiendo y avanzando en la implementación de nuevos modelos de entrega y en el apalancamiento de nuestro transporte para poder llegar cada vez más rápido a nuestros clientes y socios



Este año logramos ampliar nuestra capacidad de entregar mercancía de catálogo extendido en el mismo día en **las 16 principales ciudades** del país, en donde podemos entregar artículos el mismo día y al siguiente.

Extendimos nuestro servicio *On Demand*, alcanzando casi **1,000 tiendas que ahora cuentan con esta modalidad.**

Asimismo, a la fecha contamos con **26 *Delivery Stations*** y **ocho *Exchange Points*** como parte de un modelo para catálogo extendido que nos permite entregar en un menor tiempo la mercancía en los hogares de nuestros clientes.

Actualmente, el 80% de nuestras tiendas Walmart Supercenter y Walmart Express se encuentran habilitadas con el modelo de entrega rápida en 60 minutos

Walmart Fulfillment Services

Walmart Fulfillment Services (WFS) es el servicio por medio del cual los vendedores dentro de nuestro *Marketpkace* pueden entregar sus pedidos de manera rápida y eficiente aprovechando nuestra cadena de suministro, lo que se traduce en una mayor satisfacción del cliente.

Alrededor del 30% de las órdenes del *Marketplace* se entregan a través de *Walmart Fulfillment Services*





Nos estamos enfocando en simplificar nuestro negocio e impulsar la productividad, y esto continúa dando resultados

Nuestra cadena de suministro está evolucionando hacia el espacio omnicanal y eso constituye una gran ventaja competitiva. Su evolución continua respaldando los buenos resultados.

Seguimos innovando y trabajando en la automatización de este servicio para aumentar su alcance y escalarlo cada vez más

El nuevo *Fulfillment Center* de catálogo extendido para Sam's Club, comenzó a operar en abril de este año, **brindando servicio a 32 entidades federativas y más de 32,000 códigos postales.**

Por medio de esta iniciativa **logramos un crecimiento en conjunto con nuestros vendedores** y los ayudamos a generar ventas más rentables y en mayor escala.



TECNOLOGÍA Y DATOS

A través del uso de la tecnología y de los datos respaldamos nuestra estrategia, aceleramos su crecimiento y facilitamos las decisiones de negocio que contribuyen a la optimización de nuestras operaciones.

Para satisfacer los requerimientos tecnológicos de la compañía, a lo largo de este año impulsamos la modernización de la infraestructura e invertimos constantemente en el desarrollo de nuevas capacidades.





Evolucionamos nuestra tecnología para hacer más eficientes nuestras operaciones y posicionar a la compañía en el largo plazo

Decisiones Basadas en Datos

Con el uso de datos logramos impulsar la innovación en nuestras operaciones, lo que se ha convertido en un habilitador clave para el crecimiento del negocio

Contamos con herramientas que nos permiten conocer mejor a nuestros clientes al generar información relevante a partir de los datos recolectados, lo cual se traduce en una mejor toma de decisiones para proyectos estratégicos, y nos permite agilizar nuestras operaciones.





Asimismo, utilizamos modelos predictivos, a partir de los datos autorizados por nuestros clientes, que nos permiten conocer sus preferencias y hábitos de consumo, así como analizar el impacto de las tendencias y variables macroeconómicas. Con base en esto, generamos información para evaluar nuestras estrategias y tomar mejores decisiones que beneficien no solo a nuestra compañía, sino a cada uno de nuestros clientes.



Continuamos impulsando iniciativas que simplifican cada vez más nuestra operación

Avanzamos en nuestro programa *Smart Spending*, el cual aprovecha nuestra capacidad de análisis de datos para optimizar los costos administrativos y operativos por medio de un presupuesto base cero que nos permite generar ahorros. A través de esta iniciativa, **logramos generar más de 1,500 millones de pesos en ahorros que invertimos en nuestros habilitadores estratégicos como Talento, Tecnología y Cadena de suministro.**

Usamos la tecnología para ayudar a nuestros asociados a realizar su trabajo de una forma más sencilla



Optimización de la Operación

Este año, la actividad operativa de la compañía se incrementó de manera sustancial, por lo que los requerimientos de tecnología aumentaron de igual manera.

Logramos satisfacer estas necesidades entregando 146 iniciativas para todas las áreas de negocio, brindando servicios más robustos, seguros y confiables, manteniendo el soporte tecnológico y haciéndolo mucho más eficiente

Además, logramos crear una iniciativa para digitalizar el monitoreo de nuestros productos perecederos dentro de nuestros CeDis y otra para favorecer la habilitación de la estrategia de automatización de nuestra cadena de suministro. Modernizamos la integración de nuestras aplicaciones implementando tecnologías a través de APIs y microservicios, logrando reducir en ocho millones de dólares los costos de mantenimiento y procesamiento de datos. Por otro lado, para contribuir a hacer más sencillo el trabajo para nuestros asociados, habilitamos la tecnología SAP CAR *(Customer Activity Repository* - un sistema que nos permite almacenar datos) en casi 140 tiendas para agilizar el proceso de su cierre contable.

Desarrollamos las herramientas *Price Gap y Compass Evolution*, que contribuyen a nuestro pilar estratégico de Ganar en descuento. Entregamos iniciativas de nuevos métodos de pago remoto habilitados mediante terminales POS *(Point of Sale)*, para mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes de entrega a domicilio al facilitar los procesos de cobro, abonando así a nuestra prioridad de Ser líderes omnicanal.

A su vez, hicimos alianza con un nuevo socio comercial para el manejo de remesas e implementamos controles para prevenir el lavado de dinero, lo que resultó en un incremento de la seguridad y el número de remesas cobradas. Este tipo de esfuerzos nos permiten ser el Ecosistema preferido de nuestros clientes.

Walmart
México y Centroamérica

Cobra ENVÍOS de Dinero

Tecnología y Sistemas

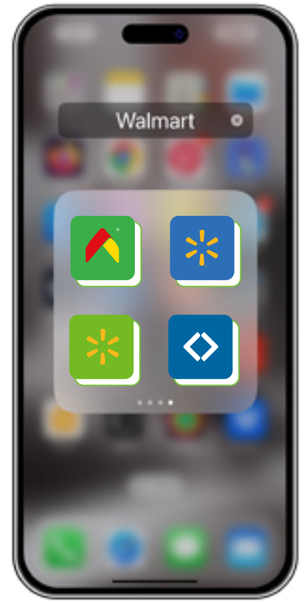
El 2022 requirió una redefinición de la conectividad de la compañía, generando la necesidad de repensar nuestra tecnología para hacerla más flexible, segura y eficiente



Diseñamos iniciativas que dieron mayor estabilidad a nuestro ecosistema digital, facilitando nuestra evolución, acelerando fuertemente nuestra transformación tecnológica y brindando soporte a las operaciones de nuestra compañía

Logramos implementar de manera exitosa nuestro proyecto **SDWAN** *(Software Defined Wide Area Network)*, por medio del cual entregamos ocho veces más ancho de banda a **1,471 tiendas sin aumentar los costos.** Esto permitió que un mayor número de personas pudieran conectarse a la vez, gozando de mayor velocidad para realizar todas las operaciones que se llevan a cabo en línea.

Esta iniciativa nos permitió redefinir la conectividad de la compañía, además de desarrollar nuevas capacidades para la ejecución de la estrategia e incorporar tecnologías más seguras y resilientes.



De igual manera, avanzamos con la **modernización de nuestro ecosistema de aplicaciones,** migrando su infraestructura a la nube, lo que nos permitió reducir costos y aumentar la seguridad y el control de datos. La evolución del negocio y la necesidad de soporte se traduce en la modernización de la conectividad en tiendas y centros de distribución.

Estamos utilizando tecnologías innovadoras y migrando a esquemas de nube más eficientes, a menor costo y con mayor soporte

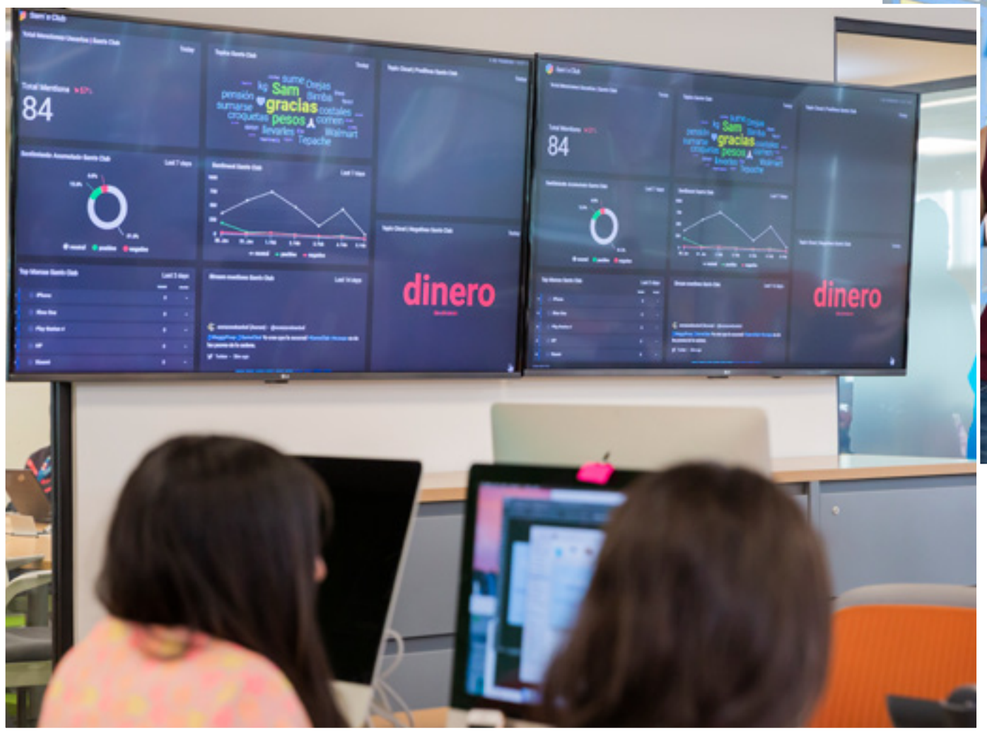
Por medio de nuestro Programa de Excelencia Operativa, contribuimos a la mejora de los indicadores de satisfacción de los clientes

Mejorando los canales de comunicación, los tiempos de respuesta y la atención a incidentes

Logramos una **"resolución en la primera llamada" para el 51% de los incidentes,** alcanzando mejoras importantes en la satisfacción del cliente

Asimismo, continuamos trabajando en el reforzamiento de esquemas de ciberseguridad, mejorando las defensas y las capacidades para proteger nuestra información y la de nuestros clientes, **reduciendo en 47% el tiempo de corrección de vulnerabilidades.** Por segundo año consecutivo, obtuvimos la certificación PCI sin observaciones.

CONOCE MÁS ACERCA DE CIBERSEGURIDAD EN EL CAPÍTULO **SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN**





A través de nuestra fortaleza ***Powered by Walmart,*** logramos aprender de las mejores prácticas de la industria en otros mercados y países donde operamos, y aplicarlas en el contexto de México y Centroamérica. Esto nos permite mantenernos actualizados con las últimas metodologías e innovaciones para seguir modernizando nuestra infraestructura tecnológica y digital.



Nuestros proyectos de modernización han sido reconocidos por Hewlett Packard, Google, Nutanix y Avaya como los más relevantes de la industria

El 2022 fue un año de mucho desarrollo que ha facilitado nuestra evolución como negocio. Seguimos invirtiendo en nuestra capacidad tecnológica y fortaleciendo nuestra operación por medio del uso de datos que nos permitirán ser cada vez más asertivos en la toma de decisiones.

MEJOR TALENTO

Reconocemos el valor de nuestros asociados para el éxito de nuestra compañía; por ello, nos centramos en los asociados, a través de su propio talento, como habilitador clave para nuestra estrategia.

CONOCE MÁS ACERCA DE NUESTRO TALENTO EN EL CAPÍTULO **OPORTUNIDAD**

Soy Eduardo
Líder de la Tribu
de People





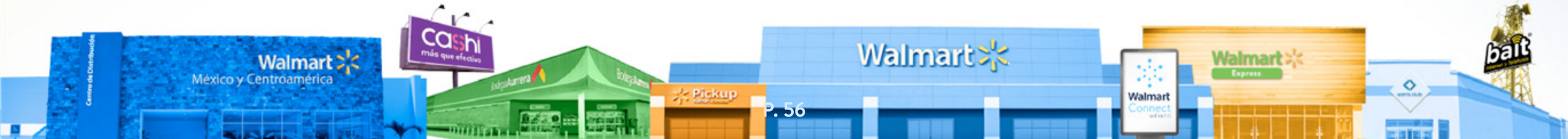
Brindar las mejores oportunidades para nuestros asociados y proveedores, en un ambiente diverso e inclusivo

Nuestra ambición es convertirnos en una Empresa Regenerativa, y esto **significa ir más allá de la sustentabilidad...**

Walmart México y Centroamérica | EMPRESA REGENERATIVA

es ayudar a la comunidad a **vivir mejor** en un planeta con más oportunidades, en un marco de ética e integridad

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



P. 56

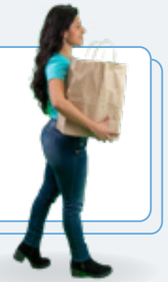
GRI 2-29

CREAMOS VALOR PARA NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS



Clientes

Acceso conveniente a productos y servicios asequibles y de calidad



Asociados

Trabajo impulsado por un propósito: oportunidades, empleo digno y movilidad ascendente



Accionistas

Fuertes rendimientos a largo plazo a través del liderazgo financiero, ambiental, social y de gobernanza (ASG)

Proveedores

Acceso a clientes y apoyo al desarrollo y crecimiento de proveedores



Comunidades

Recursos para construir comunidades más fuertes e inclusivas



Planeta

Liderazgo en cero emisiones, cero residuos y nuestro enfoque regenerativo de la naturaleza



Socios Comerciales

Acceso y comprensión de los clientes comprometidos para nuestros vendedores, anunciantes y socios del ecosistema



Con la finalidad de seguir avanzando en nuestra ambición, en 2022 implementamos diversas iniciativas que nos acercan cada vez más a ser una Empresa Regenerativa

TIENDA REGENERATIVA

Un hito de este año fue la inauguración de las primeras seis tiendas regenerativas, las cuales consolidan más de 30 iniciativas ambientales y sociales, por ejemplo: sistemas de captación y reutilización de agua de lluvia, sistemas de consumo eficiente de energía, centros de reciclaje e infraestructura para personas con discapacidad, así como diferentes elementos de la instalación fabricados con plástico reciclado.





Ver video de nuestra tienda regenerativa Bodega Aurrera Temixco

Iniciativas de nuestras tiendas regenerativas

1. Cambio de refrigerante
Cambio de refrigerante de R-404 a R-448



2. Cambio de iluminación a LED
La iluminación LED brinda un menor consumo energético y tiene un ciclo prolongado de vida

3. Almacén temporal de residuos peligrosos
Separación y gestión de residuos peligrosos para después ponerlos en un punto específico de la tienda donde no representen un peligro

4. Control y automatización
Permite tener equipos en modo automático y controlarlos en caso de ser necesario

5. Banco de capacitores
Colocamos equipos que sirven para corregir el factor de potencia en las instalaciones eléctricas

6. Motores condensadores
Funcionan para lograr la eficiencia energética de algunos equipos eléctricos



7. Hermeticidad del piso de ventas
Aislamiento del piso de ventas que cierra completamente la caja para evitar que salga o entre aire

8. Válvulas de ahorro en la medición de agua
Válvulas que regulan la cantidad de aire que pasa por las tuberías para tener un control real del consumo de agua

9. Dimeo
Control de brillo de la iluminación para ahorro de energía

10. Mobiliario de plástico reciclado
Bolardos, bicicleteros, tapas de registros sanitarios, pluviales y eléctricos, topes de estacionamiento, guardas para *racks* y ángulos de protección en cámaras de refrigeración en trastienda, bancas de empacadores

11. Accesibilidad en piso de ventas
Accesibilidad en los pasillos y caja inclusiva para personas en silla de ruedas. Piso podotáctil y sistema de lectura Braille en sanitarios

12. Paneles térmicos de refrigeración
Instalamos paneles térmicos en los sistemas de refrigeración para lograr su eficiencia energética



13. Submedición de *utilities* (agua, energía y residuos o subproductos)
Medición de uso de agua, electricidad y cantidad de residuos que genera la unidad para mantener un control



14. Rehabilitación PTAR
Las plantas tratadoras de aguas residuales cuentan con sistemas especialmente diseñados para retirar los contaminantes que se vierten en el agua, ya sea para su posterior incorporación a un cuerpo lacustre natural (mar, ríos o lagos), o para su reúso en otras actividades, con excepción del consumo humano

15. Cuarto de separación y gestión
Contenedores para separar los residuos en orgánicos, inorgánicos no valorizables y plásticos

16. Reciclaje de plástico para mobiliario en tiendas
A través de nuestro principio de Economía Circular, se reutilizan los residuos plásticos para crear mobiliario en la tienda



17. Plantas nativas en los alrededores de las tiendas
Sembramos plantas nativas en nuestras jardineras para preservar la biodiversidad de la zona local



18. Centro de Reciclaje
Hacemos del reciclaje una experiencia ágil y sencilla a través de la colocación de Centros de Reciclaje en nuestras tiendas

19. Estaciones de *Refill*
Nos enfocamos en desarrollar diferentes iniciativas para disminuir la utilización de envases de un solo uso por medio de venta *refill* o a granel





20. Inclusión laboral
Contratamos talento con discapacidad para favorecer la inclusión en nuestras operaciones

21. Apoyo para nuestros asociados
Donamos fruta y pan para nuestros asociados en las instalaciones de las tiendas



22. Programa de donación a bancos de alimentos
Donamos alimentos para combatir la desnutrición en los lugares donde operamos



23. Campañas de voluntariado
Brindamos a los asociados la oportunidad de participar en proyectos de mejora a la comunidad y al medio ambiente, promoviendo el compromiso con la comunidad y con los demás

24. Reducción de empaques
Contamos con una campaña interna para reducir el uso de empaques

25. Iniciativa "Líder RAE"
A través de esta iniciativa promovemos prácticas sustentables y realizamos un *checklist* de revisión de la operación

26. *Volume Producing Item*
Los asociados adoptan un producto que promueve la sustentabilidad, apoya a comunidades, a la diversidad e inclusión, etc. y lo impulsan y promocionan

Tiendas Regenerativas

Walmart Supercenter, Petempich, Quintana Roo



Bodega Aurrera, Temixco, Morelos



Sam's Club, Camino Huinalá, Nuevo León



Walmart Express, Zibatá, Querétaro



Bodega Aurrera Express, Las Trojes, Puebla



Mi Bodega, Nativitas Centro, Tlaxcala



CeDis Regenerativo en Centroamérica

El CeDis de frutas y vegetales de Coris, ubicado en Cartago, Costa Rica, es el primero de su clase en la operación de Walmart en Centroamérica y es considerado el **primer CeDis regenerativo de la región.**

Cuenta con la certificación ISO 50,001 que garantiza que su Sistema de Gestión Integral y Eficiente de Energía cumple con los estándares internacionales.





Este CeDis tiene el segundo sistema más grande de generación de energía solar 100% renovable de toda la operación en Centroamérica

Con una capacidad instalada de **990 kWp**

Genera anualmente más de 1MWh, energía suficiente para suplir las necesidades anuales de 325 hogares centroamericanos

Adicionalmente, utiliza un sistema de enfriamiento evaporativo para climatizar los espacios donde se procesan los vegetales y frutas, **logrando temperaturas de hasta 8°C y humedad de 85%.**

De igual manera, es pionero en la cosecha de agua de lluvia y en la reutilización de agua. En sus instalaciones opera una planta de tratamiento y filtrado de las aguas de sus procesos de limpieza, que le permite reutilizar 1,800 m^3 de agua mensualmente.



Summits de Empresa Regenerativa 2022

Por primera vez y con la finalidad de comunicar las acciones que nos llevan a ser una Empresa Regenerativa a nuestros grupos de interés, Walmart de México y Centroamérica celebró, durante 2022, las ediciones del *Summit* de Sustentabilidad y *Summit* hacia una Empresa Regenerativa.



Summit de Sustentabilidad

En el *Summit* de Sustentabilidad dimos a conocer los pilares de nuestra ambición de convertirnos en una **Empresa Regenerativa,** con especial énfasis en el pilar de sustentabilidad. **Asimismo, realizamos un diálogo abierto con los líderes de empresas aliadas como CHEP, Grupo Bimbo, L'Oréal, Nestlé y PepsiCo,** para juntos explorar las iniciativas que se realizan más allá de la sustentabilidad para la regeneración del planeta, así como impulsar soluciones a favor de la economía circular, el aprovechamiento de residuos y la conservación de los ecosistemas a través del abastecimiento sustentable.



VER *SUMMIT* DE **SUSTENTABILIDAD**

Summit hacia una Empresa Regenerativa

En el *Summit* hacia una Empresa Regenerativa **comunicamos las acciones de nuestros pilares de Oportunidad y Comunidad, siempre enfocados en ir más allá del cumplimiento y del deber ser.** Somos una empresa que coloca a la naturaleza y a la humanidad en el centro de nuestras prácticas de negocio; que trabaja para restaurar, mantener, regenerar y conservar la salud y bienestar de nuestros asociados, proveedores y comunidades.



VER *SUMMIT* **HACIA UNA EMPRESA REGENERATIVA**

Ambos eventos fueron transmitidos en vivo y liderados por nuestro Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart de México y Centroamérica, Guilherme Loureiro.

Todos nuestros asociados, clientes, socios y, por supuesto nuestros proveedores, se esfuerzan y tienen el compromiso de trabajar para restaurar el bienestar de las personas y del planeta.

Somos nosotros, los individuos, los que tenemos el poder de cambiar al mundo, por nosotros mismos, por todas las personas, y por el medio ambiente que nos sustenta a todos

Herramientas para integrar la cultura de Empresa Regenerativa





Verano Walmart

El objetivo de estos *webinars* fue brindar acceso y un espacio de entretenimiento a los hijos y sobrinos, de nuestros asociados de *staff* y operaciones a pláticas y talleres dinámicos sobre el planeta, reciclaje, alimentación saludable, cuidado de mascotas y reconocimiento y manejo de emociones.

1,434 participantes



Una Navidad para Todos

El objetivo de este *webinar* fue compartir con los asociados de *staff* y operaciones consejos divertidos y sencillos para generar nuevas tradiciones que nos lleven a disfrutar las diferentes etapas de las fiestas decembrinas (antes, durante y después) con un menor impacto ambiental y un gran impacto positivo en la sociedad.

1,221 participantes



Capacitación sobre Empresa Regenerativa

Durante 2022, se creó el curso multianual de Empresa Regenerativa. La finalidad es que nuestros asociados aprendan a identificar los cuatro pilares de la estrategia y su importancia, para que puedan colaborar en cada uno de los pilares por medio de la educación y práctica ambiental, social y de gobernanza.

Este año realizamos el lanzamiento de los primeros dos módulos del curso, **dirigido a gerentes de operaciones, subdirectores, directores y vicepresidentes. En el primer módulo se explicaron, de forma general, los cuatro pilares** que conforman nuestra estrategia: Oportunidad, Sustentabilidad, Comunidad y Ética e Integridad. **En el segundo módulo se explicó sobre la principal prioridad del pilar de Sustentabilidad, Cambio Climático.** A lo largo de 2023 seguiremos con la capacitación de los pilares restantes.

Comunicación con nuestros grupos de interés

Para Walmart de México y Centroamérica, mantener un diálogo cercano y abierto con sus grupos de interés es crucial para la operación del negocio y cumplir con el propósito de ayudar a las personas a ahorrar dinero y vivir mejor.

Con la finalidad de lograrlo, contamos con un equipo de Comunicación Corporativa que opera diferentes iniciativas para informar sobre las oportunidades que generamos en el mercado y su oferta de valor pública, así como para escuchar y anticipar las necesidades de nuestros clientes y asociados.



Redes sociales corporativas

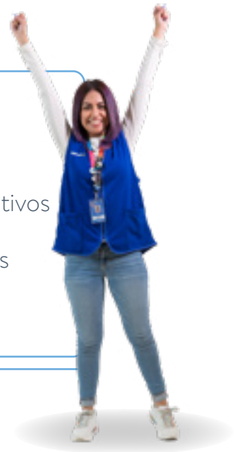
La marca corporativa Walmart de México y Centroamérica mantiene un diálogo permanente con sus grupos de interés a través de los perfiles oficiales en las redes de *Instagram*, *Facebook*, *LinkedIn*, *Twitter* y *YouTube*. En México, las **más de 700 publicaciones** generadas por la empresa en redes sociales llegaron a **más de 300 millones de personas.**

Vinculación con medios de comunicación masiva

Durante 2022, se emitieron **más de 190 contenidos para medios de comunicación,** y se coordinaron **más de 140 entrevistas periodísticas y activaciones con medios,** invitándolos a conocer la estrategia de la empresa.

Eventos corporativos

Cada año, Walmart de México y Centroamérica realiza eventos corporativos que son un punto de enlace con todos los asociados para alcanzar los objetivos del negocio. En 2022, participaron más de 29,500 asociados en estos eventos.



GESTIÓN ASG

GRI 2-13, 3-1,3-2,3-3

Nuestra gestión de temas ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) es cada vez más estratégica e integrada, con una ejecución basada en eficiencia, resultados y rendición de cuentas.



Comité Regenerativo

El Comité Regenerativo es el encargado de definir las prioridades ASG de la empresa a largo plazo, ajustar los procesos operativos y tomar decisiones, así como desarrollar planes de acción para cada asunto esencial. Está liderado por nuestro Director General y conformado por altos ejecutivos de cada una de las áreas de la empresa.



Nuestra Contribución a los ODS 2020-2022

A partir del 2020 integramos un histórico anual con indicadores de medición en cada uno de los 17 ODS que nos permiten identificar nuestro avance en su cumplimiento.



Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Somos signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde el año 2019.



Análisis de Materialidad

En el análisis de materialidad 2021 se ven reflejados aquellos temas que han adquirido mayor relevancia para nuestros grupos de interés y para nuestra empresa. En 2023 realizaremos un nuevo análisis de materialidad.

Oportunidad

¿QUÉ LOGRAMOS JUNTOS?

Brindar las mejores oportunidades para nuestros asociados y proveedores, en un ambiente diverso e inclusivo.

233,594
asociados forman parte de nuestra fuerza laboral

40,887
proveedores



Soy Andy
Asociada de staff / People Business Partner

"Tengo un año trabajando en Walmart, contenta de estar en un espacio donde puedes ser 100% tú"

OPORTUNIDAD

Como empresa líder en omnicanalidad, tenemos la enorme oportunidad de hacer la diferencia en la vida de las personas, las comunidades y el planeta

A través de nuestras operaciones, brindamos mejores oportunidades para que nuestros asociados construyan una mejor vida para ellos y sus familias.



OPORTUNIDAD DE CARRERA PARA NUESTROS ASOCIADOS

PROMOVER LA DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN EN WALMART Y MÁS ALLÁ

DESARROLLO PARA PROVEEDORES Y ECONOMÍAS LOCALES

OPORTUNIDAD DE CARRERA PARA NUESTROS ASOCIADOS

GRI 2-7

Reconocemos el valor de nuestros asociados para el éxito de nuestra compañía; por ello, nos centramos en los asociados, a través de su propio talento, como habilitador clave para nuestra estrategia.





Flywheel para Nuestros Asociados

2022 continuó siendo un año de transformación; por ello, se creó el *flywheel* de *People*, como apoyo fundamental a nuestro *flywheel* de negocio, creando un círculo virtuoso que conecta nuestra propuesta de valor para nuestros clientes con la propuesta de valor para nuestros asociados.

Redefinir la experiencia de los asociados para ganar en el *core*

Nos centramos en la experiencia de los asociados e invertimos en sus beneficios, el bienestar, el crecimiento y el desarrollo de nuestros asociados para retener al mejor talento

Crear una cultura impulsada por un propósito

Creamos una cultura impulsada por un propósito y ganamos la confianza de nuestros asociados inspirando, empoderando y celebrando su éxito





Asociados de operación (cumplir nuestra propuesta de valor)

Asociados de *staff* (apoyar la creación de valor)

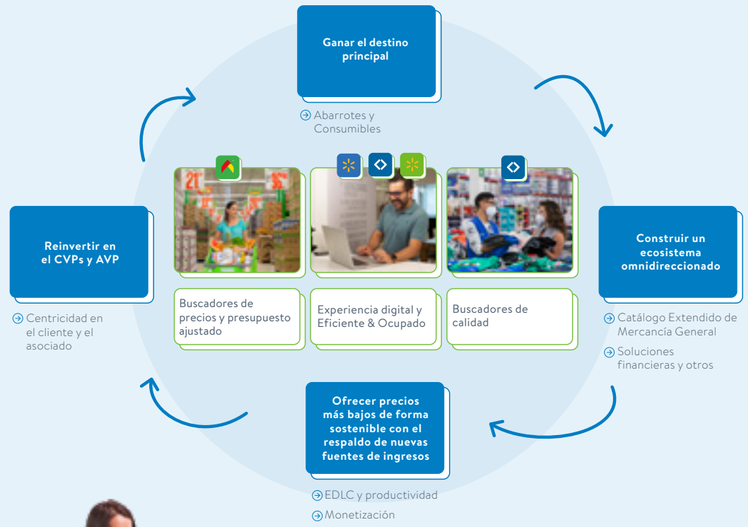
Mejorar y maximizar el potencial

Mejoramos y maximizamos el potencial de nuestros asociados, preparándolos y apoyándolos a lo largo de su trayectoria, y manteniendo su trabajo desafiante e interesante

Simplificar las formas de trabajo

Simplificamos la forma de trabajo, brindando a los asociados acceso a plataformas de fuerza laboral modernas y a herramientas digitales que evolucionan la forma en que se realiza el trabajo

Nuestro *Flywheel* pone al cliente en el centro





***MG:** Mercancías Generales
AVP: Propuesta de Valor para el Asociado
CVP: Propuesta de Valor para el Cliente

A través del *Flywheel* para nuestros asociados y con la finalidad de respaldar la estrategia comercial, nos hemos enfocado en el desarrollo de cuatro prioridades principales:



Enterprise Agility

Tener una organización enfocada en los cuatro pilares de la transformación, impulsando nuevas formas de trabajo y simplificación de procesos que permitan mejorar la productividad y reinvertir en el negocio

Talento de clase mundial

Desarrollar un modelo de gestión y evaluación de talento que permita identificar brechas para ejecutar iniciativas de desarrollo, retención y diferenciación de nuestro talento

Organización de alto desempeño

Fomentar la innovación y centrarse en los resultados, al tiempo que ofrecemos una propuesta de valor consistente, flexible y adecuada para nuestros asociados

Evolucionar nuestra cultura y bienestar

Desarrollar un modelo de seguimiento de impacto como *employer of choice*



De esta manera, hemos logrado maximizar nuestra **Propuesta de Valor al Asociado o Propósito, Reto, Oportunidad, Disfrute e Inclusión (PRODI),** y ofrecerle la mejor experiencia.

#Propósito

Continuar apoyando a nuestras comunidades e involucrando a nuestros asociados con la Fundación Walmart

#Reto

Impulsar el cambio y la transformación empresarial

#Oportunidad

Involucrar y comprometer a nuestros asociados a través de una cultura sólida, mejorando nuestras recompensas y estrategia de talento mientras crecemos y atraemos talento para el futuro

#Disfrute

Cultura ágil, digital e inclusiva, involucrando los valores fundamentales en toda la experiencia del asociado

#Inclusión

Asociados diversos y altamente capaces que pueden servir, liderar y hacer crecer el negocio



Nuestro Talento

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

No somos un *retail* tradicional, sino una plataforma de soluciones para nuestros clientes y nuestros asociados; por ello, mantenemos un compromiso con la atracción, retención e inclusión del mejor talento

6,313
empleos generados

TOTAL DE ASOCIADOS

233,594

POR GÉNERO





DE *STAFF*

12,158

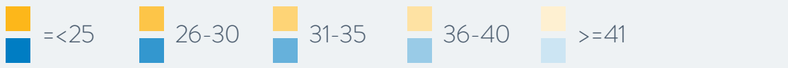


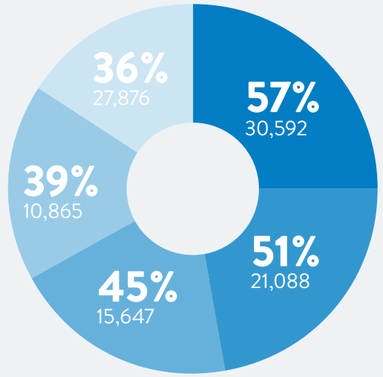
DE OPERACIONES

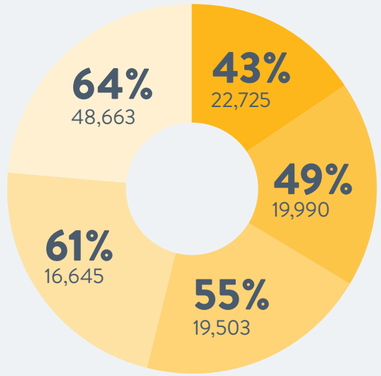
221,436



TOTAL DE ASOCIADOS POR EDAD
Años

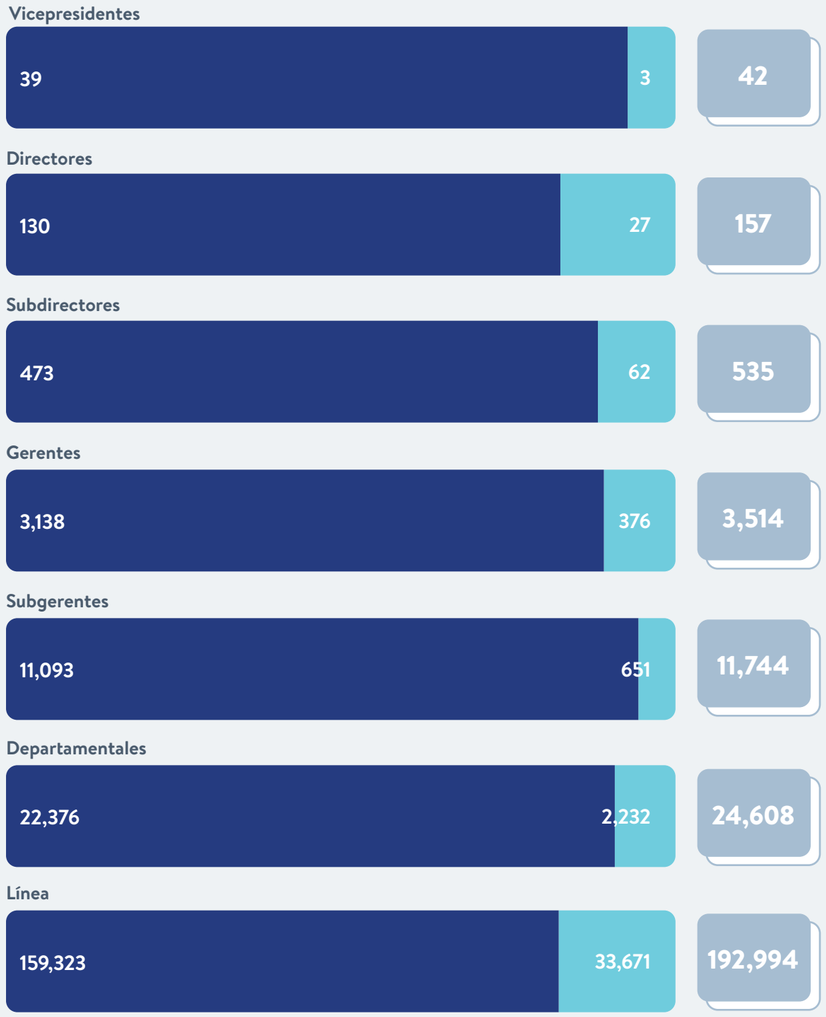






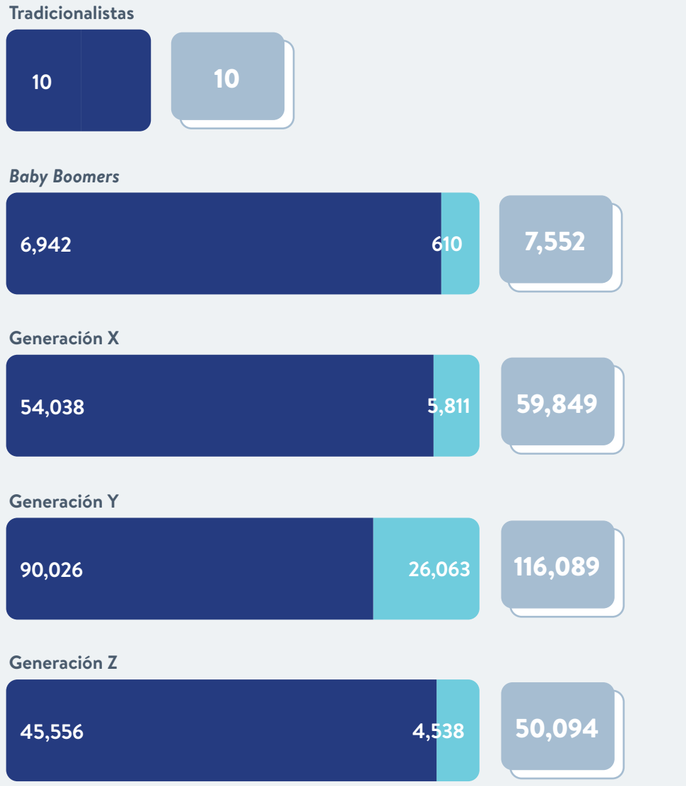
ASOCIADOS POR NIVEL

México | Centroamérica | México y Centroamérica



ASOCIADOS POR GENERACIÓN

México | Centroamérica | México y Centroamérica



ASOCIADOS CON NACIONALIDAD EXTRANJERA

1,388

0.098% | 3.23%

ANTIGÜEDAD PROMEDIO DE ASOCIADOS

5.10 años

5.01 | 5.18

TASA DE ROTACIÓN

37.54%



Asociados México

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

Hombres Mujeres

TOTAL

196,572

POR NIVEL

44%	56%	192,793
No ejecutivos		
59%	41%	3,779
Ejecutivos		

POR TIPO DE CONTRATO

	Permanentes			Eventuales			Temporada*		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Jornada parcial	69%	31%	**3,509**	57%	43%	**434**	55%	45%	**40**
Jornada completa	56%	44%	**172,335**	49%	51%	**15,200**	52%	48%	**5,054**
			TOTAL **175,844**			TOTAL **15,634**			TOTAL **5,094**
			43% 57%			51% 49%			48% 52%

POR GÉNERO

44% 56%

DE *STAFF*

52% 48% 9,887

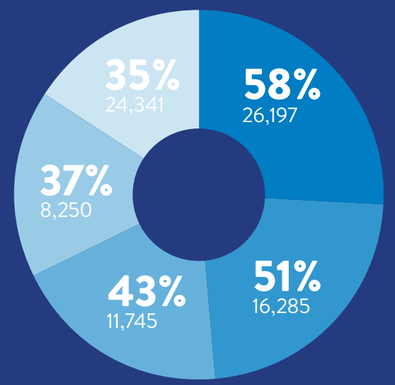
DE OPERACIONES

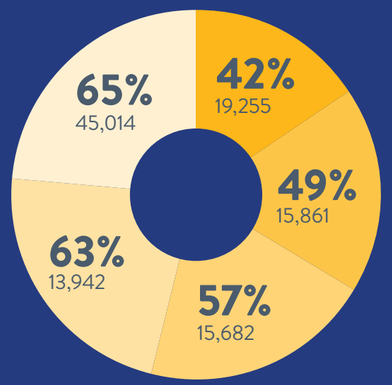
44% 56% 186,685

POR EDAD

Años

=<25 26-30 31-35 36-40 >=41





ALTAS Y BAJAS

	Altas			Bajas		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
=<25	41%	59%	**68,629**	40%	60%	**63,848**
26-30	46%	54%	**33,764**	45%	55%	**34,526**
31-35	55%	45%	**21,718**	54%	46%	**21,904**
36-40	60%	40%	**14,523**	58%	42%	**14,337**
>=41	61%	39%	**29,151**	60%	40%	**30,524**
			TOTAL **167,785**			TOTAL **165,139**
			51% 49%			52% 48%

*Periodo definido, no necesariamente 90 días

Asociados Centroamérica

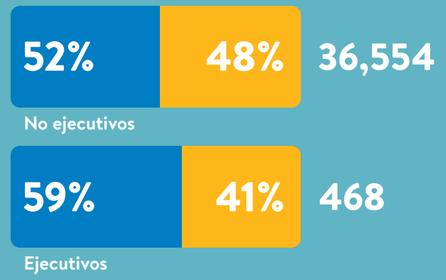
GRI 2-7, 2-8, 401-1
SASB CG-EC-330A.3

Hombres Mujeres

TOTAL

37,022

POR NIVEL



POR TIPO DE CONTRATO

	Permanentes			Eventuales		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Jornada parcial	68%	32%	**4,100**	78%	22%	**41**
Jornada completa	45%	55%	**32,344**	56%	44%	**537**
		TOTAL	**36,444**		TOTAL	**578**



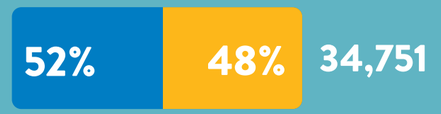
POR GÉNERO



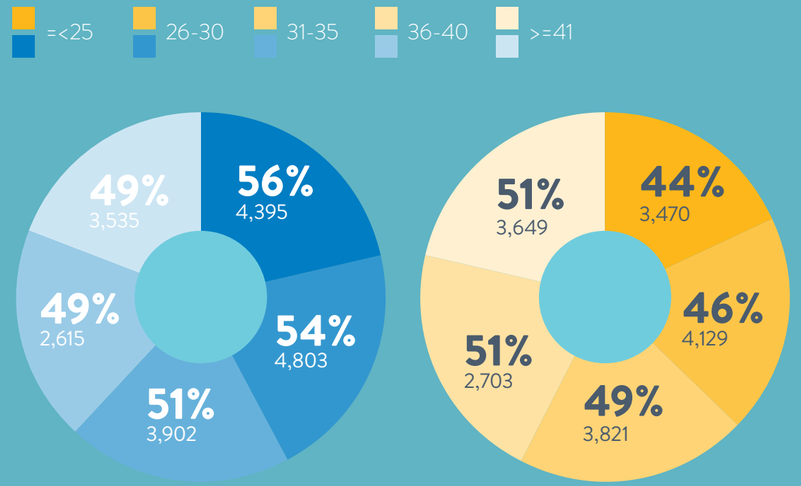
DE *STAFF*



DE OPERACIONES



POR EDAD
Años



ALTAS Y BAJAS

	Altas			Bajas		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
=<25	46%	54%	**6,203**	39%	61%	**4,185**
26-30	50%	50%	**3,435**	42%	58%	**4,017**
31-35	54%	46%	**2,172**	43%	57%	**2,829**
36-40	56%	44%	**1,222**	45%	55%	**1,691**
>=41	56%	44%	**1,102**	50%	50%	**1,699**
		TOTAL	**14,134**		TOTAL	**14,421**



Desarrollamos Nuestro Talento

GRI 404-1, 404-2

Maximizamos el potencial de nuestros asociados al ofrecerles entrenamiento constante para el desarrollo de sus habilidades.

Invertimos más de 5.1 millones de horas de capacitación para crear oportunidades de crecimiento

Integramos programas de aprendizaje que generan espacios de desarrollo tanto individual como grupal





Capacitación de asociados

315,376
asociados capacitados*

27,773
promociones

42.79
millones de pesos invertidos en capacitación en México y Centroamérica

16.18
horas de capacitación promedio por asociado*

135.68
pesos de inversión promedio por asociado*

25.97%
posiciones cubiertas por candidatos internos

HORAS DE CAPACITACIÓN POR NIVEL*

	México		Centroamérica	
	Horas hombre	Horas por asociado	Horas hombre	Horas por asociado
Vicepresidentes *(Tribe leads)*	291.03	7.46	9.30	9.30
Directores *(Tribe leads)*	1,756.22	11.71	301.85	10.06
Subdirectores *(Squad leads)*	5,832.99	11.60	496.04	7.29
Gerentes *(Squad members)*	69,777.92	20.41	2,538.96	5.82
Subgerentes *(Squad members)*	431,850.13	35.36	4,519.51	6.57
Departamentales *(Squad members)*	383,233.86	16.58	8,441.99	3.42
Línea *(Squad members)*	4,100,132.09	17.39	92,105.55	2.53

*Se consideran asociados activos y no activos

Programas de desarrollo México

- Herramientas de Calidad y Mejora Continua
- *Data Literacy*
- Programa *Trainee Category*
- Certificación Gerencial Autoservicios
- Al Día con las Membresías
- CER *On Demand*
- Talento con Discapacidad
- Prevención de Fraudes
- Programa de Centricidad
- CER Perecederos
- Mi Experiencia Walmart
- Empresa Regenerativa
- Liderando Equipos de Alto Desempeño
- *OnBoarding* Asesor Telefónico
- *OnBoarding* Ejecutivos
- *Mindset* de Consultor
- CER Cajas (Constancia, Excelencia y Resultados)
- SAP – Talento *Beta Test*
- DAR Mantenimiento
- DAR Operaciones (Descubre y Aprende el *Retail)*
- Montacargas
- Evoluciona 2.0
- Indicador SIMA
- Ecosistemas
- *Trainee* Operaciones

Programas de desarrollo *Centroamérica*

- **Prometeo**
- ***eCommerce*** (Superformatos)
- **Aperturas**
- **RH Analíticos**
- ***Data Literacy***
- **DAR Perecederos**
- **Experiencia Clienta CX** (Superformatos)
- **LESCO**
- **Mundo Logístico**



Plataformas digitales para capacitación en México y Centroamérica



LINKEDIN LEARNING

Este año, mantuvimos el uso de *LinkedIn Learning* alcanzando un total de 8,694 asociados capacitados por medio de esta herramienta

ULEARN

En 2022, seguimos ofreciendo capacitaciones a través de esta plataforma que permite a nuestros asociados tener acceso a más de 1,000 cursos



Herramientas de desarrollo

Modelo 70:20:10

En 2022, superamos importantes retos al promover una cultura impulsada por el propósito de desarrollar el talento en todas las tribus de la compañía. Por lo que implementamos nuestro **Modelo 70:20:10** para la gestión del desarrollo de nuestros asociados.

El objetivo de este programa es que nuestros asociados de *staff* y operaciones puedan construir un plan de desarrollo holístico, basado 70% en proyectos o asignaciones diferentes que les den mayor alcance a sus metas, 20% en aprendizaje social, conexión con otras personas y mentoría, y 10% en aprendizaje formal, como cursos y certificaciones.

Este modelo plantea

Aprender haciendo: participando o liderando un proyecto transversal, afrontando desafíos del negocio reales, a través de movimientos laterales y siendo miembro activo de un comité

Aprender de otros: participando en círculos de mentoría o mentoría individual, llevando a cabo reuniones 1:1 con líderes clave, haciendo *networking* interno y externo y finalmente, dando y solicitando *feedback*

Aprendizaje formal: por medio de la utilización de libros, *podcast*, películas, series o documentales y participando en cursos, talleres y certificaciones

Plan Individual de Desarrollo (PID): es una herramienta para que nuestros asociados identifiquen los aspectos que deben mejorar y cómo hacerlo. Al construirlo, nuestros asociados pueden dar seguimiento a sus avances y así identificar las competencias de su interés al mismo tiempo que un aliado los acompaña a lo largo de toda su carrera en la compañía. De esta manera, convierten su talento en fortalezas y trabajan en sus áreas de oportunidad.

Mentoría: es un programa de aprendizaje en el que dos personas (mentoría individual) o más (círculos de mentoría) pueden compartir experiencias y aprendizajes para crear accionables destinados a la mejora de un área de oportunidad o para potencializar un talento.

Este año, celebramos en México y Centroamérica la Semana Decide, en la que se reflexionó con algunos asociados sobre sus planes de carrera y la importancia de tener un PID

Evaluación a asociados

GRI 404-3

Uno de nuestros habilitadores es contar con el mejor talento dentro de nuestra compañía. Con el objetivo de seguir evolucionando, es importante evaluar el desempeño de nuestros asociados en México y Centroamérica.

Nuestro proceso de evaluación del desempeño se compone de tres puntos clave:

1 Simplificación de la evaluación

Realizamos una evaluación del desempeño de nuestros asociados, donde nos enfocamos tanto en el logro de los objetivos como en el desarrollo de las competencias, a través de una escala de tres clasificaciones: ejemplar / exitoso / con oportunidad.

2 Conversaciones poderosas

Seguimos implementando las conversaciones poderosas en diferentes momentos del año, con el objetivo de dar y recibir retroalimentación entre los líderes y los asociados, de manera cercana y en un ambiente de confianza.

3 Evolución de nuestros comportamientos

Mantuvimos el modelo global de cuatro comportamientos que nos permiten medir cómo vivimos y aplicamos nuestra forma de trabajo:

- Vive nuestros valores
- Cumple con el cliente
- Adopta el cambio
- Se enfoca en los asociados

Cabe destacar que los resultados y competencias tienen el mismo peso y cambian de acuerdo con el nivel de cada asociado.

Por otra parte, además de las evaluaciones de desempeño, contamos con el proceso de calibración que ayuda a nuestros asociados a saber cómo se perciben sus comportamientos dentro de la compañía. Lo anterior implica apostar hacia un desempeño sobresaliente para tener el potencial requerido para ocupar puestos donde las tareas son más retadoras y complejas.

27,813
asociados evaluados

25,716
México
52% mujeres | **48%** hombres

2,097
Centroamérica
47% mujeres | **53%** hombres

ADN Walmart

Complementario a nuestro programa de evaluación de asociados, y conscientes de la importancia de fomentar los comportamientos de liderazgo entre nuestro equipo, en febrero de 2022 lanzamos en México y Centroamérica el programa ADN Walmart, comportamientos de liderazgo. Este programa se conformó por más de 2,270 participantes. Algunas de nuestras acciones fueron:

- Lanzamiento del programa Reconocer
- Lanzamiento de cursos sobre comportamientos en *ULearn* y *LinkedIn Learning*
- Nueve episodios del *Podcast* ADN Walmart, donde tuvimos a 18 líderes de México y Centroamérica como *speakers* y llegamos a más de 15,000 reproducciones

Diálogo con asociados

SASB CG-EC-330A.1

En Walmart, entendemos la importancia de escuchar a nuestros asociados y atender sus necesidades. Por ello, año con año implementamos dos herramientas que nos permiten conocer la opinión de nuestro equipo laboral. Este proceso de escucha activa a nuestros más de 233 mil asociados de México y Centroamérica, permite diseñar acciones para mejorar su experiencia dentro de la compañía.

De esta manera, ejecutamos el Mes de la Retroalimentación, compuesto por diferentes actividades dentro de las cuales invitamos al 100% de nuestros asociados a responder la Encuesta de Compromiso y la Encuesta Retroalimenta a tu Líder. Cabe destacar que ambas encuestas son confidenciales y administradas por un proveedor independiente.



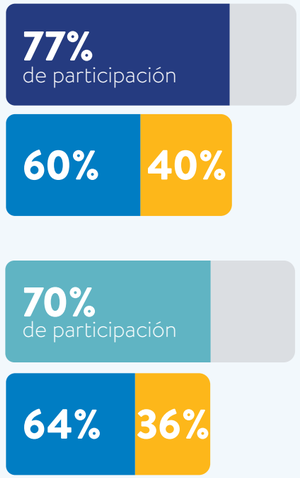
El Índice de Compromiso consolidado incrementó a

86%

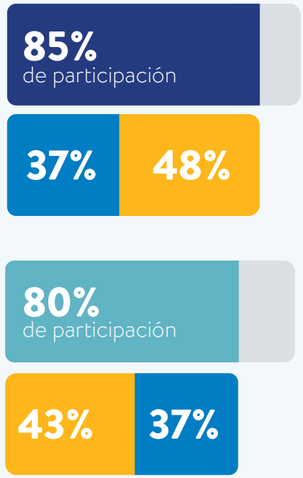
vs. 81% en 2021

Hombres Mujeres México Centroamérica México y Centroamérica

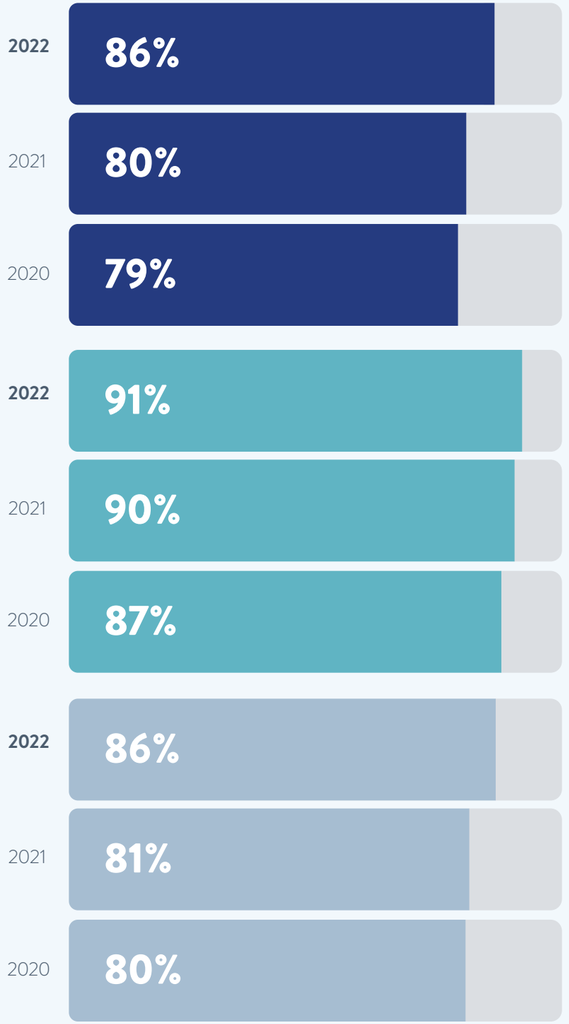
ENCUESTA RETROALIMENTA A TU LÍDER



PARTICIPACIÓN ENCUESTA DE COMPROMISO



ÍNDICE DE COMPROMISO





Horas de trabajo

GRI 409-1

Establecemos horarios de trabajo que contribuyan a la calidad de vida al interior de la compañía, así como un clima laboral positivo.

Descargar Política



Libertad de asociación

GRI 407-1

Garantizamos permanentemente los derechos laborales de nuestros asociados para que puedan elegir, de forma libre, la organización sindical a la que deseen pertenecer.

Bajo nuestro régimen de contratación colectiva en México, el 61.6% de nuestros asociados están representados por un sindicato o cubiertos por convenios colectivos, es decir el 100% de los asociados elegibles de acuerdo con la ley.

Descargar Política

Balance de vida

GRI 201-3,403-3,403-6

Nuestros asociados están al centro de nuestra compañía y su bienestar es importante para el óptimo funcionamiento de cada una de las áreas que conforman a Walmart. Por tal razón, estamos convencidos de que, al proveer salarios, beneficios competitivos y condiciones de calidad de vida adecuadas, se contribuye a generar un entorno positivo para nuestros asociados.



Con el objetivo de procurar la calidad de vida de nuestros asociados en México y Centroamérica, hemos implementado acciones enfocadas en proporcionar apoyo para su bienestar físico, emocional y financiero

FÍSICO

- Cobertura del seguro para cubrir COVID-19
- Aplicación de pruebas PCR y antígenos
- Chequeo médico continuo
- Trabajo remoto para asociados de *staff*
- Asistencia médica gratuita para asociados y familiares

EMOCIONAL

- Programa de Asistencia Integral (PAI), el cual abarca temas psicológicos, nutricionales, legales y financieros
- Campañas y seminarios *web* sobre temas emocionales y psicológicos



FINANCIERO

- 10% de descuento permanente en nuestras tiendas para asociados
- Seminarios *web* en finanzas
- Anticipo en efectivo de caja de ahorro
- Pago de nómina semanal para asociados de operaciones

Beneficios para nuestros asociados

GRI 201-3

SALAS DE LACTANCIA

6
salas de lactancia en oficinas corporativas para asociadas de *staff* en México

133
salas de lactancia en nuestras unidades para asociadas de operaciones en México

CONSULTORIOS MÉDICOS

4
consultorios médicos localizados en oficinas corporativas en México

23
consultorios médicos funcionando en nuestros CeDis en México

+450
consultorios médicos funcionando en nuestras unidades en México

CAMPAÑAS DE VACUNACIÓN

2,126
vacunas contra influenza a nuestros asociados de *staff* y a 336 familiares, en México

7,538
vacunas contra influenza a nuestros asociados de operaciones en México

23,752
pruebas realizadas para detectar COVID-19 en México

NUTRICIÓN

4,037
citas de asociados con nuestro equipo de nutriólogas en México



SUBSIDIO POR ALIMENTACIÓN

Subsidios de hasta el 100% del costo diario del desayuno o 50% del costo diario del almuerzo en oficinas centrales en Centroamérica



Plataforma de convenios y beneficios

Ponemos a disposición de todos nuestros asociados en México una plataforma de convenios y beneficios que ofrece desde un 10% hasta un 70% de descuento en marcas de productos y servicios automotrices, de belleza, alimentos y bebidas, tecnología y hogar, entre otros. En Centroamérica, específicamente en Costa Rica, se implementó una nueva plataforma de convenios que se replicará en el resto de los países de la región en 2023.



Hasta
70%
de descuento para nuestros asociados en la plataforma de convenios y beneficios

Hacia la nueva normalidad

Este año, uno de los retos más importantes que tuvimos fue el ajuste de nuestro modelo de *way of working* de manera híbrida para adaptarnos a una nueva normalidad. En este contexto, comenzamos el retorno a las oficinas de manera gradual a partir de marzo y hoy, estamos orgullosos de afirmar que nuestros asociados disfrutan estar de vuelta.



El índice de satisfacción con la experiencia de regreso de manera híbrida a las oficinas fue de 84% en México y 91% en Centroamérica



El modelo de trabajo híbrido-flexible ha traído beneficios para nuestros asociados de *staff*, como el fortalecimiento de una cultura de confianza y compromiso, el balance de la vida laboral y familiar y la agilización de la comunicación entre los equipos de trabajo, entre otros.

Nos hemos apoyado en la tecnología como habilitador para hacer más fácil la vida de nuestros asociados

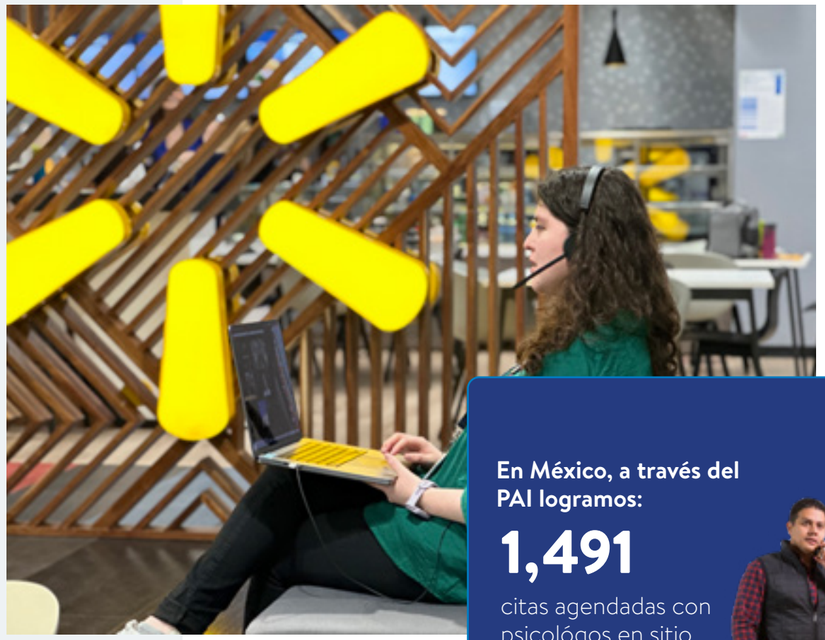


Programa de Asistencia Integral (PAI)

Para Walmart de México y Centroamérica, el bienestar de todos los asociados es nuestra prioridad. Por ello, en 2022, nuestro Programa de Asistencia Integral (PAI) se renovó en servicios y números de contacto exclusivos para Walmart. Además de brindarles apoyo a nuestros asociados con herramientas o recomendaciones en temas relacionados con asistencia emocional, asesoría legal y economía familiar, se sumaron nuevos servicios, también disponibles para sus familiares directos:

- Asistencia médica
- Asistencia veterinaria
- Asistencia nutricional

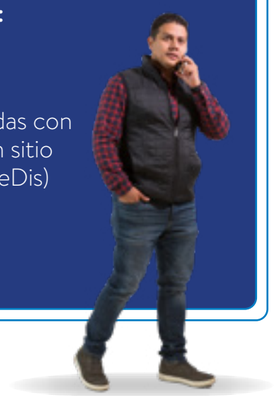
El programa cuenta con expertos que podrán orientarlos de manera gratuita y confidencial, vía telefónica. De igual manera, la asistencia está disponible de lunes a sábado de 9:00 AM a 9:00 PM, a excepción de las especialidades médica y emocional, que dan atención las 24 horas, los 365 días del año.



En México, a través del PAI logramos:

1,491

citas agendadas con psicológos en sitio (Oficinas y CeDis)



Durante 2022, en México recibimos más de 8,800 llamadas

- **56%** atención psicológica
- **20%** atención jurídica
- **10%** atención nutricional
- **7%** atención médica
- **3%** información general
- **3%** atención veterinaria
- **1%** atención financiera

En Centroamérica, se implementó por primera vez en los cinco países, el servicio de telemedicina por medio del PAI sin ningún costo adicional, con cobertura para el 100% de nuestros asociados (fijos y temporales) y sus familiares directos: pareja, padres, hijos y hermanos.

Webinars

Como parte de este programa, en México y Centroamérica brindamos 174 *webinars* sobre temas de bienestar integral, incluyendo la Semana de la Salud Emocional y la Semana de la Salud Financiera. Contó con la participación de un total de 40,000 asociados de *staff* y de operaciones y sus familias.



86

webinars de PAI

Flexibilidad laboral

GRI 401-3

Contamos con diferentes iniciativas que ofrecemos a nuestros asociados de México y Centroamérica

EMERGENCIAS DE MATERNIDAD

- En caso de emergencias, como el fallecimiento de la madre en el parto u hospitalización del bebé, los padres podrán tomar el tiempo de licencia de maternidad en lugar de los de paternidad, en México y Centroamérica

ADOPCIÓN

- En México y Centroamérica, cuando se realiza una adopción o maternidad subrogada, nuestras asociadas y asociados tienen la oportunidad de tomar un descanso de una semana previo a la llegada del bebé

LICENCIA POR MATERNIDAD Y PATERNIDAD

- En México, contamos con licencias de maternidad de cinco meses y de paternidad por dos semanas
- En Centroamérica, la licencia por maternidad se otorga con base en la seguridad social de cada uno de los países. Otorgamos 12 días hábiles por licencia de paternidad.



SI DESEAS CONOCER MÁS SOBRE TODOS LOS **BENEFICIOS PARA NUESTROS ASOCIADOS DA CLIC AQUÍ**

PARA NUESTROS ASOCIADOS DE OPERACIONES

- Contamos con un turno fijo en periodo de lactancia, horarios para estudiantes, transferencias por calidad de vida, turnos fijos para madres o padres solteros, así como un fin de semana libre mensual para gerentes y subgerentes de las unidades en México y Centroamérica

LICENCIA POSNATAL

- 20 semanas de licencia adicionales a la maternidad del Seguro Social
- Paternidad: horario flexible con jornadas de 6 horas durante un mes, tras los 14 días de licencia
- En Centroamérica, pueden optar por 4 meses de horario reducido o entre 28 y 33 días hábiles de licencia, dependiendo de su jornada laboral

PARTO PREMATURO

- Se toma la fecha de nacimiento del bebé como referencia para garantizar las 14 semanas de licencia contempladas por la ley en México

SEMANA FLEXIBLE PARA ASOCIADOS DE *STAFF*

- En México y Centroamérica, nuestros asociados pueden acomodar sus horas de trabajo de lunes a jueves para tener viernes cortos

PROMOVER LA DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN

GRI 405-1, 406-1
SASB CG-EC-330A.3, CG-MR-330A.1

Trabajamos en consolidar nuestra estrategia de diversidad, equidad e inclusión en todos los países donde operamos, impulsando acciones incluyentes para nuestros asociados, clientes, proveedores y las comunidades donde operamos.

Estrategia de diversidad, equidad e inclusión

Nuestro compromiso es crear un lugar de trabajo donde todos se sientan incluidos y con oportunidades de ser, crecer y pertenecer.

Nuestra estrategia de diversidad, equidad e inclusión consta de cuatro pilares

1. EQUIDAD DE GÉNERO
2. DIVERSIDAD SEXUAL Y DE GÉNERO
3. TALENTO CON DISCAPACIDAD
4. NO DISCRIMINACIÓN



Consejo Consultivo de Diversidad, Equidad e Inclusión

El Consejo Consultivo de Diversidad, Equidad e Inclusión está constituido por líderes de operaciones y negocios de México y Centroamérica, con el propósito de consolidar iniciativas incluyentes como parte de nuestra estrategia.

En 2022, la ruta de sensibilización se enfocó en principios de inclusión corporativa, diversidad sexual y de género y en lenguaje incluyente.



Políticas y códigos que respaldan nuestra cultura de diversidad, equidad e inclusión

Para respaldar el compromiso con la diversidad, equidad e inclusión, hemos desarrollado políticas que fortalecen nuestra estrategia y prohíben cualquier tipo de discriminación.

- Código de Conducta
- Política de Igualdad de Remuneración
- Política Global de Prevención de Acoso y Discriminación



GRI 404-3

Asimismo, consideramos relevante la capacitación, por lo que integramos tres módulos al programa de capacitación en diversidad, equidad e inclusión:

- Equidad de Género
- Comunidad LGBTQ+
- Talento con Discapacidad

En 2022, más de 7,000 líderes en México y Centroamérica se certificaron en siete módulos de diversidad, equidad e inclusión:

1. Básicos de diversidad equidad e inclusión
2. Gestión de talento con discapacidad
3. Ajustes razonables para talento con discapacidad
4. Diversidad sexual y de género
5. Lenguaje incluyente
6. Reclutamiento incluyente
7. Sesgos inconscientes

1 Equidad de Género

55% de las promociones laborales fueron para mujeres

- **57%** México
- **43%** Centroamérica

55% de nuestra fuerza laboral son mujeres

- **56%** México
- **48%** Centroamérica

171 mujeres se desarrollan en puestos de Ingeniería y Tecnologías de la Información

- **127** México
- **44** Centroamérica

En 2022, cumplimos con la meta de contar con el 41% de puestos ejecutivos ocupados por mujeres

NUESTRA META

Alcanzar **42%** de mujeres en puestos ejecutivos para el 2023



Política de Igualdad de Remuneración

GRI 2-20, 202-1, 405-2, 102-36
SASB FB-FR-310A.1, CG-MR-310A.1

En Walmart de México y Centroamérica estamos comprometidos con la igualdad entre todos nuestros asociados, sin distinción o preferencia por ninguna razón que no sea basada en sus logros y desempeño.

Como parte de los compromisos que hemos establecido, están:

- Garantizar que no existan diferencias salariales por razón de género, edad, religión, preferencia sexual o ideología política
- Asegurar que las diferencias que existan en la remuneración se deban al desempeño individual, así como a los logros de cada asociado, mismos que se evalúan anualmente con base en la antigüedad en la empresa y el apego a los comportamientos de éxito que están plasmados en las políticas de la compañía



- Cumplir y exceder el salario mínimo establecido por las autoridades
- Promover permanentemente la igualdad de remuneración entre hombres y mujeres
- Supervisar que existan políticas y procedimientos internos eficaces de igualdad de remuneración
- Promover estrategias, programas e iniciativas que permitan la identificación, desarrollo y retención de talento diverso para incentivar la participación en todos los niveles de la organización



- Asegurar el acceso a la seguridad social de nuestros asociados
- Fortalecer la transparencia y la comunicación al establecer y revisar la remuneración

DESCARGAR POLÍTICA DE IGUALDAD DE REMUNERACIÓN

Asimismo, ofrecemos programas para propiciar el desarrollo profesional de nuestras asociadas en México y Centroamérica, como:

Mujeres en *Retail*

Programa diseñado para nuestras asociadas que busca desarrollar y retener el mejor talento. Está basado en cuatro ejes de desarrollo: experiencia, exposición, educación y mentoría.



Mujeres Imparables

Programa dirigido a mujeres con alto potencial a nivel gerencia, y tiene como objetivo fortalecer habilidades y competencias que les permitan desarrollarse de manera acelerada dentro de la compañía.

Mujer Ejecutiva y Círculos de Confianza

Programa enfocado en desarrollar temas como liderazgo personal y autogestión, gestión del talento, pensamiento estratégico, liderar la transformación, gestión del cambio, persuasión, poder e influencia, entre otros.

Mes de la Mujer

Conmemorando este mes, llevamos a cabo acciones de educación y comunicación enfocadas en la equidad.

Bloomberg

Como resultado de nuestro trabajo para crear un espacio de trabajo diverso e incluyente, **por sexto año consecutivo, Walmart de México y Centroamérica fue incluida en el Índice de Equidad de Género** (GEI, por sus siglas en inglés) de *Bloomberg*, el cual analiza el desempeño de las empresas a nivel global sobre los avances en equidad de género.

En 2022, nos ubicamos en la **4° posición del *ranking* Empresas para Trabajar para Mujeres de Expansión y *Top Companies* en México,** avanzando seis posiciones vs. 2021

Distintivo Naranja

La Secretaría de la Mujer del Estado de México nos otorgó**, por segundo año consecutivo, el Distintivo Naranja por la Igualdad en las Empresas,** por las acciones que hemos llevado a cabo con el objetivo de generar espacios de igualdad laboral entre mujeres y hombres.

2

Diversidad Sexual y de Género

En Walmart de México y Centroamérica promovemos el respeto por las diferencias y valoramos la diversidad; por ello, trabajamos cada día para crear un entorno seguro, donde puedes ser 100% tú.

#EsteEsElLugar donde puedes ser 100% TÚ

Este año, llevamos a cabo acciones en México y Centroamérica para celebrar el Mes del Orgullo LGBT+, durante junio:

9,606 participantes en el Mes del Orgullo LGBT+

Primera develación de la bandera LGBT+ en Walmart Toreo

Campaña de lenguaje incluyente Mamá Lucha, todes son bienvenides

Marcha virtual del orgullo LGBT+ en México, Chile y Centroamérica

Cuatro sesiones con voceros internos y externos para **sensibilizar a nuestros asociados sobre la comunidad LGBT+**



Distintivo Mejores Lugares para Trabajar LGBTQ+

En 2022 en México, recibimos por sexto año consecutivo la certificación Mejores Lugares para Trabajar LGBTQ+ de la Fundación *Human Rights Campaign*, por nuestras acciones para generar lugares seguros y libres de discriminación.



3

Talento con Discapacidad

7,763
asociados con algún tipo de discapacidad

6,010 México

1,753 Centroamérica

Aumentamos 14% nuestro talento con discapacidad vs. 2021

En 2022 en México se llegó al 3.1% de asociados con discapacidad y en Centroamérica al 4.74%



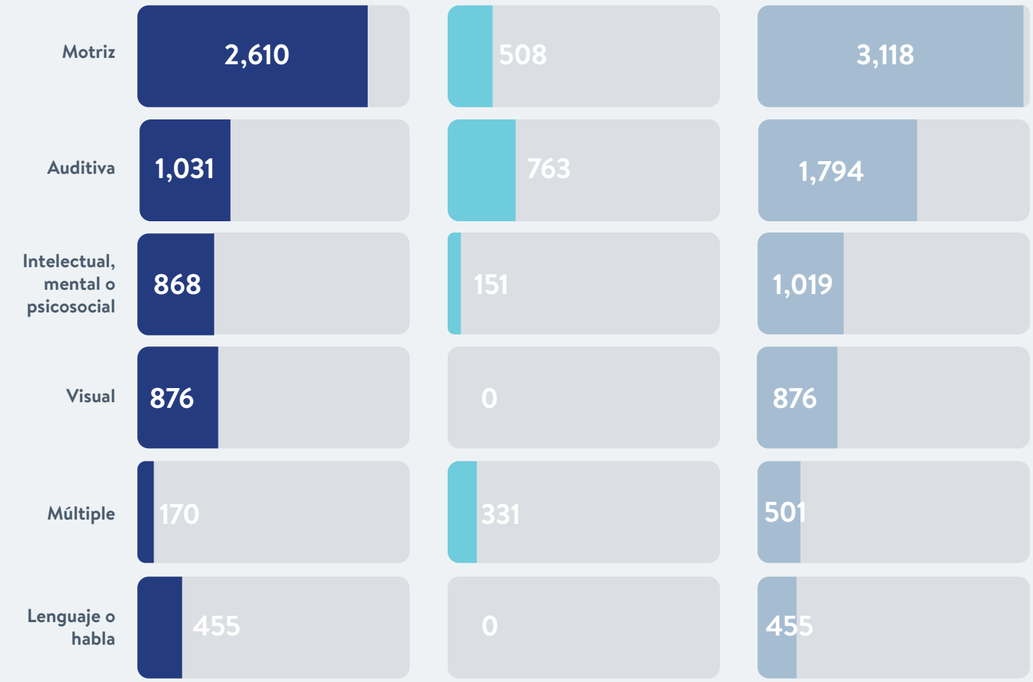
NUESTRA META

Para 2023, nuestra meta es incrementar en 20% nuestro talento con discapacidad vs. 2022, en México

POR GÉNERO

México		Centroamérica	
43% mujeres	**57%** hombres	**41%** mujeres	**59%** hombres

POR TIPO DE DISCAPACIDAD



A lo largo de 2022, implementamos iniciativas enfocadas a la inclusión de personas con cualquier tipo de discapacidad a nuestro equipo laboral. De esta manera, ofrecemos oportunidades para integrarse a la compañía y desarrollarse profesionalmente.

+300

asociados recibieron capacitación y **se graduaron en lenguaje de señas costarricense y lenguaje de señas mexicano**

Exportamos la práctica de **Chalecos para Talento con Discapacidad Auditiva** a Walmart Canadá

Lanzamos la **guía de servicio a clientes con discapacidad**

Creamos **programas para el desarrollo del talento con discapacidad**

+184

cursos que cuentan con **accesibilidad para talento con discapacidad auditiva, visual e intelectual**

Implementación de **transporte permanente** a CeDis y modernización de infraestructura en tienda para **asociados con discapacidad**

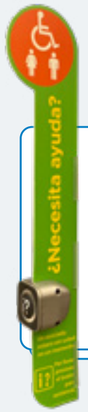
Accesibilidad e inclusión

Nuestras tiendas, oficinas y CeDis, cuentan con la infraestructura necesaria para que nuestros asociados con discapacidad puedan realizar su día a día sin contratiempos y con seguridad, entre los elementos con los que contamos se encuentran:



Señalización en sistema *Braille*

Señalética de identificación de áreas, con textos en relieve y sistema de *Braille*. “Sanitario Mujeres” y “Sanitario Hombres”.



Botón de asistencia

Botón inalámbrico con conexión a los radios portátiles de los asociados. Emite un sonido precargado en el radio del asociado: “Se solicita asistencia en _____ para persona con discapacidad”.

Mapas hápticos

Mapa general del piso de venta de la unidad y /o de la configuración de los sanitarios, con representaciones gráficas en relieve y textos en código *Braille*.

eCommerce* electrónica / quiosco *eCommerce

Todas las unidades que cuentan con *eCommerce* electrónica, cuentan con mobiliario con la sección accesible para personas con discapacidad.

Mobiliario adaptado

Checkout con sección accesible para personas con discapacidad.



Piso podotáctil

Guía podotáctil indicativo de camino, alerta y/o cambio de dirección para personas con discapacidad visual.

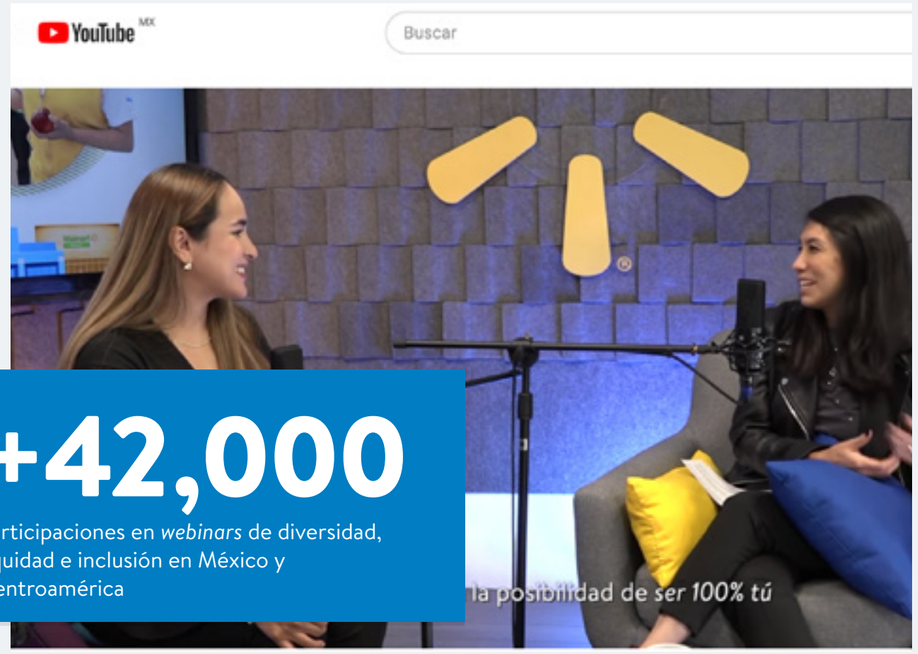
Este año fuimos reconocidos con el Distintivo Éntrale, otorgado por la Alianza Éntrale y el Consejo Mexicano de Negocios, que acredita las mejores prácticas de inclusión de las personas con alguna discapacidad al entorno laboral.

4

No Discriminación

GRI 406-1

La diversidad, equidad e inclusión es parte fundamental de nuestra cultura; por ello, cada día trabajamos para crear espacios seguros y libres de cualquier tipo de discriminación. Por tal razón, hemos realizado importantes acciones para seguir fortaleciendo nuestro compromiso:



+42,000

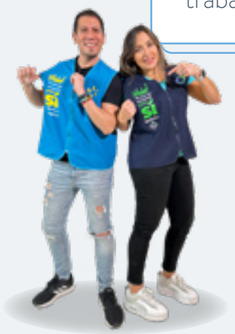
participaciones en *webinars* de diversidad, equidad e inclusión en México y Centroamérica

Iniciativas y campañas de no discriminación

Desde 2019, seguimos llevando a cabo el entrenamiento de ética para la prevención del acoso sexual para los líderes a nivel global

Con más de 250 participantes en México y Centroamérica, lanzamos ARGs *(Associates Resources Groups),* grupo de aliados y aliadas que promueven acciones incluyentes.

Además, dimos continuidad a la **campaña interna sobre No Discriminación** dentro de nuestros espacios de trabajo que se lanzó en 2021.



En 2022, recibimos la certificación en la Norma Mexicana en Igualdad Laboral y No Discriminación

Asimismo, implementamos campañas de *marketing* incluyente en México y Centroamérica y fuimos reconocidos por la Oficina de Control de Propaganda del Ministerio de Gobernación de Costa Rica, con el Reconocimiento a las buenas prácticas de la publicidad – Edición 2022, por nuestra campaña **La Verdadera Belleza Centroamericana.**



DESARROLLO PARA PROVEEDORES Y ECONOMÍAS LOCALES

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

La escala de nuestra compañía nos permite brindar acceso a nuestros proveedores a más de 6 millones de clientes y socios que acuden a nuestras tiendas o sitios de *eCommerce* diariamente. Por ello, nuestra dimensión y alcance es una herramienta para impulsar y desarrollar a nuestros proveedores, así como para brindar apoyo a pequeños productores agrícolas que se encuentran en condiciones vulnerables.



40,887
proveedores

25,400
México

15,487
Centroamérica

4,948
proveedores nuevos

3,783
México

1,165
Centroamérica

Cadena de suministro inclusiva

Nuestros proveedores nos ayudan a satisfacer las necesidades de millones de clientes diariamente con artículos y servicios que se producen y se distribuyen de forma responsable. Por eso, estamos comprometidos con crear oportunidades económicas y de desarrollo para todas las personas que trabajan a lo largo de nuestra cadena de suministro: proveedores, las personas que emplean y sus comunidades.

92%
de nuestros proveedores en México son pymes

83.49%
de la mercancía vendida en Centroamérica se compra dentro de la región

89.12%
de la mercancía vendida en México se compra dentro del país



Compra directa a proveedores locales

Con el objetivo de fomentar el desarrollo de las economías locales, promovemos la compra directa a proveedores locales

COMPRA DIRECTA A PROVEEDORES LOCALES DE NUESTRAS MARCAS

México Centroamérica

82.86% **50.19%**

DE LOS PROVEEDORES DE AUTOSERVICIO SON NACIONALES

92.31% **72.23%**

DE LAS VENTAS SON DE PROVEEDORES NACIONALES



Compra directa a proveedores locales de perecederos

México Centroamérica

PESCADOS Y MARISCOS

COMPRA DE PRODUCTO NACIONAL/REGIONAL

25.52% 32.80%

COMPRA DIRECTA AL PRODUCTOR

63.55% 11.71%



COMPRA A PROVEEDORES

54.20% Nacionales | 45.80% De importación

51.08% Regionales | 48.92% De importación

FRUTAS Y VERDURAS

COMPRA DE PRODUCTO NACIONAL/REGIONAL

87.09% 72.70%

COMPRA DIRECTA AL PRODUCTOR

50.69% 58.29%



COMPRA A PROVEEDORES

79.03% Nacionales | 20.97% De importación

75.66% Regionales | 24.34% De importación

Compra directa a proveedores locales de perecederos

México Centroamérica

CARNES



COMPRA DE PRODUCTO NACIONAL/REGIONAL

93.23% 54.57%

COMPRA DIRECTA AL PRODUCTOR

39.06% 24.43%

COMPRA A PROVEEDORES

99.95% Nacionales — 0.05% De importación

65.29% Regionales — 34.69% De importación

AVES

COMPRA DE PRODUCTO NACIONAL/REGIONAL

91.86% 93.29%

COMPRA DIRECTA AL PRODUCTOR

91.65% 63.30%

COMPRA A PROVEEDORES

97.85% Nacionales — 2.15% De importación

76.98% Regionales — 23.02% De importación



Plataformas de desarrollo

GRI 204-1



Adopta una PyMe

Adopta una PyMe es un programa de aceleramiento empresarial para pequeñas y medianas empresas en México, en donde el propósito es contribuir a su desarrollo operativo, financiero y logístico para incrementar sus ventas, así como para propiciar una visión más amplia y estratégica del negocio.

A lo largo de 18 meses, los proveedores reciben capacitación en aspectos comerciales, logísticos y estratégicos, con el apoyo de asociados expertos de Walmart. Además, el líder por categoría o *Category Manager* les ofrece asesoría personalizada para construir un plan de crecimiento en ventas.

Asimismo, los proveedores que participan en este programa están exentos del cargo por Promotoría Eficiente (servicio que incluye el recibo, llenado, y acomodo de mercancía en anaqueles), en las tiendas Bodega Aurrera Express, Mi Bodega, y Walmart Express de todo el país. Lo anterior busca que nuestros proveedores pequeños y medianos inviertan recursos en sus estrategias y operaciones, una vez que han aprendido a potenciarlas.

Desde 2014 a la fecha, hemos apoyado a más de 350 proveedores, quienes han tenido un aumento acumulado de ventas del 33%

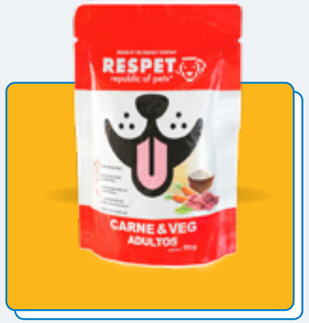
25 pymes apoyadas en 2022

12.44%
de incremento en ventas, alcanzamos nuestro objetivo 2022 en un 68.7%

+170
millones de pesos en ventas

En 2022, tuvimos la octava generación del programa con la participación de 25 pymes, quienes adicionalmente recibieron el apoyo de nuestra plataforma omnicanal **Walmart *Connect*,** para tener acceso a espacios publicitarios masivos.

Con el programa Adopta una PyMe, Walmart de México y Centroamérica refuerza la importancia de su cadena de suministro como una pieza medular del negocio, contribuyendo al fortalecimiento de sus proveedores y al desarrollo del país y las familias en México.





Una Mano para Crecer

Nuestro programa **Una Mano para Crecer** promueve el crecimiento y desarrollo de pymes manufactureras en Centroamérica y asegura la calidad de productos para nuestros clientes. Cabe mencionar que muchos de los proveedores que participan en este programa son mujeres, ya que tenemos especial interés en el empoderamiento económico de la mujer en la región.

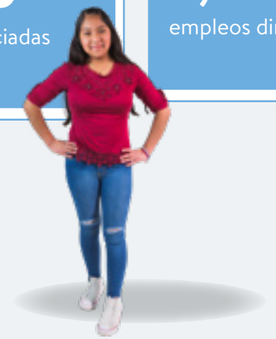
Al incorporarse como un proveedor regular y durante los siguientes tres años, las pymes reciben un trato preferencial en actividades promocionales, servicio de centralización, capacitación gratuita, seguimiento al desempeño de su negocio y, en algunos casos, asistencia técnica.

462 pymes apoyadas

33% son lideradas por mujeres

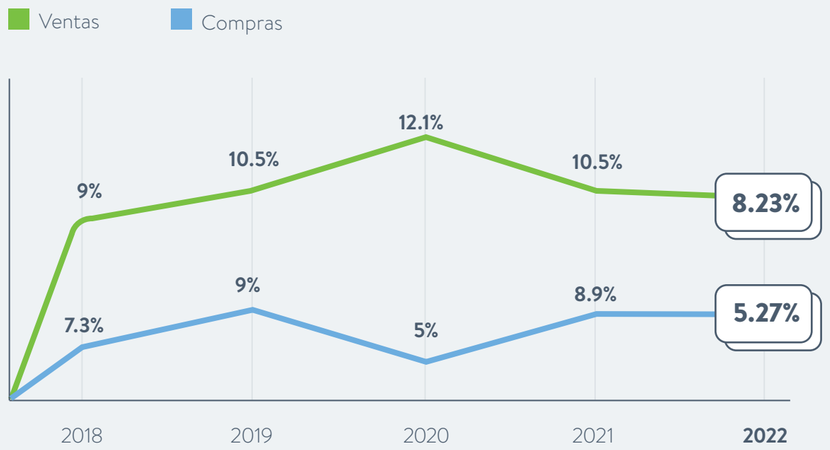
11,306 familias beneficiadas

7,306 empleos directos



RESULTADOS DEL PROGRAMA UNA MANO PARA CRECER

Incremento porcentual en 2022 vs. 2021



Tierra Fértil

Tierra Fértil es nuestro programa de apoyo para pequeños y medianos productores agrícolas en Centroamérica, a través del cual buscamos propiciar prácticas agrícolas sostenibles, relaciones de negocios a largo plazo, crecimiento en innovación, ventas y mercado para nuestros proveedores, así como asegurar un mercado seguro, compras directas, asesoría técnica e inversiones específicas como equipo y compra de insumos.



El programa se compone de tres aspectos principales:

1

Compra directa al productor

Permite el acceso a precios competitivos al evitar intermediarios y asegurando el pago oportuno

2

Acceso a la tecnología y el conocimiento

Se realizan donaciones directas de bienes o a través de proyectos que faciliten el acceso a herramientas, equipos, tecnologías agrícolas y recursos de inversión directa.

Además, se proporciona asesoría en:

- Producción limpia y con bajos niveles de agroquímicos
- Control de enfermedades y plagas
- Nutrición y cuidado de la siembra
- Manejo de suelos
- Uso racional de los recursos

3

Capacitación y asistencia técnica

Brindamos asesoría en temas como:

- Calidad de semillas
- Rotación de cultivos
- Manejo post-cosecha
- Uso responsable de agroquímicos
- Uso responsable del agua
- Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)
- Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)
- Administración y finanzas básicas



Festivales Tierra Fértil

Durante 2022, se realizaron seis festivales en 136 tiendas, con la finalidad de dar acompañamiento con diferentes conceptos comerciales a nuestros productores, en temas como: plan de siembra y manejo post-cosecha, entre otros.

NUESTRA META

Para 2025, nos hemos planteado la meta de **aumentar el acceso al mercado sostenible** y mejorar los medios de vida de nuestros pequeños agricultores

Nueva *app* Tierra Fértil

Con la finalidad de reducir la brecha digital de los productores agrícolas, en 2022 lanzamos una nueva aplicación que brinda información a 246 participantes del programa, para mejorar el rendimiento y productividad de sus cosechas. De igual forma, **les permite conocer los beneficios que pueden obtener al formar parte de un mundo digital,** ya que, a través de cualquier dispositivo móvil tienen acceso a calendarios de capacitaciones, información del clima, noticias de su país y requerimientos técnicos de los cultivos.

Actualmente
90%
de los productores agrícolas de Walmart Costa Rica utilizan esta aplicación



Durante 2022, logramos un 62% de acceso al mercado sostenible y mejora en los medios de vida para nuestros pequeños agricultores. Para 2025, nos hemos planteado la meta de aumentar en 90%.

691
personas capacitadas, de las cuales 75 son mujeres

684
productores apoyados, de los cuales 73 son mujeres

11,555
familias beneficiadas

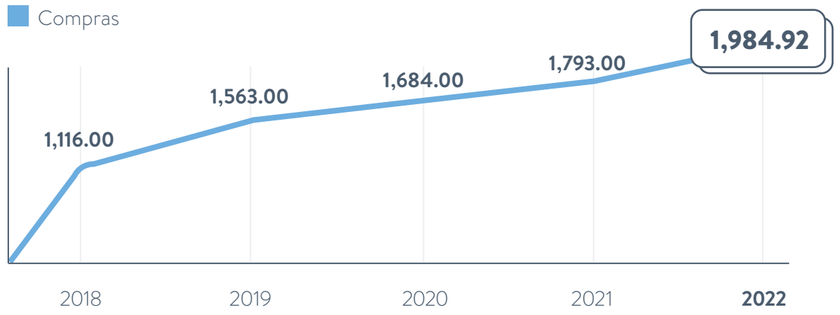
1,984.92
millones de pesos comprados a productores

102
capacitaciones técnicas

10,844
empleos directos actuales

RESULTADOS DEL PROGRAMA TIERRA FÉRTIL

Millones de pesos



Oportunidades para pymes en Centroamérica

Desarrollo gerencial para pymes

Con el objetivo de mejorar la competitividad de las pymes, durante 2022 implementamos el proyecto ACTÍVATE, en conjunto con FUNDES Costa Rica, en donde **se otorgó capacitación a más de 40 proveedores en temas de análisis de mercado.** Lo anterior logró un incremento en sus ventas del 9.7% con respecto a 2021.

Generando oportunidades de negocios

A través de la iniciativa El Mercadito Pymes de Walmart, **se promovió la venta de productos de 70 pymes de manera simultánea en cinco tiendas de la región** durante dos fines de semana de septiembre y diciembre, con la finalidad de fortalecer sus lazos con la comunidad.

Pequeño Productor

GRI 413-1

Con el objetivo de coadyuvar a que los productores mexicanos incrementen su productividad, mejoren sus ingresos, generen más empleos y fomenten la inclusión de jóvenes y mujeres, Fundación Walmart de México creó en 2011 el programa **Pequeño Productor,** en el que se ofrece capacitación sobre procesos productivos agrícolas, relativos a logística y en temas empresariales. De esta manera, impulsamos la economía local y sustentable.



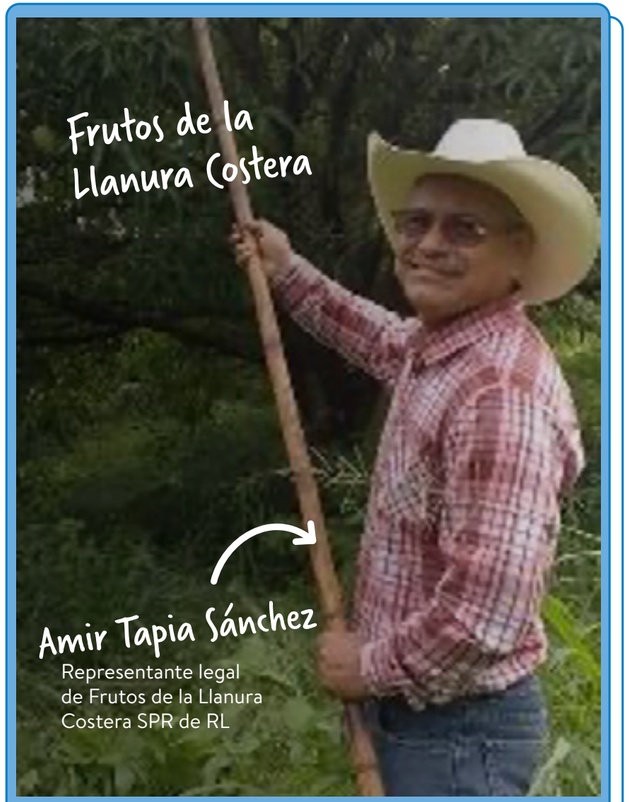
En 2022, nuestro objetivo fue seguir incrementando el impacto del programa

Continuar brindando a los integrantes de **Pequeño Productor** la capacitación, guía y apoyo necesarios para facilitar su integración desde el cultivo, la cosecha y la postcosecha.

Además de procesos logísticos y administrativos que requieren manejar como productores y agroempresas.

En 2022 alcanzamos:

- **586.31** millones de pesos de compras a pequeños productores
- **78.90%** de incremento en el ingreso
- **3,844** productores beneficiados
- **685** mujeres productoras beneficiadas
- **7,319** empleos actuales
- **26,294.36** toneladas comercializadas



Para mí ha sido una gran experiencia y de mucho aprendizaje, ya que, para vender el producto de manera directa a líneas comerciales, hemos aprendido que la responsabilidad de calidad es mayor así como la responsabilidad en la entrega y la documentación que esto conlleva. Para integrarse a este nivel de comercialización se necesita de una logística completa, desde producción, cosecha, maquila, envío y ventas.

Sustentabilidad

¿QUÉ LOGRAMOS JUNTOS?

Reducimos nuestras emisiones, evitamos la generación de residuos y aprovechamos los materiales en nuevos ciclos de valor.

3,702
millones de pesos invertidos

51.2
millones de pesos ahorrados

GRI 203-1



SUSTENTABILIDAD

Nuestra ambición de convertirnos en una Empresa Regenerativa pone a la humanidad y a la naturaleza en el centro de nuestras decisiones de negocio

Buscamos entender y mejorar nuestro impacto para contribuir a la estabilidad de los ecosistemas, la continuidad de la biodiversidad y el bienestar colectivo.



Seguimos trabajando en nuestras tres prioridades:

CAMBIO CLIMÁTICO

Al reducir las emisiones en nuestra operación y la de nuestra cadena de suministro.

ECONOMÍA CIRCULAR

Reduciendo el uso de recursos naturales y la generación de residuos, evitando el envío de residuos a rellenos sanitarios y reintegrando materiales a nuevos ciclos de valor.

CAPITAL NATURAL

A través del abastecimiento sustentable y la protección de recursos naturales.

Prioridades y Avances

En 2022, avanzamos para alcanzar nuestras metas y obtuvimos los siguientes resultados:

MX: México **CAM:** Centroamérica **MXCAM:** México y Centroamérica



CAMBIO CLIMÁTICO

Cero Emisiones en nuestras operaciones al 2040

Aspiramos a reducir en 18% las emisiones en nuestras operaciones en México al 2025, con respecto a 2015

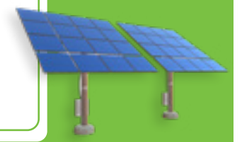
-5.4%
reducción de emisiones de alcance 1 y 2 vs. 2021
MX: **-7.8%** CAM: **13.9%**

-10.4%
de reducción en consumo energético en Centroamérica, **MEXCAM tuvo un incremento de 3.8%**

Energía renovable para el 2035

Abastecer nuestras tiendas con energía 100% de fuentes renovables

54.57%
del consumo total de energía viene de fuentes renovables
MX: **62.4%** CAM: **2.5%**



Proyecto Gigatón

Trabajamos con nuestros proveedores para **reducir o evitar emisiones de GEI equivalentes a 1 gigatón** en nuestras cadenas de abasto globales al 2030

894
proveedores participaron en el Proyecto Gigatón
MX: **600** CAM: **294**



ECONOMÍA CIRCULAR

Cero Residuos a relleno sanitario al 2025

Reducir en 50% la generación de residuos de alimentos al 2025

77.37%
alcance a meta Cero Residuos
MX: **80.46%**
CAM: **59.24%**

4,128,475 m³
de espacio liberado en relleno sanitario MEXCAM
MX: **3,668,253 m³**
CAM: **460,256 m³**

Empaques 100% reciclables para el 2025

Evitar el uso de plásticos innecesarios o difícil de reciclar e incluir al menos 20% de material reciclado posconsumo en nuestros empaques

78.73%
de nuestros empaques son reciclables

19.81%
de material posconsumo es incorporado en los empaques de Nuestras Marcas

Reducción de plástico virgen

Reducir 3,000 toneladas de plástico virgen de nuestras operaciones y productos de Nuestras Marcas al 2025 en comparación con el 2020



2,356
toneladas de plástico virgen reducidas desde el 2020 en México

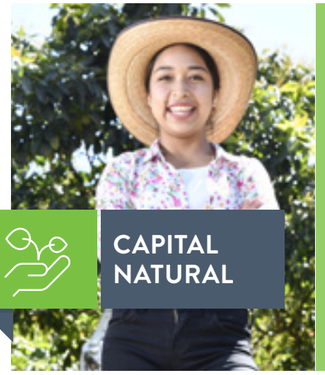
Consumo responsable

Duplicar los centros de reciclaje en México para 2026, respecto a 2021

Implementar pilotos de *refill* y venta a granel que promuevan el consumo responsable

25
centros de reciclaje, 108% más que en 2021

Piloto de venta a granel de semillas y alimentos secos en 3 tiendas regenerativas



CAPITAL NATURAL

Materias primas de fuentes sustentables para el 2025

En 2025, los productos de Nuestras Marcas utilizarán aceite de palma, papel, pulpa y madera **de fuentes sustentables certificadas**

86.8% del volumen de aceite de palma y derivados utilizados en los productos de Nuestras Marcas cuenta con certificación *RSPO* o *Rainforest Alliance* en México **100%** en Centroamérica

95.8% del volumen total de papel, pulpa y madera proviene de fuentes certificadas como FSC, PEFC y SFI, o incluye contenido reciclado en México
98.2% en Centroamérica

Pescados y mariscos de fuentes sustentables para 2025

Para 2025, los pescados y mariscos, frescos y congelados, así como el atún enlatado se abastecerán a través de **fuentes sustentables certificadas o proyectos de mejora pesquera**

89% de los pescados y mariscos son certificados como sustentables o cuentan con un proyecto de mejora pesquera en México
69.93% en Centroamérica

100% del atún enlatado cuenta con certificación MSC en México

CAMBIO CLIMÁTICO



En 2020, nos comprometimos a convertirnos en una empresa Cero Emisiones para 2040

Para lograrlo, nuestras metas son:

Abastecer nuestras **tiendas con energía 100% de fuentes renovables** para 2035

Electrificar nuestra flotilla, incluidos los camiones que recorren largas distancias, **para 2040**



Transicionar a refrigerantes de bajo impacto ambiental en equipos de refrigeración y calefacción en nuestras tiendas, clubes, centros de distribución y centrales de datos **para 2040**

En 2023, nuestro compromiso es establecer metas intermedias de reducción de emisiones para el 2030 y 2035, con el objetivo de ser una empresa Cero Emisiones al 2040



Redujimos en

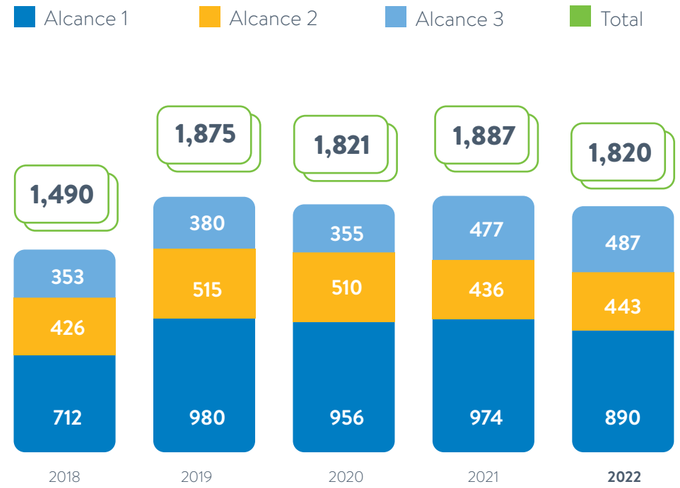
3.5%

nuestras emisiones totales en 2022, respecto a 2021

Fuentes de emisión

Medimos la cantidad de emisiones de GEI asociadas a nuestras operaciones y nuestra cadena de valor, a través del análisis de huella de carbono de alcance 1, 2 y 3. Nuestras principales fuentes de emisión **para alcance 1** son las asociadas a los refrigerantes y combustibles de fuentes fijas utilizados en unidades y CeDis, así como vehículos utilitarios, con 890,397.62 ton CO_2e. **Para alcance 2,** las asociadas al porcentaje de electricidad que no proviene de fuentes renovables, con 443,436.41 ton CO_2e. **Para alcance 3,** las asociadas a la flotilla que utilizamos para mover nuestros productos, viajes de negocio y viajes de asociados en autos propiedad de la empresa que corresponde a 486,600.92 ton CO_2e.

TOTAL DE EMISIONES
MÉXICO Y CENTROAMÉRICA POR ALCANCE
kt CO_2e



Intensidad de emisiones

GRI 305-4, 305-5

En 2022, logramos mantener la tendencia de reducción en la intensidad de emisiones de GEI en México y Centroamérica. Juntos hemos alcanzado tal reducción desde el 2019, gracias a las iniciativas de eficiencia energética, cambio de refrigerantes y energías renovables.



Redujimos en

7.7%

la intensidad de emisiones alcance 1 y 2 en 2022, respecto a 2021

Redujimos en

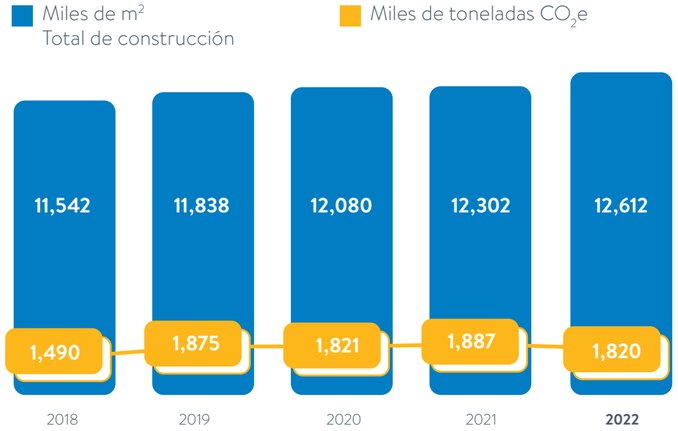
5.9%

la intensidad de emisiones totales en 2022, respecto a 2021

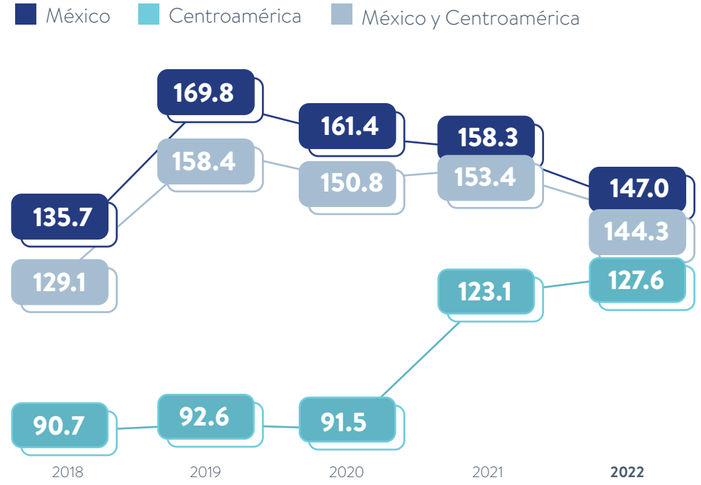


El crecimiento de nuestro negocio sigue separado de nuestra intensidad de emisiones

TOTAL BOX VS TOTAL DE EMISIONES
México y Centroamérica



INTENSIDAD DE EMISIONES
Kilogramos de CO_2e/m^2



Emisiones alcance 1

GRI 305-1

NUESTRAS METAS

Cero Emisiones en nuestras operaciones al 2040

Aspiramos a reducir en 18% las emisiones en nuestras operaciones en México al 2025, con respecto a 2015

Transicionar a refrigerantes de bajo impacto ambiental en equipos de refrigeración y calefacción en nuestras tiendas, clubes, centros de distribución y centrales de datos para 2040



¿Qué hicimos?

La prueba piloto que realizamos en Tamaulipas en el 2021 para cambiar a refrigerantes de menor potencial de calentamiento global obtuvo resultados exitosos; por ello, en 2022, en México y Centroamérica, realizamos remodelaciones con sistemas que usan gas refrigerante R-448A, el cual **reduce el 60% las emisiones** equivalentes de gases de efecto invernadero contra sistemas tradicionales.

¿Qué se logró?

En México, sustituimos el gas refrigerante en 17 tiendas y cambiamos los sistemas de refrigeración en otras 6.

En Centroamérica, abrimos y remodelamos 41 tiendas con nuevos sistemas, logrando al cierre de 2022, un total de 84 tiendas con gas R-448.

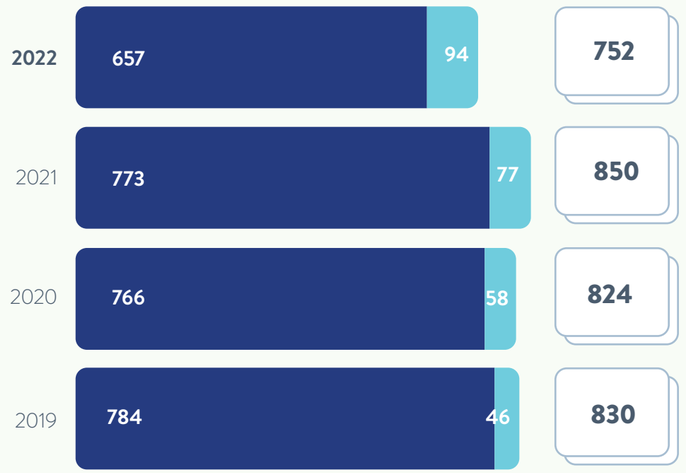
Con estas acciones e iniciativas, redujimos nuestras emisiones de alcance 1 en un 8.6%, equivalente a 84 kton CO_2e.

¿Qué sigue?

A partir del 2023, en México y Centroamérica, todas las tiendas nuevas y remodeladas contarán con estos nuevos refrigerantes.

EMISIONES POR REFRIGERANTES

$ktCO_2e$





Emisiones alcance 2

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

NUESTRA META

Abastecernos **con energía 100% de fuentes renovables al 2035**



¿Qué hicimos?

En 2022, continuamos el abastecimiento de energía de fuentes renovables a través de seis parques eólicos y dos plantas hidroeléctricas en México. Además, avanzamos en la reducción de nuestro consumo eléctrico gracias a las iniciativas de eficiencia energética y continuamos aumentando nuestra capacidad de generación de energía solar en sitio.

¿Qué se logró?

Consumimos 9.5 millones de GJ de energía eléctrica, de los cuales 54.6% proviene de fuentes renovables.

Aumentamos la cantidad de paneles solares instalados, alcanzando un total de 95 tiendas en México y 46 unidades en Centroamérica.

En Centroamérica, logramos duplicar la capacidad de energía por fuentes renovables, donde además instalamos adhesivos antiempañantes en vitrinas de 359 tiendas, lo que permitió ahorrar 3,004 MWh de electricidad, equivalente a 45.7 ton de CO_2e.

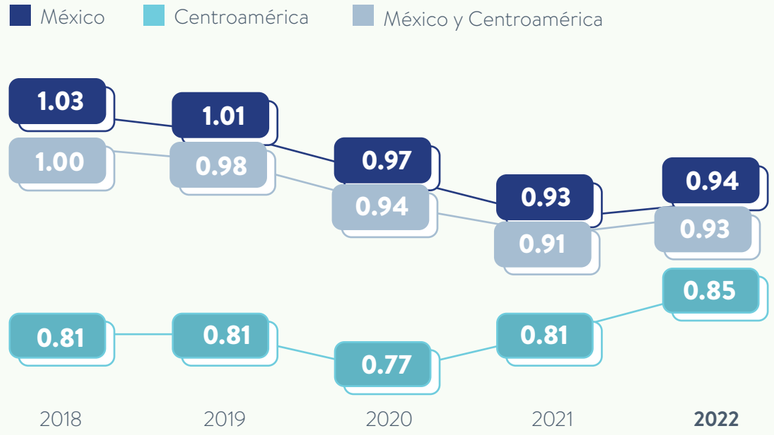
En Centroamérica, adquirimos 22 vehículos eléctricos utilitarios nuevos, con lo cual, al cierre del año, contamos con 55 vehículos eléctricos que recorrieron 1,298 km, evitando 235 ton CO_2e.

Con estas acciones, aumentamos nuestro porcentaje de consumo de energías renovables en 2.1 puntos porcentuales.

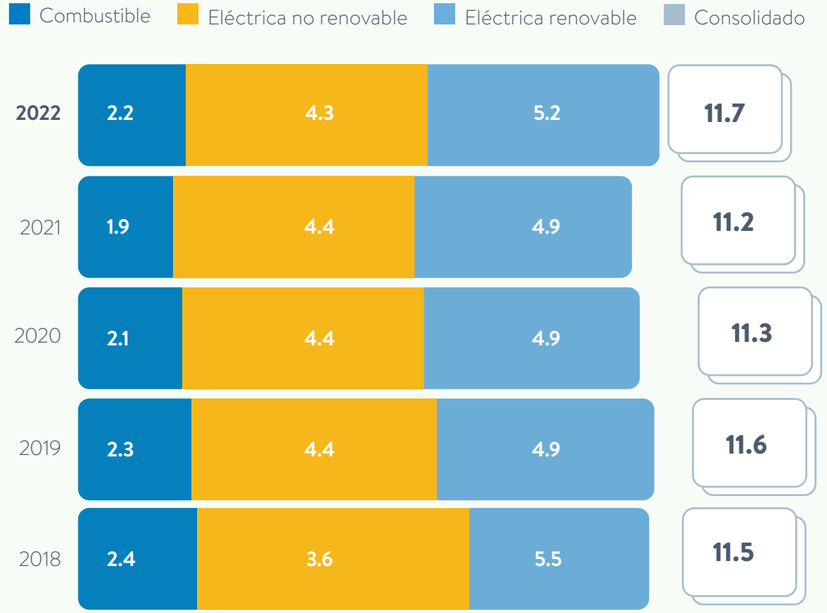
¿Qué sigue?

A partir del 2023, todas las nuevas tiendas de cualquier formato que aperturemos, estarán equipadas con sistemas fotovoltaicos para suministrar energía para su operación.

INTENSIDAD DE ENERGÍA INTERNA
GJ/m²



CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA (Millones de GJ)
México y Centroamérica



Emisiones alcance 3

NUESTRAS METAS

Trabajar con nuestros proveedores para reducir o evitar emisiones de GEI equivalentes a **1 gigatón** en nuestras cadenas de abasto globales al 2030

Electrificar nuestra flotilla, incluidos los camiones que recorren largas distancias, para 2040



¿Qué hicimos?

Sabemos que para llegar a nuestras metas y reducir nuestro impacto a la atmósfera, necesitamos sumar esfuerzos. Por ello, en 2022 continuamos colaborando con nuestra cadena de valor, a través de 1) Nuestras estrategias de *backhaul* para reducir viajes vacíos en nuestra flotilla y la de nuestros proveedores (*Truckload Optimization* o TLO), 2) Logística Inversa para facilitar el acopio, clasificación y reciclado de subproductos y 3) de nuestro Proyecto Gigatón, donde impulsamos a nuestros proveedores a reportar anualmente su progreso en reducción de emisiones y hacer públicos sus compromisos, para juntos alcanzar la meta de evitar la generación de mil millones de toneladas de CO_2e en las cadenas de valor para 2030. Además, continuamos con las iniciativas de reducción de uso de combustible en tiendas y de electrificación y eficiencia en nuestra flotilla operativa y para última milla.

¿Qué se logró?

Logramos tener 894 proveedores activos (15.2% vs. 2021), 629 Gigagurús, 137 Impulsores de Cambio en el Proyecto Gigatón.

Evitamos 507,749 viajes, gracias a nuestras estrategias de *Backhaul* y Logística Inversa, equivalentes a 60,236.67 ton de CO_2e en México.

En 2022, cerramos el año con 94 vehículos eléctricos que brindaron servicio de entrega *Last Mile* a nuestros formatos de Bodega Aurrera, Sam´s Club, Walmart Express y Walmart Supercenter, recorriendo más de 1.1 millones de km, evitando 118 ton CO_2e a la atmósfera.

Además, realizamos la instalación de 40 estaciones de recarga de vehículos eléctricos en Costa Rica, las cuales están disponibles para asociados y para clientes de forma gratuita al realizar sus compras en nuestras tiendas.

¿Qué sigue?

Incrementar la flotilla de *Last Mile* de vehículos eléctricos y mantener las alianzas con proveedores para desarrollar estrategias de *backhaul.*

EMISIONES DE ALCANCE 3

$ktCO_2e$



EFICIENCIA EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Backhaul	**Logística Inversa**	**Total**
26,868,926 km no recorridos	23,664,487 km no recorridos	50,533,413 km no recorridos
34,618 tCO_2eq evitados	25,618 tCO_2eq evitados	60,236 tCO_2eq evitados
310,329 viajes evitados	197,420 viajes evitados	507,749 viajes evitados
11,987,050 L de combustible evitados	8,604,976 L de combustible evitados	20,592,026 L de combustible evitados



200
proveedores completaron el cuestionario de cambio climático. El 69% realizó un análisis de riesgos y el 74% un análisis de oportunidades relacionados con el cambio climático.

65%
de nuestros proveedores pusieron en marcha iniciativas para la reducción de emisiones.

B de calificación en CDP

79%
de los proveedores cuentan con procesos para identificar riesgos y oportunidades climáticas.

63%
de los proveedores tienen una meta de reducción de emisiones absoluta, de intensidad o ambas.

RIESGOS Y OPORTUNIDADES CLIMÁTICAS

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

RIESGOS CLIMÁTICOS EN LA OPERACIÓN

- Acuerdos internacionales
- Aumento del nivel del mar
- Impuesto al carbono/ mercado de carbono
- Condiciones socioeconómicas cambiantes por desastres naturales
- Incremento en la demanda de agua, reducción de fuentes de agua, peor calidad de agua
- Huracanes, tormentas tropicales, precipitaciones extremas y sequías
- Cambios en las preferencias de clientes, elección de productos con menor impacto en el ambiente
- Decremento en la productividad y cosechas agrícolas

RIESGOS CLIMÁTICOS EN NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

- Incremento de temperaturas medias
- Aumento en costo de materia prima
- Transición hacia tecnologías de menor impacto ambiental
- Cambios en comportamiento del cliente
- Preocupación o comentarios negativos de grupos de interés
- Reportes obligatorios por emisiones
- Impuestos al mercado de carbono
- Cambios en patrones de precipitación y variabilidad extrema de clima
- Regulación de productos y servicios existentes
- Aumento en frecuencia e intensidad de fenómenos meteorológicos

OPORTUNIDADES CLIMÁTICAS EN NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

- Formas de transporte más eficientes
- Uso de reciclaje
- Reducción del uso y consumo del agua
- Acceso a nuevos mercados
- Uso de nuevas tecnologías
- Uso de fuentes de energía con menores emisiones
- Cambio en las preferencias del cliente
- Uso de procesos de producción y distribución más eficientes
- Desarrollo y expansión de bienes y servicios de bajas emisiones
- Desarrollo de nuevos productos o servicios a través de I+D e innovación

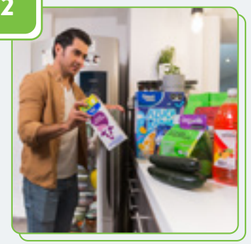
ECONOMÍA CIRCULAR



Cliente

1

Compra de productos a precios bajos

2

Nuestro cliente usa y/o consume los productos

3


Lleva los residuos a alguno de nuestros centros de reciclaje

4 **REMANUFACTURA**


Bolsas con **50%** de material reciclado


Textiles con **44%** de poliéster reciclado



Botella hecha **100%** con material reciclado

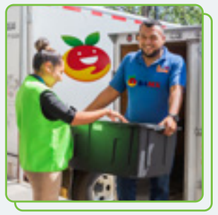
Tienda


Orgánicos

DONACIÓN

2


Asociados


Bancos de alimentos

3 **REUTILIZAN**


Composta


Alimento para ganado


Biocombustibles

1 **SEPARACIÓN DE RESIDUOS**


Inorgánicos

REMANUFACTURA

2

PRODUCTOS con porcentaje de material reciclado

Cajas



100% de material reciclado



Elementos de señalización y coladeras


100% de material reciclado

Productos


100% de material reciclado

Los modelos lineales actuales de consumo han ejercido una presión enorme en la capacidad regenerativa de nuestros ecosistemas. Para hacer frente a este reto, contribuimos a la creación de una economía circular a través de las siguientes metas:

Cero Residuos

Transformar nuestras operaciones a Cero Residuos para 2025, alineado a la definición del *Zero Waste International Alliance*, la cual implica el desvío de rellenos sanitarios de más del 90% de los residuos generados

Desperdicio de Alimentos

Reducir 50% el desperdicio de alimentos al 2025, respecto al 2015

Refill y Granel

Implementar pilotos de *refill* y venta a granel que promuevan el consumo responsable

Uso de Plástico Virgen

Reducir el consumo de +3,000 toneladas de plástico virgen de nuestras operaciones en tiendas y CeDis y de productos de Nuestras Marcas, en 2025

Programas de Posconsumo

Expandir nuestros programas de reciclaje en conjunto con nuestros aliados estratégicos



Empaques de Productos de Nuestras Marcas

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

Lograr que el 100% de empaques de productos de Nuestras Marcas sean reciclables, reutilizables o compostables y que eviten plástico innecesario o difícil de reciclar. Además de utilizar al menos 20% de material reciclado posconsumo en el total de empaques, al 2025

Cero residuos

GRI 306-1, 306-2,306-4

Para lograr nuestra meta Cero Residuos, incorporamos procesos en nuestras operaciones que mejoran la eficiencia del uso de nuestros productos, reduciendo la merma y residuos, disminuyendo a su vez la cantidad destinada a rellenos sanitarios

México* y Centroamérica** (ton/m²)

Intensidad de residuos generados

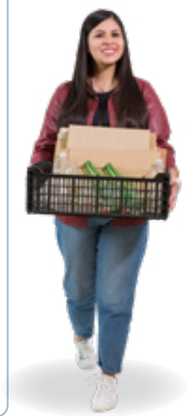
59.42
58.89 México
62.72 Centroamérica

Intensidad de residuos desviados

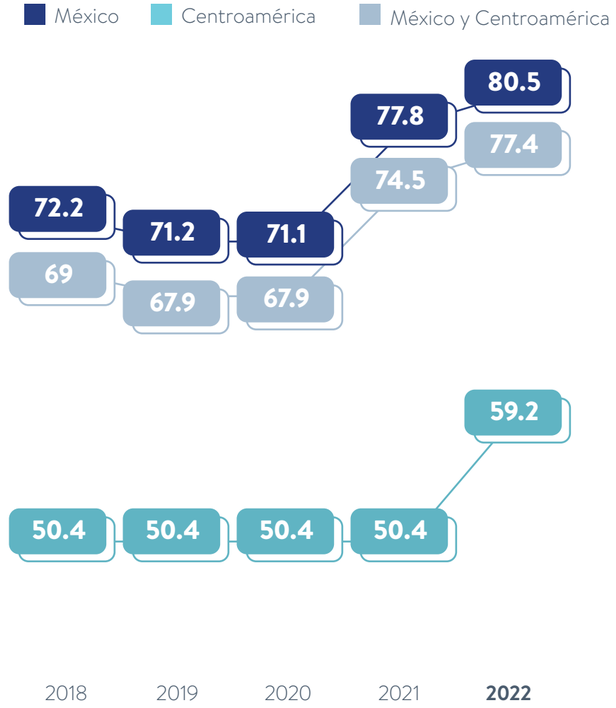
45.97
47.39 México
37.15 Centroamérica

Intensidad de residuos no desviados

13.44
11.51 México
25.57 Centroamérica



AVANCE A LA META CERO RESIDUOS PARA 2025:



*A partir de 2022 consideramos la restauración y reciclaje de tarimas dentro de la medición de residuos de México.
**A partir de 2022 consideramos el procesamiento de los residuos de nuestras plantas de procesamiento de productos frescos de carnes, aves, frutas y vegetales, y centros de distribución en la medición de residuos de Centroamérica.

RESIDUOS DESVIADOS DE RELLENOS SANITARIOS

515,195.18
toneladas México

579,831.10
toneladas México y Centroamérica

64,635.92
toneladas Centroamérica

RESIDUOS GENERADOS

749,397.63
toneladas de residuos generados

586.82
toneladas de residuos peligrosos

1,929.91
toneladas de residuos sanitarios

746,880.90
toneladas de residuos no peligrosos

México

640,283.23
toneladas de residuos generados

521.53
toneladas de residuos peligrosos

637,831.79
toneladas de residuos no peligrosos

Centroamérica

109,114.40
toneladas de residuos generados

65.29
toneladas de residuos peligrosos

109,049.11
toneladas de residuos no peligrosos

Estrategia Cero Residuos

PREVENIR

Se evitó el desperdicio de más de 6 millones de productos de panadería, frutas y verduras; mediante el programa de CVP, por el cual se rebaja el costo de productos próximos a caducar.



DONAR

Productos que no son susceptibles para la venta, pero son aptos para consumo, son donados a asociados a través de los programas de donación o directamente a instituciones para su aprovechamiento.

25,398
toneladas de alimentos donadas a instituciones aliadas

4,569
toneladas donadas a través nuestros programas de donación a asociados

RECICLAR

Potenciamos nuestra capacidad de reciclaje con proveedores autorizados para cumplir nuestras metas. Este año, logramos transformar en Monterrey 100 toneladas de frutas y verduras en 100 litros de fertilizantes que fueron ocupados para conservar 200 m^2 de áreas verdes del CeDis Monterrey.

DISPONER

Excepcionalmente enviamos a relleno sanitario aquellos residuos que no es posible reincorporarlos a una cadena de valor. Estos son canalizados a proveedores que cumplen con regulaciones ambientales aplicables para su correcta disposición final.

REUSAR

Realizamos diversas acciones para prolongar la vida útil de nuestros activos. En 2022, restauramos tarimas de madera en mal estado en nuestros CeDis.

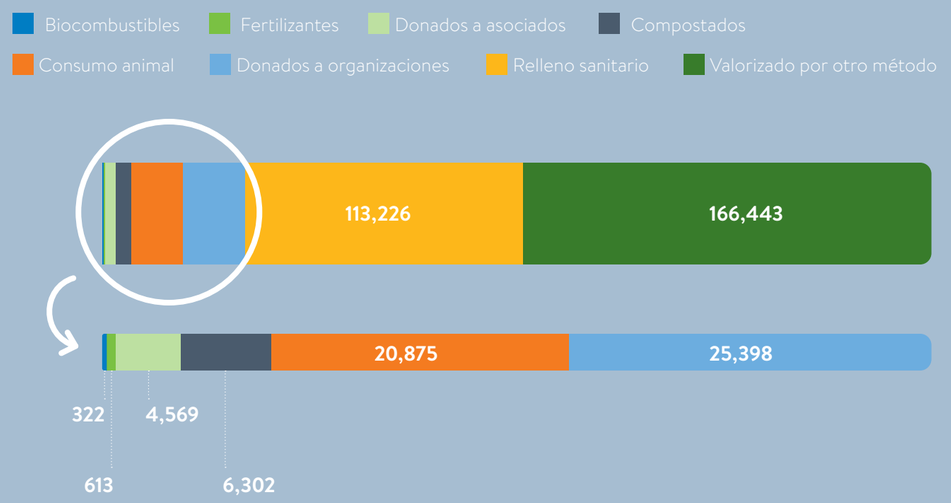
120,217
toneladas de tarimas de madera restauradas



RESIDUOS INORGÁNICOS DESVIADOS POR TIPO
México y Centroamérica
Toneladas



RESIDUOS ORGÁNICOS POR DESTINO
Toneladas



Desperdicio de alimentos

GRI 308

Un tercio de los alimentos destinados para consumo humano se desperdician, y con ello, todos los recursos que fueron necesarios para su producción. Aunque año con año nuestras ventas en tiendas van creciendo, hemos logrado que la merma no aumente, gracias a las estrategias de eficiencia en cadena de suministro, a la reducción de precio de algunos productos con fechas de caducidad cercanas al vencimiento y a las acciones de revalorización de la misma.



Asimismo, para cumplir con nuestra meta de reducir 50% el desperdicio de alimentos en México al 2025, contamos con diferentes iniciativas enfocadas al reciclaje de orgánicos y donaciones que realizamos a través de diferentes programas e instituciones

En 2022, lanzamos el piloto Imperfectas pero Buenas, cuyo objetivo es revalorizar y evitar la generación de desperdicios, mediante el establecimiento de un precio preferente de frutas y verduras que, por alguna razón climática o del campo, tienen defectos estéticos externos pero que de ningún modo comprometen su valor nutrimental. Este programa ya opera en 11 tiendas en el Estado de México, Ciudad de México y Morelos, y para 2023 tenemos la meta de ampliar esta iniciativa a 100 de nuestras tiendas.

105,080 kg

vendidos en Imperfectas pero Buenas

Empaques de productos de Nuestras Marcas

NUESTRA META

En el año 2025, todos los empaques de productos de Nuestras Marcas:

- Serán 100% reciclables, reutilizables o compostables
- Evitarán el uso de plástico innecesario o difícil de reciclar
- Incluirán al menos 20% de material reciclado posconsumo



Nos enfocamos en mitigar el impacto ambiental por el uso de empaques en productos de Nuestras Marcas, por ello, hemos priorizado la reducción del consumo de material utilizado, la utilización de materiales reciclables, reutilizables y compostables y de ser posible, incluir material reciclado posconsumo.

Nuestros logros en los empaques primarios de los productos de Nuestras Marcas este año, en México y Centroamérica, fueron:

78.7%
de empaques reciclables

0.3%
de empaques compostables

19.8%
con material reciclado posconsumo

Huella plástica

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

Para mitigar nuestro impacto ambiental y huella plástica buscamos reducir el consumo de plástico virgen en nuestras operaciones

Redujimos 475 toneladas de plástico virgen con respecto a 2021, gracias a tres medidas principalmente:

Sustitución del plástico virgen por otros materiales, por ejemplo: plástico reciclado, cartón o biobasados

Eliminación en piso de venta de algunos productos que utilizan plástico virgen

Cambios en especificaciones en productos de Nuestras Marcas para utilizar menor cantidad de material

78.5% de avance a nuestra meta de eliminar 3,000 toneladas de plástico virgen al 2025

Casos de éxito:



Este año **seguimos incorporando material reciclado en nuestras bolsas reutilizables**



Dejamos de utilizar 18 diferentes contenedores de plástico virgen para el empacado de productos de perecederos, esto equivale a **123.9 toneladas de plástico que se dejaron de utilizar** en México

Eliminamos de piso de venta 34 productos elaborados de plástico virgen que equivalen a 95 toneladas de uso de plástico en México



Con la campaña **“Sin bolsa por favor”, evitamos el uso de aproximadamente 80 millones de bolsas de plástico** en Nicaragua



Programas posconsumo

Juntos avanzamos más. Por ello, en colaboración con aliados estratégicos, hemos impulsado programas que incentivan la educación ambiental en las comunidades en donde tenemos presencia y que generan espacios de recuperación de materiales para su futuro aprovechamiento.

341,153
kg de residuos recuperados a través de nuestros programas posconsumo con clientes en México y Centroamérica



En alianza con nuestros proveedores, contamos con programas permanentes para la recuperación de materiales; este año sus resultados fueron:

Juntos por un Mejor Mañana

Es una campaña en colaboración con Nestlé y Procter & Gamble, en la que se busca fomentar el reciclaje en las comunidades en las que incidimos.

2 centros de reciclaje nuevos

Socios por el Planeta

Es una iniciativa en alianza con Nestlé, Sigma Alimentos y Procter & Gamble, encaminada a generar conciencia sobre el cuidado del medioambiente por medio del reciclaje.

2 centros de reciclaje nuevos

Máquinas Alen

En colaboración con Alen, contamos con máquinas de acopio de HPDE en nueve unidades en el estado de Nuevo León. Las cantidades acopiadas son gestionadas por Alen para ser reincorporadas a nuevos ciclos de valor.

82,757
kg de residuos recuperados

9
tiendas con este programa en Nuevo León

Medicamentos caducos

Acopiamos medicamentos caducos en alianza con el Sistema Nacional de Gestión de Residuos de Envases de Medicamentos A.C. *(Singrem)*, para su correcta disposición final.

17,694
kg de medicamentos caducos acopiados en 209 unidades

Sabritas *Replay*

Incorporamos material BOPP recuperado en nuestros centros de reciclaje en una cancha de fútbol comunitaria en Iztapalapa, Ciudad de México.

Cápsulas de café

Instalamos contenedores para la recuperación y reciclaje de cápsulas de Nescafé Dolce Gusto. Los residuos orgánicos se transformaron en composta y los residuos inorgánicos en madera plástica que es utilizada en la elaboración de nuevos productos en colaboración con Nestlé.

106
tiendas con este programa

16,041
kg de residuos, 47% más que en 2021

Campañas temporales





Nutramos un Mejor Futuro

En colaboración con Herdez, impulsamos el reciclaje de hojalata y realizamos actividades de educación ambiental a través de experiencias educativas en nuestras tiendas.

4
activaciones con **527 impactos directos, 28,660 indirectos**



Árbol por Árbol, tu Ciudad Reverdece

Acopiamos árboles de navidad en alianza con el Gobierno de la Ciudad de México y Colima, para transformarlos en composta para parques y jardines.

4,849
árboles recuperados

27
centros de acopio

Máquinas Recicladoras

En alianza con Nestlé, establecimos un piloto de máquina recicladora, mediante la cual los clientes podían reciclar PET y aluminio y obtener recompensas por reciclar.

196
kg de residuos recuperados, 33 kg aluminio



Reciclaje de papel con Tito Papelito

En colaboración con Smurfit Kappa, lanzamos una campaña de concientización sobre el reciclaje de papel y archivo.

En agosto logramos duplicar la cantidad de acopio de papel durante la campaña vs. el mes anterior

Reciclaleón

En alianza con el municipio de León, Guanajuato, establecimos un punto de acopio en el estado para recibir electrónicos por parte de nuestros clientes. Los residuos recibidos fueron reciclados a través de un proveedor autorizado.

4,800
kg de residuos recuperados



Reciclamanía Evoluciona

Con el objetivo de fortalecer la infraestructura de reciclaje en México y otorgar a nuestros clientes una experiencia ágil y sencilla para reciclar, unimos fuerzas con diferentes industrias para operar los centros de reciclaje permanentes para clientes ubicados en tiendas Walmart, Walmart Express, Bodega Aurrera y Sam's Club participantes en Ciudad de México, Estado de México, Michoacán, Morelos, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo y Yucatán.

22
centros de reciclaje para clientes en 2022 ubicados en 9 estados de la República Mexicana, donde **se recuperaron 157,242 kg de residuos**

3
centros de reciclaje para asociados en Centros de Distribución

Recicla hoy y salva el mañana

En Centroamérica, en colaboración con Nestlé y Biorem, instalamos la primera Estación de Reciclaje Punto Verde, ubicada en Walmart Roosevelt, Guatemala, la cual brinda a los clientes la oportunidad de depositar y separar los desechos correctamente para poder aplicar la Economía Circular y así revalorizarlos, evitando que sean de un solo uso y contaminen.

Con la consigna **Recicla hoy y salva el mañana,** se busca promover en la población una cultura de separación y clasificación de residuos para un posterior proceso de reciclaje, contribuyendo a la reducción de la huella ambiental.



Refill y Granel

Lanzamos nuestro primer piloto de venta a granel con productos de Nuestras Marcas en tres unidades, ofreciendo a nuestros clientes la opción de elegir sus productos favoritos en el gramaje deseado, y poder tener una mayor variedad en su canasta a un precio más bajo.

Nuestros dispensadores de granel se encuentran en Walmart Express Zibatá en Queretaro, Walmart Petempich en Quintana Roo y Bodega Aurrera Temixco en Morelos. En ellos ofrecemos productos como arroz, frijol, habas, otras semillas y alimentos secos.

Tiendas participantes:

- **Walmart Express,** Zibatá, Querétaro
- **Walmart Supercenter,** Petempich, Quintana Roo
- **Bodega Aurrera,** Temixco, Morelos



685

kilogramos vendidos de productos a granel

CAPITAL NATURAL

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

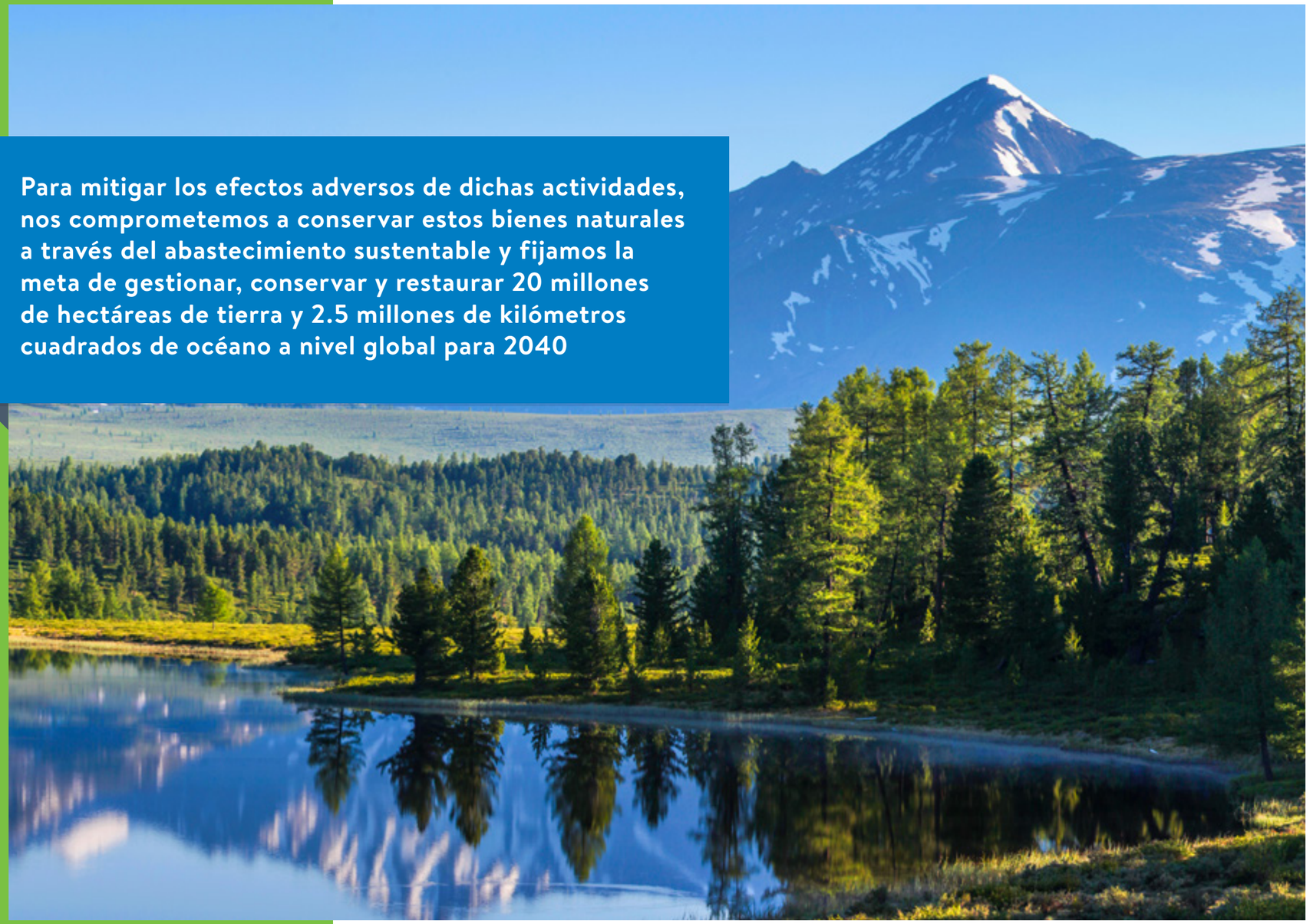
El capital natural del planeta comprende el inventario de bienes y servicios naturales; forma parte esencial de la riqueza de las naciones y brinda servicios ecosistémicos como agua potable, polinización de plantas, aire limpio y regulaciones regionales de temperatura que benefician a la humanidad. Sin embargo, este ha decrecido debido a la intensidad y las diferentes formas de extracción de los recursos.

Para cumplir este compromiso, nos enfocamos en las fases más significativas de los ciclos de vida de nuestros productos y en los principales *commodities* que tienen un riesgo ambiental en los que podemos incidir para mejorar su sustentabilidad.

Cada día, más y más clientes buscan productos sustentables y, con mayor frecuencia, se basan en certificaciones para tomar decisiones de compra, por lo que es clave que nos aseguremos de tener una oferta que atienda esta necesidad, tanto a nivel individual como colectivo.

CONOCE MÁS ACERCA DE NUESTRA **POLÍTICA CAPITAL NATURAL**

Para mitigar los efectos adversos de dichas actividades, nos comprometemos a conservar estos bienes naturales a través del abastecimiento sustentable y fijamos la meta de gestionar, conservar y restaurar 20 millones de hectáreas de tierra y 2.5 millones de kilómetros cuadrados de océano a nivel global para 2040



Materias primas

Aceite de palma



Es el principal *commodity* que, dado su alta demanda, puede estar asociado a prácticas extractivas intensas con riesgo de dañar los suelos y la biodiversidad. Debido a esto, nos hemos comprometido que para 2025 el 100% de los productos de Nuestras Marcas utilicen aceite de palma que provenga de fuentes sustentables y que garanticen su trazabilidad a través de certificaciones como las de la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por sus siglas en inglés) o *Rainforest Alliance*.

86.8%
del aceite de palma es certificado de fuentes sustentables en México, del **58%** de los proveedores que reportaron utilizar esta materia prima

100%
del aceite de palma es certificado de fuentes sustentables en Centroamérica

Papel, pulpa y madera



Las fibras de celulosa son el segundo *commodity* a tener en consideración para la trazabilidad de fuentes certificadas como libres de deforestación. Nos hemos comprometido a que para 2025 utilizaremos el 100% de papel, pulpa y madera de fuentes sustentables o con contenido reciclado en los productos de Nuestras Marcas; por ello, nuestros proveedores deben contar con certificaciones de FSC *(Forest Stewardship Council)*, PEFC *(Programme for the Endorsement of Forest Certification)* o SFI *(Sustainable Forestry Initiative)*.

2,857
toneladas ahorradas de gases de efecto invernadero por el abastecimiento sustentable de papel, pulpa y madera

95.8%
de papel, pulpa y madera con contenido reciclado o certificado sustentable en México, de **39%** de nuestros proveedores que utilizan esta materia prima

98.2%
de papel, pulpa y madera con contenido reciclado o certificado sustentable en Centroamérica, de **30.23%** de nuestros proveedores que utilizan esta materia prima

Pesca sustentable

La actividad pesquera corre el riesgo de sufrir pérdidas por el cambio climático; por ello, para el 2025 tenemos la meta de que el 100% de nuestros productos pesqueros, frescos, congelados y el atún enlatado, provengan de fuentes sustentables, de acuerdo con los estándares de *Best Aquaculture Practices* (BAP), *Marine Stewardship Council* (MSC) o equivalentes, o bien, que cuenten con un Proyecto de Mejora Pesquera *(Fishery Improvement Projects*, FIP). En 2022 nuestros productos pesqueros:

Abastecimiento Sustentable

89%
de pescados y mariscos

100%
De atún enlatado

69.9%
de pescados y mariscos



Agua

GRI 303: 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5, 306-1
SASB CG-EC-130A.2, CG-EC-130A.2

Reconocemos el agua como un recurso esencial para nuestra operación y para la vida de millones de familias en México y Centroamérica; por ello, contamos con una estrategia de gestión hídrica que consiste en:

- **Reducir la intensidad de extracción de agua** por metro cuadrado de construcción
- **Recuperar y reciclar agua a través de nuestras plantas de tratamiento,** especialmente en áreas de mayor estrés hídrico



1,377
plantas de tratamiento en México y Centroamérica
4,726,481 m³ de agua residual tratada
1,269,246 m³ de agua reutilizada

885
plantas de tratamiento en México
3,254,718 m³ de agua residual tratada
1,232,783 m³ de agua reutilizada

492
plantas de tratamiento en Centroamérica
1,471,762 m³ de agua residual tratada
36,464 m³ de agua reutilizada

EXTRACCIÓN TOTAL DE AGUA

11,346,127 m³

8,588,487 m³
México

2,757,641 m³
Centroamérica

83.3%
Suministro municipal

10.7%
Suministro de pozos

5.9%
Suministro de pipas

0.2%
Centro comercial

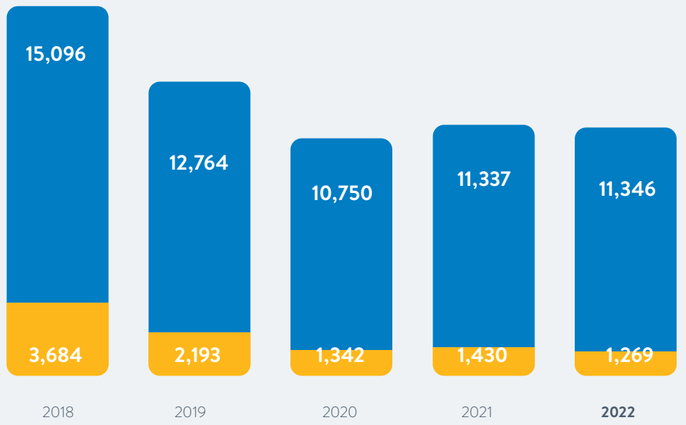
INTENSIDAD DE EXTRACCIÓN DE AGUA

m^3 / m^2



EXTRACCIÓN Y REUTILIZACIÓN DE AGUA

México y Centroamérica (miles de m^3)



Riesgos y Oportunidades Hídricas

FB-FR-430A.1, CG-MR-410A.1

Este año hemos dado un paso más para consolidar nuestro compromiso con la huella hídrica, al crear un equipo multidisciplinario para revisar los temas de agua dentro de nuestro sistema de Gestión de Riesgos Corporativos o *Enterprise risk management*. Este grupo de trabajo busca crear acciones para atender las problemáticas de desabasto de agua generado principalmente por las sequías. Durante las sesiones se crean planes de acción para reducir el consumo de agua, procurando no afectar nuestras operaciones, aumentar el tratamiento del agua residual en las unidades con Plantas de Tratamiento y potenciar su reutilización.

161 de nuestros proveedores participaron respondiendo la encuesta de CDP Cadena de Suministro

67.7%
de los participantes realizó un análisis de riesgos

63%
de los proveedores han identificado oportunidades relacionadas a la gestión hídrica

RIESGOS DE SEGURIDAD HÍDRICA EN LA OPERACIÓN

- Estándares regulatorios más estrictos
- Eventos climáticos extremos
- Inundaciones
- Incremento en precios del agua
- Racionamiento de suministro municipal de agua
- Suministro estacional y variabilidad interanual de suministro de agua
- Sequías
- Disminución en la calidad del agua
- Aumento de escasez hídrica
- Aumento de estrés hídrico

RIESGOS DE SEGURIDAD HÍDRICA EN NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

- Disponibilidad limitada de agua de buena calidad
- Cambios regulatorios con afectación en disponibilidad y calidad del agua
- Disminución en la calidad del agua o falta de tratamiento de aguas residuales en municipios
- Incremento en tarifas en el consumo de agua
- Presión pública para destinar recursos hídricos para otros usos
- Inundaciones o sequías que afecten la productividad de la producción agrícola
- Afectación en cadena de suministro y/o interrupción en el abastecimiento de productos

OPORTUNIDADES DE SEGURIDAD HÍDRICA EN NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

- Mejora de relaciones comunitarias
- Recuperación de agua por gestión de aguas residuales
- Incremento en valor de marca
- Impacto reducido en recursos hídricos por uso de producto
- Incremento de resiliencia de cadena de suministro
- Incrementar resiliencia a cambio climático
- Incrementar ventas de productos y servicios existentes
- Ventas de nuevos productos y servicios
- Ahorros en costos
- Mejora de eficiencia hídrica en operaciones

Productos con menor impacto ambiental en México

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

Ofrecemos artículos de menor impacto ambiental como: productos orgánicos, de producción responsable, libre pastoreo y aquellos que adoptan las cinco libertades del bienestar animal en las granjas de los proveedores.

En abril realizamos un evento en México enfocado en productos orgánicos

Los clientes pudieron encontrar más de 100 productos en categorías como frutas, verduras, abarrotes y consumibles.

Las ventas de productos orgánicos incrementaron en doble dígito durante el evento.

2,902
productos con menor impacto ambiental

PRODUCTOS CON CARACTERÍSTICAS DE BAJO IMPACTO AMBIENTAL



1,039
Orgánicos e hidropónicos



528
Biodegradables



79
Certificaciones sustentables y de libre pastoreo



348
Ahorradores de agua y energía



294
Productos de empaque reciclado



614
Textiles sustentables



Textiles sustentables

En 2021, por primera vez incorporamos en México materiales de bajo impacto en nuestra línea de textiles. Una de las principales características de la moda sustentable es el uso de textiles que provienen de procesos de producción responsable como: el algodón orgánico, la reutilización de materiales reciclables como el PET para fabricación de fibras de poliéster, o bien el rediseño de procesos para eliminar la contaminación de agua que se genere a partir de la tintura.

Contamos con un catálogo permanente en tienda con prendas con el Sello Cotton LEADS. Este programa asegura y da trazabilidad a la producción y abastecimiento sustentable de algodón.

En 2022, contamos con 614 modelos de prendas en piso de venta con el Sello *Cotton LEADS, Better Cotton Iniciative, Certified Recycled Polyester y Global Recycled Standard*

Comunidad

¿QUÉ LOGRAMOS JUNTOS?

Trabajar de la mano con las comunidades de México y Centroamérica para impulsar su desarrollo y calidad de vida, además de brindarles acceso a productos y servicios seguros, saludables y al mejor precio.

2,491 millones
de pesos canalizados a través de los programas de impacto social



+1.9 millones
de beneficiarios

COMUNIDAD

Buscamos ser un vecino valioso en las comunidades donde operamos a través de programas que les ayuden a prosperar, brindando productos y servicios más seguros, saludables y de alta calidad

Generamos alianzas con ONGs y otros grupos de interés para mejorar las condiciones económicas y de bienestar de las personas y familias vulnerables, además de ayudar en desastres naturales o contingencias que requieran de nuestro apoyo.



- DAR ACCESO A NUESTROS CLIENTES
- SERVIR A LAS COMUNIDADES DONDE OPERAMOS
- OFRECER PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGUROS Y SALUDABLES
- APOYAR A LAS COMUNIDADES LOCALES

DAR ACCESO A NUESTROS CLIENTES

En Walmart de México y Centroamérica impulsamos iniciativas que le permitan a nuestros clientes tener acceso a servicios financieros, de conectividad y salud, con el propósito de brindarles soluciones de calidad y al mejor precio



Productos y servicios de calidad y al mejor precio

En 2022, el entorno inflacionario fue retador derivado de choques en la oferta global de productos e insumos.

Entendemos la sensibilidad de nuestros clientes ante este aumento de los precios, particularmente en los productos de la canasta básica, por lo que nos hemos comprometido a que su dinero rinda al máximo, aliándonos con el gobierno en el programa Paquete Contra la Inflación y la Carestía (PACIC), y ofreciéndoles productos y servicios a los precios más bajos.

DESCUBRE CÓMO LO HEMOS LOGRADO AL GANAR EN DESCUENTO



Economía digital

Durante la pandemia vimos el valor que tiene para nuestros clientes el hacer pedidos de productos y despensa sin salir de casa, por lo que decidimos apostar por la digitalización de estos procesos.

Ofrecemos a nuestros clientes la opción de comprar en línea, con un compromiso de entrega a domicilio para el mismo día o en un máximo de 48 horas, y con múltiples opciones para pagar: tarjetas de crédito, débito, pago en efectivo y vales de despensa.

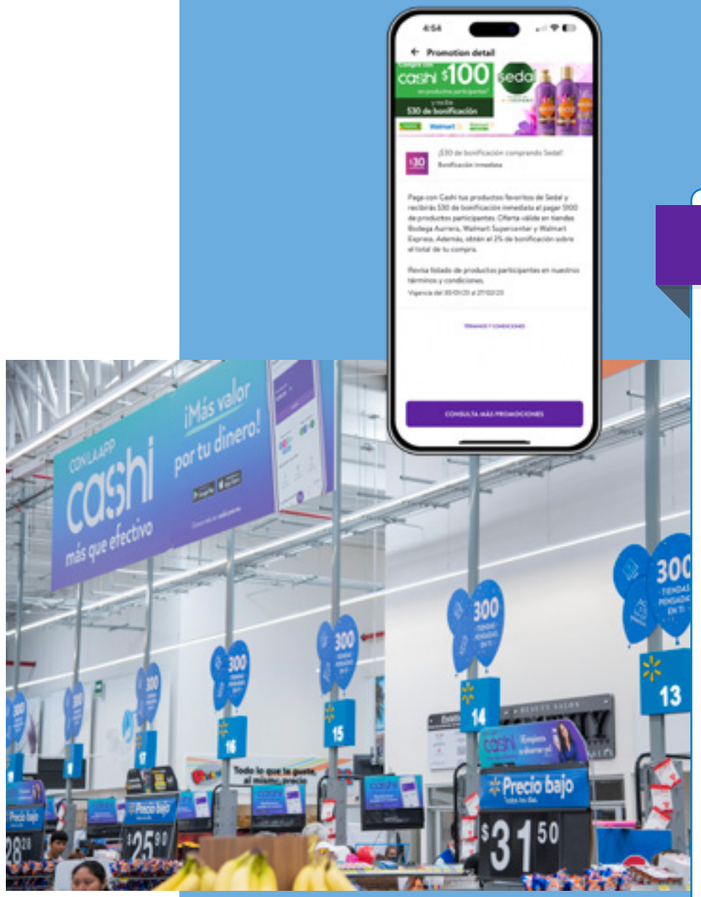
DESCUBRE CÓMO LO HEMOS LOGRADO CON EL ECOSISTEMA PREFERIDO



Telefonía móvil e internet confiables y a buen precio

La conectividad es uno de los servicios más valorados por nuestros clientes; sin embargo, una gran parte de las familias en México no tiene acceso a este servicio.

Con Bait, nuestro servicio de conectividad móvil e internet, buscamos brindar a miles de personas la posibilidad de estar conectados al mejor precio posible. Hasta ahora, hemos proporcionado un servicio de telefonía e internet a 5.6 millones de usuarios activos, ayudándoles a estar conectados con lo que más les importa.



Soluciones financieras de bajo costo

Algunos de nuestros clientes dependen de créditos para comprar artículos de mercancías generales. Lamentablemente, las ofertas de crédito disponibles en el mercado son a tasas muy elevadas, lo que ocasiona que muchas familias terminen pagando el doble por un producto.

Ante esta situación, tenemos el objetivo de proveer soluciones financieras digitales a través de productos que faciliten la inclusión financiera de nuestros clientes.

DESCUBRE CÓMO LO HEMOS LOGRADO MEDIANTE NUESTRAS SOLUCIONES FINANCIERAS

Servicios de salud

La mayoría de la población mexicana no tiene acceso a servicios de salud privados a bajos costos. Nuestro compromiso es brindarles servicios médicos accesibles y confiables.



DESCUBRE CÓMO LO HEMOS LOGRADO MEDIANTE NUESTROS SERVICIOS DE SALUD



SERVIR A LAS COMUNIDADES

GRI 201-1, 413-1

Los últimos años han significado un proceso de resiliencia para miles de familias en México y Centroamérica. Por esta razón, trabajamos de la mano con las comunidades donde operamos para crear juntos las herramientas y plataformas que les permitan mejorar su calidad de vida.

Nuestra cercanía con los más de 6 millones de clientes y socios que visitan nuestras tiendas diariamente nos hacen tener un rol crucial para entender sus necesidades y las de sus familias.





Programa Código Rosa

En 2022, lanzamos el programa Código Rosa en México, que consiste en auxiliar a cualquier mujer en el 100% de nuestras unidades cuando se encuentre ante una situación de riesgo y solicitar el apoyo de seguridad pública o de un familiar cercano. De esta forma, nuestras tiendas no solo son un punto de venta, sino que se convierten en un lugar en donde nuestros clientes se sientan seguros.



Botones de pánico

Con la finalidad de convertir a nuestras tiendas en un lugar seguro para nuestros clientes, hemos instalado **526 botones de pánico** en nuestras unidades de Ciudad de México y Jalisco, los cuales están conectados con el sistema C5 (Centro de Comando, Control, Cómputo, Comunicaciones y Contacto Ciudadano) del gobierno y coordinados para alertar a las autoridades locales de cualquier situación de riesgo que puedan sufrir nuestros clientes o asociados.

OFRECER PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGUROS Y SALUDABLES

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

Brindar alimentos y productos seguros, saludables y asequibles es fundamental para nuestro propósito de ayudar a las personas a ahorrar dinero y vivir mejor

Nuestros esfuerzos incluyen políticas, estándares y prácticas que garantizan la seguridad y calidad de nuestro surtido, al tiempo que trabajamos con nuestros clientes y aliados del sector en sensibilizar a los consumidores sobre la salud a través de una buena alimentación.

Nuestra oferta de productos saludables y nutritivos sigue aumentando:



Libres de Gluten


Sín azúcar


Orgánicos


Sin grasas trans


Bajos en sodio

Productos saludables

Ofrecemos productos de Nuestras Marcas con alto valor agregado que cubran las necesidades de nuestros clientes. Estos productos están en línea con nuestras iniciativas globales en temas de regeneración, sustentabilidad y seguridad alimentaria, entre otros.

Las categorías de productos enfocadas en ofrecer artículos que se adaptan a las necesidades específicas de nuestros clientes tales como sobrepeso, diabetes, enfermedad celíaca o cuidado en general, son cuidadosamente evaluadas para asegurar el cumplimiento de declaraciones que comuniquen adecuadamente sus características. En este tipo de artículos encontramos los bajos en grasa, sin azúcar, sin gluten y orgánicos.

Los productos de alimentación infantil no tienen azúcar añadida, almidones o ingredientes artificiales. De esta manera, ofrecemos productos para la nutrición temprana 100% natural que, en ocasiones, son adicionados o fortificados adecuando la ingesta a la etapa del infante.



APOYAR A LAS COMUNIDADES LOCALES

GRI 201-1, 413-1

Estamos convencidos que juntos somos más fuertes. Por ello, nos aliamos con organizaciones no gubernamentales y otros grupos de interés para crear en conjunto proyectos que generen oportunidades económicas de mayor impacto para las personas y sus familias.

Gracias a estas alianzas, nuestra visión de contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias en la región adquiere mayor relevancia.



1,956,925
beneficiarios impactados

2,491
millones de pesos canalizados a través de los programas de impacto social,
+24.8% vs 2021

149
organizaciones en alianza con la compañía para maximizar el impacto y alcance de nuestros programas sociales

Nuestro programa de apoyo comunitario está enfocado en cuatro ejes:

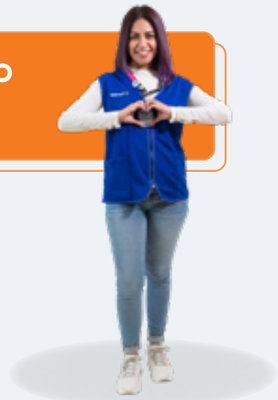
SEGURIDAD ALIMENTARIA



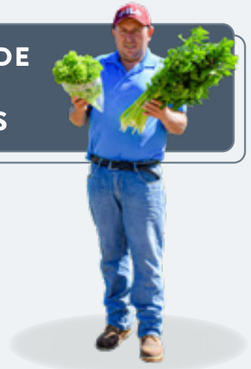
APOYO ANTE DESASTRES NATURALES



VOLUNTARIADO



DESARROLLO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES



SEGURIDAD ALIMENTARIA



En la región se produce alimento suficiente para cubrir las necesidades de toda la población; sin embargo, un gran porcentaje del alimento producido termina en la basura o se desperdicia a lo largo de la cadena de valor.

Para contrarrestar este problema y poder garantizar una seguridad alimentaria para todos, nos hemos comprometido a mejorar las condiciones alimentarias de millones de personas y ser uno de los principales aliados de donativos en especie de la Red de Bancos de Alimentos.

México		Centroamérica
31,465.91	38,547.54 toneladas de alimentos donadas	7,081.63
110	117 alianzas con bancos de alimentos	7
1,284,293	1,641,360 de personas beneficiadas	357,067





Bancos de Alimentos en México

En 2022, invertimos en el fortalecimiento de la infraestructura de bancos de alimentos para asegurar la correcta recolección de alimento en nuestras tiendas, clubes y centros de distribución.

Logrando así llegar a más comunidades de difícil acceso.



Bancos de Alimentos Centroamérica

Continuamos siendo el principal donante de los bancos de alimentos ubicados en la región, contribuyendo con donaciones monetarias para el desarrollo y mejoramiento de cada uno de los programas en Centroamérica. Con estas aportaciones, los bancos de alimentos pueden iniciar operaciones, construir bodegas, comprar camiones, adquirir equipo de cómputo, entre otros.

En 2022, intensificamos nuestros esfuerzos por rescatar el mayor porcentaje de productos aptos para el consumo. Como resultado de estos esfuerzos, **este año se donaron 7,081.63 toneladas de alimentos. Incrementando casi un 20% la donación** de alimentos con respecto al 2021.

El donativo se entregó a bancos de alimentos ubicados en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica, así como a la Asociación Club de Leones de San Sebastián, beneficiando a **357,067 personas** que actualmente se encuentran en situación de vulnerabilidad social y alimentaria. Con relación al año anterior, **hubo un crecimiento del 5.9% de beneficiarios en Centroamérica.**



Impacto Colectivo por la Alimentación Centroamérica

En 2020 lanzamos la campaña **Impacto Colectivo por la Alimentación,** que invita a socios comerciales a unir esfuerzos entregando donativos en especie a los Bancos de Alimentos en Centroamérica. Este año llevamos a cabo su tercera edición.

La campaña logró reunir a **97** proveedores, **38** de ellos de la División Agroindustrial, quienes por primera vez participaron entregando perecederos como frutas y vegetales. El donativo de **más de 136 mil kilos** superó lo alcanzado en 2021 , beneficiando a **165,716** personas. Con estos programas logramos fortalecer aún más la relación de Walmart y sus proveedores en temas sociales.

	2020	2021	2022	vs 2021
Socios Comerciales	36	55	**97**	76%
Kilos	66,941	121,866	**136,413**	12%
Equivalente en pesos $	3,462,425	4,410,500	**5,937,416**	36%



Haz Magia 2022 México

Las comunidades indígenas son grupos altamente vulnerables que experimentan situaciones complejas, principalmente en materia de seguridad alimentaria. Este año, en alianza con la organización Pro México Indígena, realizamos un donativo de 2.7 millones de pesos que, sumados a los donativos que realizaron clientes y socios en nuestras tiendas físicas y digitales, contribuyeron a alimentar a miles de familias de pueblos originarios de México.

En Centroamérica, por medio de esta iniciativa, nos unimos para apoyar a personas en situación vulnerable, principalmente niños, entregando presentes y desarrollando actividades enfocadas en las celebraciones navideñas, **beneficiando a 8,358 niños.**

Miles de niños compartiendo alegría, gracias a ti





APOYO ANTE DESASTRES NATURALES

En Walmart de México y Centroamérica empleamos una serie de recursos internos que nos permiten identificar, evaluar, clasificar y responder rápidamente a los desastres naturales y emergencias que afectan a nuestras operaciones, asociados y/o a las comunidades de la región.

Nuestro Centro de Continuidad de Operaciones funciona las 24 horas del día, los siete días de la semana. Esto nos permite identificar los riesgos emergentes, preparar nuestras instalaciones y capacitar a nuestros asociados para responder adecuadamente a emergencias que se presenten, como lo son los desastres naturales.

Gracias a nuestra infraestructura, a la capacidad de la Cruz Roja Mexicana y al fondo revolvente de ayuda humanitaria con el que contamos, logramos brindar apoyo a comunidades durante las primeras 24 horas después de haber ocurrido un desastre natural.

En México, pusimos a disposición nuestra cadena de suministro y proveeduría de la empresa, así como donaciones, para apoyar en los siguientes desastres:

- **Huracanes**
  - Grace
    - Veracruz
  - Roslyn
    - Nayarit
- **Terremotos**
  - Colima
- **Sequías**
  - Nuevo León
- **Lluvias torrenciales**
  - Chiapas
  - Sonora
- **Incendios forestales**
  - Nuevo León

38,070
beneficiarios

México

358.86
toneladas canalizadas

7
desastres naturales

449.75
toneladas canalizadas

En 2022, la región de Centroamérica se vio marcada por el impacto de la tormenta tropical Julia, que afectó principalmente a El Salvador, Guatemala y Nicaragua. La suma de damnificados superó las 35,000 personas. En Tegucigalpa, Honduras, 1,400 personas fueron evacuadas de sus viviendas debido a fallas geológicas de alto riesgo. En Costa Rica, las fuertes lluvias de octubre causaron inundaciones en las comunidades de Desamparados y Aserrí, afectando a más de 450 familias.

En todos los casos realizamos donaciones en especie con alimentos, paquetes de higiene y cuidado personal, agua potable y otros productos de primera necesidad, **beneficiando a 39,068 personas.**

Todas las donaciones se canalizaron en alianza y coordinación con cuerpos de socorro, diversas organizaciones y entidades de gobierno competentes, con la finalidad de beneficiar de manera pronta y oportuna a la mayor cantidad de damnificados.



Centroamérica

90.89
toneladas canalizadas

3
desastres naturales



P. 139

VOLUNTARIADO



1,599
actividades de voluntariado

1,582
México

17
Centroamérica

50,742
participaciones voluntarias de asociados

50,396
México

346
Centroamérica

El eje voluntariado permite a nuestros asociados participar, mediante la donación de su tiempo y talento, en proyectos a favor de desarrollo comunitario y el cuidado del medio ambiente. Sabemos que juntos llegamos más lejos y nuestro impacto se amplifica.

Durante 2022, reanudamos nuestras actividades de voluntariado en México y Centroamérica que se interrumpieron por el confinamiento de la pandemia. Gracias a la voluntad de nuestros asociados y aliados superamos las expectativas y objetivos planteados en un 3% con respecto a la meta original y una participación del 21% del total de nuestra plantilla en México.

Enfocados en nuestra estrategia de ser una Empresa Regenerativa y en beneficio de las comunidades en donde operamos, realizamos jornadas de voluntariado, reforestación, mejora de espacios públicos, mantenimiento de escuelas y visitas a bancos de alimentos.

1,795
total de horas de voluntariado

DESARROLLO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES



CONOCE MÁS SOBRE ESTOS ESFUERZOS

Buscamos aumentar los ingresos de nuestros productores, así como impulsar la economía local por medio del fortalecimiento de sus capacidades productivas y comerciales

Ética e Integridad

¿QUÉ LOGRAMOS JUNTOS?

Actuar bajo los más altos estándares de integridad, siendo un ciudadano corporativo responsable, confiable, ético y transparente.

21,051
horas de capacitación sobre nuestro Código de Conducta

20,706
asociados completaron la capacitación Anticorrupción



ÉTICA E INTEGRIDAD

La forma en que operamos el negocio es tan importante como los productos y los servicios que ofrecemos a nuestros clientes, por lo que actuamos de manera ética e integra para favorecer el bienestar de nuestros grupos de interés

Son nuestros principios y valores los que nos mantienen como una empresa confiable que, en la medida que avanza con su modelo de negocio, fortalece sus controles para cumplir con la ley y las políticas internas y así, garantizar un entorno de crecimiento sostenible.



- ALTOS ESTÁNDARES DE ÉTICA Y CUMPLIMIENTO
- PROMOVER DIGNIDAD EN NUESTRA CADENA DE VALOR
- GOBIERNO CORPORATIVO ROBUSTO
- BUENOS CIUDADANOS DIGITALES
- RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS

ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

GRI, 2-27, SASB FB-FR-310A.4, CG-MR-310A.3, CG-MR-330A.2, FB-FR-310A.3

El 2022 representó un año de transformaciones y adecuaciones frente a nuevas maneras de interactuar. El mundo presencial y virtual ahora coexisten para responder a las necesidades actuales. Esto hizo que rápidamente se crearan nuevas legislaciones y comportamientos sociales que fueron reconocidos e incorporados en nuestro día a día en todos los programas de Ética y Cumplimiento.

Invertimos en estrategias, protocolos, procedimientos y metodologías que ponen en marcha resultados eficientes en nuestros servicios y productos. Sin embargo, sabemos que nuestra mayor fortaleza son nuestros 623 asociados que, gracias al liderazgo, visión y directrices de un trabajo robusto bajo los estándares de la Ética y el Cumplimiento en México y Centroamérica, continúan logrado mejoras en los resultados. El trabajo en equipo, la observación, el diálogo y la innovación se logran con personas únicas que trabajan en equipo y con disciplina.

Cada año, nos aseguramos de que nuestros programas estén alineados a nuestros compromisos, valores y principios

Somos una compañía que privilegia la transparencia y la integridad en todo lo que hacemos, lo que nos convierte en una compañía líder e innovadora, así como un referente en la industria

Los Fundamentos de Ética y Cumplimiento

El programa de Ética y Cumplimiento de Walmart está basado en riesgos y adecuado para atender nuestro negocio global. Nuestro programa está diseñado entorno a principios clave para mantenernos consistentes y receptivos mientras nuestro negocio y ambiente externo cambian.

1. Cultura Corporativa

La base del programa de Ética y Cumplimiento de Walmart es una cultura corporativa fuerte. Promovemos comportamientos y toma de decisiones consistentes con nuestro valor central de actuar con integridad, incluyendo evaluar nuestra cultura y reconocer la integridad en acción.

2. Liderazgo y Personal de Cumplimiento

Nuestro Líder Global de Ética y Cumplimiento tiene responsabilidad general de la implementación y mantenimiento de nuestro programa de Ética y Cumplimiento, en conjunto con especialistas expertos en las distintas áreas y los líderes en los mercados y unidades de negocio.

3. Identificación y Análisis Regular de Riesgo

Nuestro programa de Ética y Cumplimiento continuamente revisa y evalúa los riesgos relacionados con el cumplimiento. También consideramos datos para identificar riesgos y comportamientos fuera de cumplimiento.

4. Políticas, Procedimientos y Controles

Implementamos políticas formales escritas para claramente describir las expectativas de la compañía sobre cómo conducir el negocio y qué esperamos de proveedores y terceros. Reforzamos estas expectativas a través del diseño y ejecución de controles basados en riesgos.

5. Entrenamiento y Comunicación

Educar asociados, directores y socios comerciales de alto riesgo sobre nuestras expectativas de comportamiento, políticas y procedimientos clave, es primordial para nuestro programa de Ética y Cumplimiento.

6. Monitoreo y Evaluación Interna

Monitoreamos y evaluamos nuestros controles y nos comunicamos con nuestros socios de negocio en relación a su efectividad. Los procedimientos de monitoreo y evaluación interna, suplementados por auditorías periódicas, ayudan a garantizar que los componentes de nuestro programa operan efectivamente y estén bien diseñados.

7. Reporte Confidencial

Mantenemos mecanismos de reporte que permiten denuncias anónimas y confidenciales de todos los niveles de asociados, terceros, empleados de nuestra cadena de suministro y otras fuentes externas.

8. Investigación y Remediación

Pronta investigación, causa raíz y análisis de acciones correctivas son centrales para la efectividad de nuestro programa de Ética y Cumplimiento.

9. Mejora Continua

Trabajamos continuamente para mejorar y adaptar nuestro programa de Ética y Cumplimiento para mitigar riesgos nuevos y cambiantes, incluyendo, asociándonos con otros socios de negocio para diseñar e integrar cumplimiento a sus nuevas iniciativas y adquisiciones.

Mejora Continua

En nuestra compañía contamos con equipos que visitan y monitorean nuestras instalaciones. Nuestro equipo tiene el objetivo de verificar los niveles de cumplimiento que nuestro entorno exige y espera. Para nosotros, no se trata solo de lo que logramos, sino de cómo lo logramos.





Durante 2022, realizamos monitoreos de manera física y virtual

México

5,772

monitoreos sobre distintos programas de cumplimiento en unidades en operación

Nuevas aperturas **241**

Unidades remodeladas **117**

Farmacias **1,468**

Plantas de tratamiento **1,305**

Seguridad alimentaria **654**

Realizados a plagas **524**

Otros **2,459**

Total de visitas realizados para mitigación y proyectos **742**

Centroamérica

1,947

monitoreos en distintos programas de cumplimiento de unidades en operación

Nuevas aperturas **105**

Unidades remodeladas **78**

Farmacias **65**

Plantas de tratamiento **387**

Seguridad alimentaria **619**

Realizados a plagas **82**

Otros **1,030**

TOTAL DE VISITAS REALIZADOS

Mantenimiento mayor **43**

Levantamientos **28**

Mitigación y proyectos **34**

En nuestra compañía, uno de nuestros ejes centrales que materializa el compromiso ético es la implementación de varios programas de cumplimiento que abarcan toda nuestra cadena de valor



Áreas que conforman el programa de Ética y Cumplimiento

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

A continuación, detallamos los aspectos más destacados de los programas de Ética y Cumplimiento durante 2022

← REGRESAR

Seguridad e Higiene

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

Durante el 2022, uno de nuestros mayores éxitos fue la reducción de accidentes de clientes en México y Centroamérica. Si bien el regreso a lo presencial generó un aumento notorio de clientes en nuestras tiendas, estábamos preparados y listos para tomar las acciones que evitaron riesgos y accidentes.

En este año en México, lanzamos las tarjetas **Cero Accidente**s en nuestros formatos, algo que ya habíamos probado con éxito en nuestros Centros de Distribución. Los asociados en tiendas utilizan estas tarjetas para identificar condiciones o actos inseguros. Cada vez que se levanta una tarjeta, es un riesgo menos para asociados y clientes.

8,534
asociados forman parte de la Comisión de Seguridad e Higiene

5,187
México

3,347
Centroamérica

Estamos enfocados en lograr nuestro objetivo de cero accidentes. Hoy en día, tenemos cientos de tiendas que ya lograron cero accidentes durante el año. Aún hay mucho por hacer, pero cada día damos un paso más para cumplir nuestra misión.

INDICADORES DE ACCIDENTES

	México			Centroamérica		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Accidentes por riesgo de trabajo	5,811	5,464	5,051	768	718	517
Accidentes incapacitantes por horas trabajadas*	2.18	1.96	1.87	1.674	1.56	1.13
Accidentes de clientes	651	767	693	156	168	155

Accidentes incapacitantes por horas trabajadas= Accidentes incapacitantes (200,000)/ Total de horas trabajadas

Estamos enfocados en cuidar a nuestros clientes para brindarles un lugar seguro de compra

150,871
tarjetas reportadas

155,601
asociados capacitados en México

Capacitaciones en reducción de conato de incendio

En Centroamérica logramos una reducción del 13% en el riesgo de conatos de incendio vs. 2021

Al continuar reforzando año tras año esta acción, se refuerza también la confianza en la seguridad de nuestras tiendas para comprar y trabajar. Este logro se debe a la implementación de controles y monitoreos que hacen los equipos, corrigiendo las oportunidades detectadas.



-27.40%
de reducción de accidentes de asociados y **-20.97%** de clientes en Centroamérica vs. 2021

1,048
tiendas y clubes **Cero Accidentes** en México

-4.50%
de reducción de accidentes de asociados y **-15.00%** de clientes en México vs. 2021

México | Seguridad e Higiene

Programa Cero Accidentes para Contratistas

Con nuestro programa Cero Accidentes, estamos enfocados en la protección y el cuidado de nuestros proveedores. La identificación de riesgos potenciales junto con la implementación constante de protocolos, capacitaciones y monitoreos es algo en lo que trabajamos para seguir reforzando este programa. En 2022, reforzamos nuestra estrategia basada en cuatro acciones clave principales que comprenden desde la actuación inmediata de contener un riesgo, hasta la implementación de un plan con resultados a largo plazo.

Asimismo, llevamos a cabo reuniones de seguridad con nuestros proveedores y citamos a los proveedores con más accidentes y con obras en proceso, para solicitarles planes de acción.

Acciones clave

1. Mejora de competencias:
para supervisores de seguridad, cascos rojos, y para el equipo gerencial de construcción.

2. Desarrollo de nuevos proveedores:
evaluación de seguridad para nuevas compañías que proveerán servicios de construcción.

3. Evaluación continua de desempeño de contratistas:
que se realiza considerando el desempeño en obra y con el registro de accidentes.

4. Liderazgo en seguridad:
el equipo gerencial de construcciones monitorea las obras con un formato de auto evaluación y dan ejemplo de seguimiento a las reglas de seguridad, se capacitan de manera constante y son evaluados. La seguridad empieza con el ejemplo del liderazgo.

Proceso de estandarización y generación de procedimientos de seguridad

Como parte del proceso para generar mayor cultura y concientización hacia la seguridad, durante 2022 se actualizaron y crearon nuevos estándares de seguridad visuales o Lecciones de un Punto (LUP's), con el fin de reforzar los controles de seguridad, de una forma clara y estandarizada.

A través de las LUP's, explicamos lineamientos y controles de una forma sencilla, tales como: descarga segura, uso seguro de máquinas, normas para el uso de escaleras, permisos para trabajos peligrosos, manejo de mercadería en piso de venta, uso seguro de cuchillas, uso de EPP, entre otros.

En México lanzamos el programa de certificación de operación de máquinas de alto riesgo, empezando con los equipos de tortillería en 2022



Asimismo, lanzamos el programa de certificación en trabajos peligrosos a nuestros equipos de mantenimiento, fortalecimos el programa de cascos rojos y control de contratistas, reforzamos comunicaciones de seguridad a terceros.

Centroamérica | Seguridad e Higiene

Programa Familia Segura

Durante 2022, continuamos con la implementación del programa Seguridad Basada en Comportamiento en el 100% de nuestras unidades, incluyendo tiendas, plantas y CeDis. Capacitamos y concientizamos a observadores en cada una de nuestras unidades de trabajo, creamos observaciones en línea y generamos registros de control de comportamientos y condiciones en tiempo real.



Adicionalmente, lanzamos el programa de cultura hacia la prevención de accidentes bajo el lema **Juntos nos Cuidamos,** con el cual buscamos reforzar procesos de cultura y reconocimientos, tanto individuales como colectivos, con el fin de mejorar comportamientos y hábitos seguros.

Gracias al programa de Seguridad Basada en Comportamiento, se generaron en el año 2022

188,094
registros de observación de comportamientos seguros

Logramos que **3,163** asociados voluntariamente iniciaran los módulos y de ellos **1,394** aprobaran el Módulo 1 para continuar su proceso de certificación en cultura de seguridad.



← REGRESAR

Ética

Durante 2022, seguimos dando impulso a nuestro Código de Conducta, lanzado en 2021, como herramienta clave de éxito

Sin duda, nuestro negocio es tan importante como los productos que vendemos y los servicios que prestamos, basados en una conducta ética, transparente y confiable.



Este año, continuamos con diferentes acciones en México y Centroamérica que ayudan a nuestros asociados a mantener una cultura de integridad:

Capacitación Anual

En México impartimos **17,308 horas** de capacitación sobre nuestro Código de Conducta a los asociados de Operaciones y *Staff*, cubriendo el **97.54%** y el **95.77%** respectivamente. **En Centroamérica**, por su parte, impartimos **3,743 horas** cubriendo el **94%** de asociados de la empresa.

Premio de Integridad en Acción

Cada año hacemos un reconocimiento global que rinde homenaje a los asociados que **ejemplifican nuestros valores y definen nuestra cultura de integridad** todos los días.

WalmartEthics.com

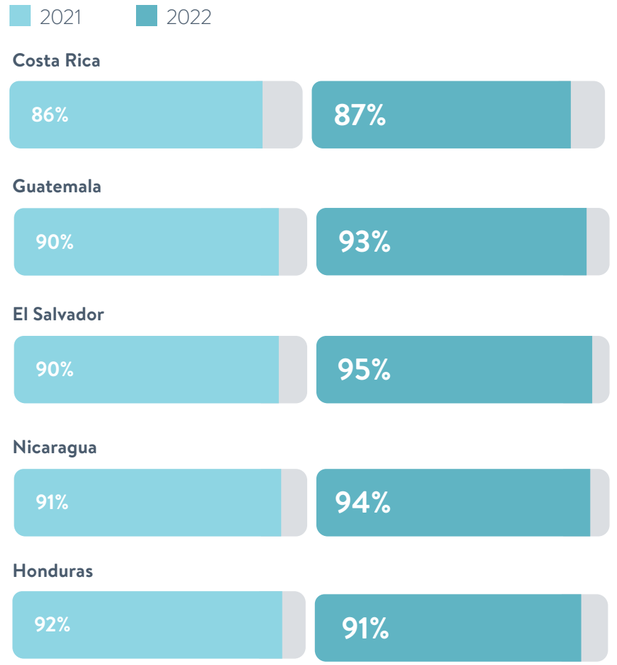
A través de esta plataforma, la cual está disponible en 11 idiomas y es accesible a nivel mundial, las partes interesadas pueden hacer preguntas, leer nuestro **Código de Conducta,** reportar inquietudes éticas y darles seguimiento.



Índice de Integridad

El Índice de Integridad se compone de seis preguntas que se incluyen dentro de la encuesta anual de asociados. **Este año el Índice se incrementó en México de un 82% en 2021 a un 86% en 2022.**

Particularmente en **Centroamérica** se dio un incremento de un **90% en 2021 a un 91% en 2022.**



Atención Efectiva de Casos Éticos

Contamos con equipos de investigaciones locales centralizados, logrando grandes mejoras en eficiencia, consistencia, seguimiento de protocolos y procesamiento de la información.

Alineación con Proveedores

Transmitimos mensajes sobre la cultura de integridad de Walmart a proveedores externos mediante iniciativas como ExpoWalmart y la circulación de un afiche ético virtual.

Presencia en Foros Estratégicos

Transmitimos mensajes claves sobre temas de integridad en foros como la Junta de Inicio de Año (JIA), Junta de Fin de Año (JUFA), Sesión anual de Ejecutivos y el Tour de Cumplimiento.

Series de Integridad para el Liderazgo

Compartimos a los líderes de la organización cápsulas de liderazgo positivo con enfoque en temas de integridad que fueron compartidos por los líderes hasta llegar a los asociados de línea, abordando temas como **Confianza para reportar inquietudes y Actuar ética y honestamente.**



Campañas de Comunicación

Circulamos a los asociados comunicaciones estratégicas sobre temas éticos relevantes para fortalecer la cultura de integridad, abordando temas como **La integridad genera confianza, Confianza para reportar inquietudes, Represalias, Conflicto de interés, Soborno, Prevención de acoso sexual y discriminación, Prevención de fraude y deshonestidad.**

GRI 2-16

Ser transparentes implica no solo hablar de nuestros logros; también es ético detectar nuestras áreas de oportunidad

Para ello, contamos con diferentes canales de reporte de inquietudes al alcance de nuestros grupos de interés. Esto nos permite, por un lado, detectar incumplimientos a nuestro **Código de Conducta** que son erradicados de manera contundente y por el otro, prevenir potenciales riesgos que afecten a nuestros grupos de interés o entorno. Los mecanismos para reportar sus inquietudes son los siguientes:

Comunicación de puertas abiertas con el líder directo, líder del siguiente nivel, líder de Personal, Ética y Cumplimiento o Legal

Sitio web
http://www.walmartethics.com

Correo electrónico
ethics@walmart.com

Línea Ética de México y Centroamérica
disponible las 24 horas del día, todos los días de la semana

Costa Rica
0800 542 5443

Guatemala
1800 835 0377

Honduras
800 2220 0141

El Salvador
800 6126
Líneas fijas y móviles
800 384 22
Solo para llamadas IP

Nicaragua
001 800 2201 967
Solo líneas fijas
505 2248 2275
Todas la líneas. Llamadas con costo adicional

México
800 963 8422

Políticas y Acciones | Ética

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

Acciones emprendidas a raíz de los casos éticos reportados

Todos los casos confirmados resultan en una medida disciplinaria que va desde una llamada de atención hasta la terminación de la relación laboral.

Además de los hallazgos identificados en dichos casos, se ejecutan, en coordinación con las áreas de negocio, medidas de remediación que incluyen: capacitaciones, mejoras a procesos, publicación y modificación de políticas, refuerzos de comunicación, entre otros.

Política Global de Prevención de Acoso y Discriminación

Establece lineamientos que prohíben estrictamente toda discriminación y acoso.

Política Global de Conflicto de Interés

Establece la forma en que deben actuar nuestros asociados, teniendo en cuenta los intereses de la compañía y ejerciendo el buen juicio, sin considerar intereses personales o situaciones que puedan afectar su objetividad para tomar decisiones.

En Centroamérica, ejecutamos un plan robusto de prevención de conflicto de interés, que consistió en los siguientes pasos:

- **Formulario de Conflicto de Interés:** todos los asociados de nuevo ingreso y aquellos que fueron promovidos completaron esta declaración para dejar por escrito cualquier potencial conflicto de interés, a fin de que el mismo pudiera ser revisado de manera previa y prevenido oportunamente
- **Firma de aceptación de la Política Global de Conflicto de Interés para todos los nuevos ingresos:** dichos asociados la leen, la aceptan y se comprometen con cumplirla al momento de su contratación
- **Revisión anual:** una vez al año, el equipo de Mejora Continua revisa aleatoriamente el formulario de Conflicto de Interés de una muestra de asociados para validar que dicho documento haya sido firmado como parte del proceso de contratación
- **Campañas de comunicación:** en julio de 2022, emitimos un recordatorio de la importancia de actualizar el formulario de conflicto de interés y circulamos una campaña de concientización alusiva en abril, noviembre y diciembre de 2022
- **Alineación con proveedores externos:** en marzo de 2022 se incluyó en el poster ético electrónico, circulando a proveedores información relevante sobre conflicto de interés

Acoso Sexual

En Walmart, estamos comprometidos a ser un lugar de trabajo libre de acoso sexual. Para ello, en México durante el 2022 mantuvimos una campaña permanente de prevención de acoso sexual, obteniendo resultados significativos que trascienden más allá de la compañía.

En México, durante este año trabajamos de manera integral y en conjunto con las áreas de Ética, Cumplimiento, Legal, Recursos Humanos y Operaciones. El resultado fue crear conciencia sobre algunas conductas que no eran identificadas como acoso y así, ser reportadas, investigadas y corregidas. Esto permite crear un ambiente de trabajo libre, en donde no se tolera ningún tipo de acoso sexual y se sanciona a la totalidad de eventos confirmados sin dejar lugar a la impunidad.

Además, este año se logró reducir significativamente el ciclo de vida de los casos por debajo del tiempo objetivo. Es decir, la prioridad y compromiso para contribuir a erradicar el acoso se reflejó en la celeridad con la que resolvemos los casos. Gracias a ello, podemos tomar medidas mucho más rápidas sobre acciones indebidas y atender con mayor prontitud las inquietudes reportadas.

En Centroamérica, efectuamos las siguientes actividades con relación a este tema:

- Se renovó la firma del Compromiso de Cero Tolerancia al Acoso Sexual
- Se actualizó el Protocolo de Atención de Casos de Acoso Sexual para Costa Rica
- Se emitió la campaña de Prevención de Acoso Sexual y se capacitó a los asesores de Recursos Humanos, Cumplimiento y Legal
- Se revisó la integración de la Comisión de Investigación de Casos de Acoso Sexual para Costa Rica, de la mano con los requerimientos de la legislación nacional en la materia, con el fin de hacer más eficiente la investigación de estos
- Se redujeron los plazos de investigación de los casos de Acoso Sexual dándole prioridad a los mismos, poniendo al frente al asociado y reduciendo riesgos legales para la compañía

← REGRESAR

Anticorrupción

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

Ser una de las mejores empresas del mundo nos hace estar a la vista de todos. Somos una compañía de grandes resultados que contribuye al desarrollo de los países donde operamos. El control y la prevención son parte permanente de toda nuestra cadena de valor para evitar cualquier acción irregular que, por minúscula que sea, afecta indiscutiblemente nuestro propósito como empresa.

Desde nuestra **Política Global Anticorrupción** prohibimos explícitamente cualquier pago indebido en cualquier circunstancia, proveniente de cualquier actor de nuestro entorno. En Walmart, este tipo de actos configura una violación directa a nuestro **Código de Conducta,** que acarrea sanciones disciplinarias entre otras consecuencias. De esta manera, contamos con procedimientos y protocolos globales que día a día son activados para hacer frente a este tipo de situaciones.

Política Global Anticorrupción

Código de Conducta

Dos ejes principales que permiten reforzar nuestros comportamientos éticos y de cumplimiento en México y Centroamérica fueron las Medidas Preventivas y Acciones Correctivas.

Medidas Preventivas

Llevamos a cabo la auditoría a Terceros Intermediarios *(TPIs)* que nos permitió entender mejor los servicios y las operaciones de nuestros socios externos, reforzando el cumplimiento de nuestra **Política y Procedimientos Anticorrupción.** Asimismo, realizamos la capacitación correspondiente en la materia y que, a su vez, fue reforzada a través de comunicados en las audiencias definidas, interna y externamente.



Acciones Correctivas

Implementamos planes de acción para remediar riesgos identificados por nuestros equipos de monitoreo y auditoría, lo cual es parte de nuestra mejora continua en materia anticorrupción.

Además, el equipo de monitoreo de Anticorrupción se expandirá a monitorear otras áreas del programa de Ética y Cumplimiento.



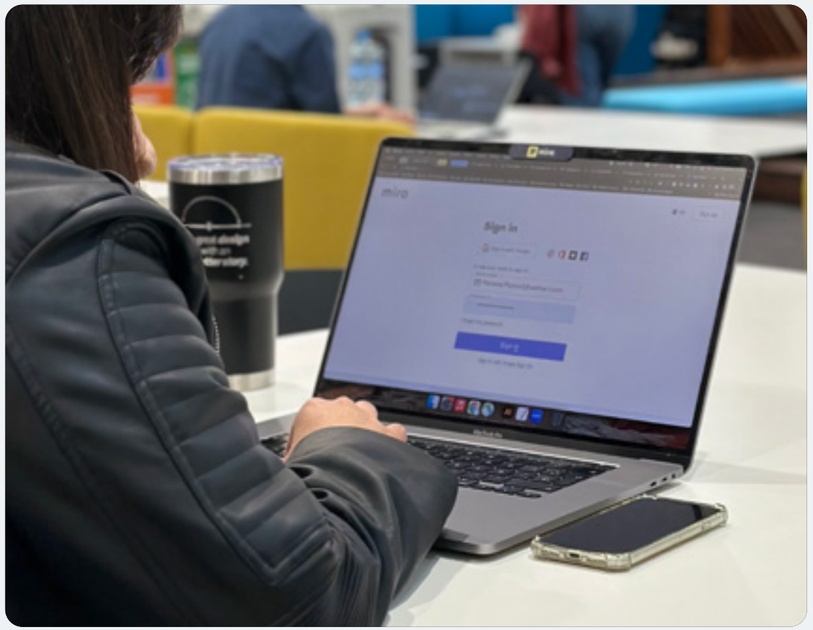
ASOCIADOS CAPACITADOS EN ANTICORRUPCIÓN

México	Centroamérica
14,043	6,663

TERCEROS QUE COMPLETARON O RENOVARON SU CAPACITACIÓN ANTICORRUPCIÓN

México	Centroamérica
594*	150*

*socios empresariales



← REGRESAR

Inocuidad Alimentaria

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

Este año, para reforzar el Programa de Fraude Alimentario en México y Centroamérica utilizamos diferentes herramientas que permiten lograr nuestros objetivos:

Threat & Vulnerability Risk Assessment

Es una herramienta que categoriza los alimentos por nivel de riesgo según diferentes criterios que van desde su composición, su historial, hasta sus procedimientos de elaboración. Gracias a estos factores, podemos determinar una categoría de mayor a menor riesgo. Una vez identificado este nivel, procedemos a generar un plan específico de monitoreo.

Software Horizon Scan

Es una herramienta que identifica riesgos de seguridad alimentaria, fraude alimentario, incumplimiento a leyes de etiquetado y sustitución de ingredientes en otros países. Con ello, podemos determinar si existe un potencial riesgo en los productos de Nuestras Marcas.

Incorporación de nuevas técnicas de análisis de detección de sustituciones de ingredientes y/o incumplimiento de adición de ingredientes

Con ello se busca garantizar que los productos de **Nuestras Marcas** cumplan siempre con las leyes regulatorias vigentes.



Programa de GFSI *(Global Food Safety Initiative)*

Solicitamos a todos los proveedores de Nuestras Marcas, de forma obligatoria, certificarse en este tipo de esquemas en un periodo razonable, en caso de que no cuenten con algún sistema propio.

Así mismo, nuestra planta de carnes ubicada en Cuautitlán está certificada en *Safe Quality Food* (SQF L-2); esta certificación nos permite comercializar productos garantizando la calidad e inocuidad alimentaria.



Auditorías de Buenas Prácticas de Almacenaje y Distribución a CeDis y desconsolidadores de perecederos:

México
29

Centroamérica
36

Auditorías externas
12

En Centroamérica se incluyeron en el programa de GFSI el 100% de proveedores de Frutas y Vegetales:

PROVEEDORES FRUTAS Y VEGETALES IMPORTADOS

Proveedores auditados	Plantas auditadas	Porcentaje de plantas certificadas
63	**269**	**100%**

TIPO DE AUDITORÍA

Global Food Safety Initiative (GFSI)	*Global Markets*
269	**0**

AUDITORÍAS DE SEGURIDAD DE LOS ALIMENTOS EN TIENDAS

10,295

ALIMENTOS DE NUESTRAS MARCAS

	México	Centroamérica
Proveedores auditados	314	180
Plantas auditadas	378	235
Porcentaje de plantas certificadas	95.5%	95%

TIPO DE AUDITORÍA

	México	Centroamérica
Certificación *Global Food Safety Initiative* (GFSI)	361	223
Global Markets	17	12

← REGRESAR

Privacidad

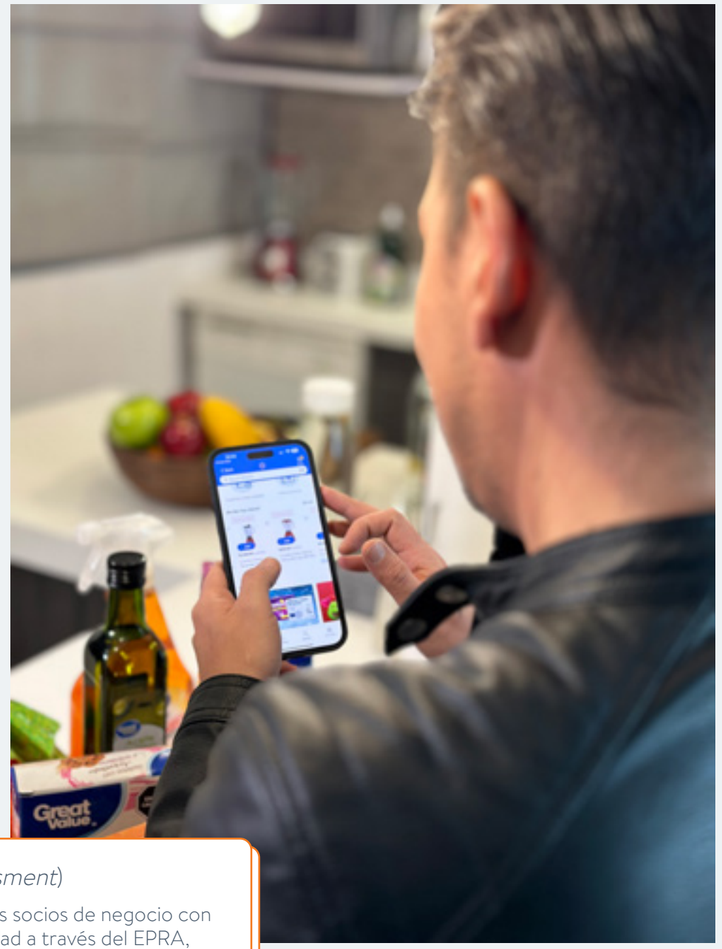
GRI 418-1 SASB FB-FR-230A.1, CG-MR-230A.2, CG-EC-230A.2, CG-EC-220A.1, CG-EC-220A.2

Valoramos la privacidad y protección de los datos personales de nuestros asociados, clientes y proveedores como principio ético y derecho humano. La información compartida por nuestros grupos de interés es altamente custodiada y protegida.

Cumplimos con todos los requisitos reglamentarios para la adquisición, uso y retención de la información personal.

En Walmart de México y Centroamérica, tenemos publicados nuestros Avisos de Privacidad para transparencia de nuestros clientes, asociados y proveedores, donde se define claramente el tipo de datos que tratamos, así como las finalidades del tratamiento que hacemos de los mismos.

En 2022, llevamos a cabo programas que refuerzan nuestro compromiso con el respeto a la privacidad



EPRA (por sus siglas en inglés: *Enterprise Privacy Risk Assessment*)

Desarrollamos campañas de capacitación y comunicación para nuestros socios de negocio con el fin de comprender la importancia del proceso de revisión de privacidad a través del EPRA, mismo que es aplicable a los proyectos que involucran el tratamiento de datos personales. Esto nos permite identificar y mitigar riesgos y proteger los datos personales de nuestros clientes y asociados. Todo conforme a la revisión y actualización periódica de políticas y estándares globales dirigidos al manejo adecuado de datos personales, registros, entre otros.

Respuesta a Incidentes

Como cada año, realizamos satisfactoriamente el simulacro de respuesta a incidentes en conjunto con el Comité de Respuesta a Incidentes. Gracias a estos mecanismos de prevención, estamos preparados y alineados para actuar de manera eficaz en contextos de un incidente de datos. Adicionalmente, en 2022 modificamos nuestro plan local de respuesta a incidentes para alinearlo a procesos globales.

En 2022, no tuvimos incidentes confirmados sobre la violación de la privacidad o fuga de datos de nuestros clientes en México y Centroamérica.

← REGRESAR

Ambiental

GRI 304-1, 304-2, 304-3, 304-4, 306-3, 307-1

Este programa tiene como finalidad dar cumplimento a las exigencias legales en materia ambiental en la región. Para ello, armonizamos las obligaciones regulatorias con nuestras buenas prácticas. El objetivo de ser una empresa regenerativa nos impulsa a ir más allá de lo legal y lograr resultados positivos de alto impacto en beneficio del ecosistema ambiental y la humanidad.



México

Durante este año, para México se ejecutaron 7,187 análisis ambientales. Para el programa de residuos se ingresaron 1,558 informes de cumplimiento de planes de manejo de residuos de manejo especial, de los cuales 726 corresponden a actualizaciones, renovaciones y planes de primera vez. Además, para el rubro de impacto y riesgo ambiental se presentaron 1,272 informes de cumplimiento.

En materia de aguas residuales, en el 2022 se estableció un grupo de trabajo multi-área para establecer acciones y generar planes con el objetivo de mejorar la calidad del agua que considera a todas las áreas responsables que intervienen en la gestión del agua residual. Asimismo, se construyó un plan multianual que incluye la construcción y rehabilitación de plantas de tratamiento, así como la adaptación de plantas de tratamiento existentes para cumplir con la nueva regulación para descarga de aguas residuales a bienes nacionales.

El medioambiente y la humanidad son el centro de nuestras acciones

Proyecto con especies protegidas 2022:

México

En México se construyó CeDis Ranchería Marín, ubicado en el estado de Tabasco con:

106 especies impactadas

17.62 hectáreas de superficies impactadas

Centroamérica

Ninguna de las tiendas o clubes reportó impactos negativos contra la biodiversidad o alteración a ecosistemas ubicados en áreas protegidas. Tampoco se encontraron cerca de áreas de alto valor en términos de biodiversidad.

Centroamérica

Con relación al programa de aguas residuales logramos:

5,642
MUESTREOS EJECUTADOS

1,393
REPORTES DE MONITOREO ENTREGADOS A LAS AUTORIDADES

Gracias a nuestro programa de entrenamiento se logró capacitar a **3,996 asociados en temas medioambientales** y se hizo el lanzamiento del **Programa Proyecto Planeta** en conjunto con el Departamento de Comunicación y Central de Operaciones para concientizar a nuestros asociados sobre los pilares, metas y acciones que estamos tomando para convertirnos en una **Empresa Regenerativa.**

← REGRESAR

Salud y Bienestar

GRI 416-1

Nuestro programa de Salud y Bienestar en México y Centroamérica tiene como objetivo cumplir con todos los requerimientos legales, así como con las mejores prácticas del mercado, y de esta manera garantizar el funcionamiento óptimo de nuestras farmacias y consultorios. Asimismo, este programa establece e implementa los controles regulatorios a cumplir en la comercialización de productos.

Contamos con el establecimiento de estándares y controles que nos aseguran siempre hacer lo correcto en todo momento y lugar. Reforzamos continuamente los protocolos de nuestras farmacias y centros de distribución y así garantizamos productos seguros, eficaces y respetuosos con las regulaciones sanitarias vigentes.

Durante el 2022 destacamos las siguientes acciones en México:

- Actualizamos los procedimientos normalizados de operación (PNOs) de las farmacias
- Reforzamos los controles relativos a la catalogación de productos y el alta de proveedores
- Reforzamos la validación de los insumos para la salud antes de su alta y catalogación
- Implementamos controles y monitoreos de temperatura y humedad durante la transportación de insumos para la salud

Además, este año el Programa de Salud y Bienestar apoyó la estrategia del mercado en el lanzamiento de nuevos productos y servicios de salud, tales como:

- Programa piloto de receta electrónica en 15 unidades
- Membresía de salud en 980 unidades
- Incremento en el servicio a domicilio, llegando a 971 unidades
- Apertura de la plataforma de *Marketplace* para la comercialización de dispositivos médicos

ENTRENAMIENTOS Y CAPACITACIONES

5,106
asociados de Farmacia capacitados en línea

2,338
asociados capacitados en CeDis mediante 13 Cápsulas de entrenamiento que englobaban 34 procedimientos

363
Productos Medimart

5,254
Productos en Farmacia

45
Proveedores Medimart

68
Establecimientos de proveedores Medimart auditados

292
Análisis a productos Medimart

+100
Proveedores de otros productos que no son de marca propia

ESTABLECIMIENTOS (donde se almacenan, distribuyen o comercializan medicamentos, suplementos y/o dispositivos médicos)

1,873
tiendas que venden productos de libre venta

1,484
Farmacias

14
almacenes de medicamentos

1
Centro de devoluciones

413
Consultorios en operación

1468
Auditorías internas a farmacia

Centroamérica

	172 farmacias	**4** en CeDis
Costa Rica	**88**	**1**
Guatemala	**46**	**1**
El Salvador	**8**	**1**
Nicaragua	**30**	**1**

AUDITORÍAS

1,371
Externas a Farmacias

492
Internas a Farmacias

11
Externas a CeDis

ENTRENAMIENTOS Y CAPACITACIONES

Farmacia
354
Asociados capacitados con el curso CBL

CeDis
7
Asociados capacitados con el curso CBL

← REGRESAR

Prevención de Lavado de Dinero y Servicios Financieros

Contamos con un programa de **Prevención de Lavado de Dinero** que se alinea con las políticas globales de Walmart y la legislación aplicable en México y Centroamérica.

Durante 2022, en México apoyamos la estrategia del mercado en el lanzamiento de nuevos productos y servicios financieros e implementamos nuevos controles que se ajustan a las exigencias reglamentarias y buenas prácticas en Walmart, tales como:

Remesas de Walmart US a Walmart México

En conjunto con el equipo global, implementamos monitoreos constantes para detectar actividades inusuales en la compañía. Esto contribuye a prevenir el lavado de dinero y el fraude al consumidor.

Proceso de Aseguramiento de Calidad (QA)

Trabajamos en conjunto con el equipo global para llevar a cabo un proceso de *QA*; éste se encarga de revisar la calidad de las investigaciones realizadas en alertas y casos para la detección de actividades inusuales en remesas, ayudándonos a prevenir el lavado de dinero y el fraude al consumidor.

Estándares Globales como NPRA & VRA

En México y Centroamérica se han implementado estándares que consisten en la evaluación de riesgos en nuevos socios de negocio, así como Productos y Servicios Financieros *(NPRA "New Product Risk Assessment" / VRA "Vendor Risk Assessment").* Con ello, nos aseguramos de que todos los nuevos proyectos de 2022 fueron previamente revisados por el área de Prevención de Lavado de Dinero a efecto de identificar, documentar y mitigar los riesgos en materia de lavado de dinero y fraude al consumidor.

En el caso de Centroamérica, durante el mismo periodo, el **Programa de Prevención de Lavado de Dinero,** apoyó la estrategia del mercado en productos y procesos como:

Remesas

Reforzamiento de controles en modelos de negocio existentes en la región, como el de autoservicio y *money centers*.

Financiamiento

Lanzamiento del piloto de **CrediWalmart,** que ofrece a los clientes una nueva opción de financiamiento para poder tener acceso a la compra de artículos de mercancías generales.

Programa Conozca a Su Tercero y Debida Diligencia

Continuidad a proyecto compañía que procura reforzar controles y simplificar el proceso de creación de nuevos proveedores en el mercado.

Licencias y Permisos

Damos cumplimiento a las licencias y permisos que requiere toda nuestra cadena de valor



En México, durante 2022 administramos más de 38 mil licencias para la operación de nuestras tiendas y clubes, de las cuales se renovaron 15,501 durante el año. Adicionalmente, obtuvimos más de 4,500 licencias para la construcción y operación de nuevas unidades, así como para otros proyectos estratégicos de la compañía.

En Centroamérica, durante 2022 administramos más de siete mil licencias para la operación de nuestras tiendas y clubes, de las cuales se renovaron 2,594 durante el año. Adicionalmente, obtuvimos más de 275 licencias para la construcción y operación de nuevas unidades, así como para otros proyectos estratégicos de la compañía.

Todo el proceso, tanto en México como en Centroamérica, se documenta en nuestro sistema de Administración Global de Licencias (GLM, por sus siglas en inglés), desde la investigación de los requisitos, datos de la autoridad, ingreso, solicitud y pago de derechos, hasta la obtención del documento.

← REGRESAR

Seguridad del Producto

GRI 416-1 SASB CG-MR-410a.2

Una de nuestras obligaciones es garantizar la seguridad de los productos que vendemos a nuestros clientes. Desde cosméticos, consumibles, ropa, zapatería hasta mercancías generales, vigilamos que cumplan con la seguridad, las regulaciones y la calidad establecida.

La seguridad de nuestros productos no se limita a las exigencias reglamentarias; vamos más allá de ello e incorporamos estándares internacionales para contar con productos confiables y seguros.

Durante el 2022 en México, a través de las auditorías de FCCA *(Factory Capability and Capacity Audit)* de ocho categorías (ropa, blancos, zapatería, cosméticos, eléctricos y electrónicos, joyería y accesorios, juguetes y mercancía general) se solicitó y verificó que las fábricas de artículos de Nuestras Marcas contaran con controles de seguridad y calidad.

Además, se participó en 7 de los 12 estudios de calidad para mercancías generales promovidos por Profeco para los productos siguientes: toallas, guantes de látex, pantalones, calcetas, extensiones eléctricas, playeras y rotomartillos de Nuestras Marcas para asegurar que los requerimientos de la compañía se cumplan y que los productos sean seguros para nuestros clientes y socios.

Realizamos monitoreos anuales aleatorios a todas nuestras categorías clasificadas como “alto riesgo”, los cuales consisten en verificar, a través de métodos de prueba acreditados por la EMA/Cofepris, que los productos cumplen con las normas de seguridad para preservar la salud de nuestros consumidores. De igual forma, se trabajan planes de acción correctivos y preventivos en caso de hallar desviaciones de nuestros proveedores.

Entre los protocolos de revisión están las certificaciones en las normas vigentes que son entregadas por los proveedores donde se revisan los requisitos y la seguridad de los productos, haciendo énfasis en Nuestras Marcas.

Adicionalmente, supervisamos productos textiles y de zapatería a través de pruebas de laboratorio e inspecciones en fábrica de proveedores nacionales y de importación, a fin de validar el cumplimiento a la regulación y los estándares de seguridad y calidad establecidos por Walmart.

Proveedores de Nuestras Marcas evaluados en México:

ZAPATERÍA	MERCANCÍAS GENERALES	TEXTILES	INSPECCIONES
16 proveedores	**480** proveedores	**175** proveedores	**18,574** en fábrica a proveedores nacionales
42 auditorías	**786** auditorías	**326** auditorías	**1,455** en origen a proveedores de importación
2 no aprobados	**14** no aprobados	**53** no aprobados	**984** en origen a proveedores de importación *Walmart Sourcing*

En Centroamérica, se administran más de 17 mil Registros Sanitarios requeridos por normativa para reforzar la venta y comercialización de productos seguros para el consumo nuestros clientes, y de estos se obtuvieron o renovaron más de 1,800 registros sanitarios.

Adicionalmente, se realizaron monitoreos para productos que por normativa requieren contar con una certificación de seguridad o de consumo y/o eficiencia energética, y la muestra revisada mostró que el 100% de los proveedores y productos revisados durante el 2022 contaban con las certificaciones requeridas según el siguiente detalle:

MERCANCÍAS GENERALES

48 Proveedores

419 Revisiones de certificación de producto

LÍNEA BLANCA

2 Proveedores

24 Análisis de productos/ Eficiencia Energética

← REGRESAR

Laboral y Empleo

GRI 402-1, 408-1, 409-1

Todos los días nos aseguramos de cumplir los derechos laborales de nuestros asociados en México y Centroamérica, tomamos acciones para que conozcan sus derechos, tales como laborar en un ambiente libre de discriminación y acoso sexual o laboral, recibir sus pagos de manera correcta y garantizar sus horarios de descanso. Gracias a estas prácticas, los estándares laborales se convierten en hábitos que son respetuosos de los derechos humanos.





CONOCE MÁS SOBRE NUESTROS ESTOS ESFUERZOS

Comercio Exterior

Nuestro programa de Comercio Exterior consiste en asegurar que la importación y exportación de mercancías de la compañía cumpla con la normatividad aplicable de comercio exterior, así como el pago de impuestos adecuados por las operaciones de comercio exterior.

Este programa también contempla que, durante el proceso de importación, mantengamos una cadena de suministro segura y protegida.

Realizamos monitoreos mensuales de importaciones al total de la compañía, incluyendo a *eCommerce*, con el objetivo de vigilar que los estándares y controles de comercio exterior implementados se sigan correctamente.



En cuanto al cumplimiento de la normatividad aplicable de comercio exterior, en México logramos en colaboración con el área de Importaciones, que los proveedores de servicios logísticos de importación cuenten con estándares, controles y certificaciones de seguridad gubernamental, por ejemplo: Asociación de Comercio y Aduanas Contra el Terrorismo (CTPAT, por sus siglas en inglés), Operador Económico Autorizado (OEA) y Socios en la Protección (PIP, por sus siglas en inglés), a fin de mantener la cadena de suministro de mercancías de importación segura y protegida evitando interrupciones operativas, así como tráfico de drogas, armas y personas, entre otros.

En Centroamérica se realizaron esfuerzos en temas específicos de comercio exterior, tales como reglas de origen en tratados de libre comercio, esto basado en el monto de compra y desde orígenes como Estados Unidos, México y Centroamérica. De esta manera, aseguramos que nuestras declaraciones aduaneras ante la autoridad competente sean precisas, evitando así multas o daños reputacionales a la compañía.

← REGRESAR

Antimonopolio

GRI 206-1

Ofrecemos capacitación constante en materia de competencia económica tanto a áreas que representan mayor riesgo, como a otras que desarrollan nuevos proyectos dentro del negocio. En ese sentido, **durante el 2022 se implementó un entrenamiento electrónico de Cumplimiento Antimonopolio,** dirigido a nuestras áreas de Compras o *Categories*, con el que se capacitó a asociados de esas áreas. La implementación de este entrenamiento local y el entrenamiento Global *(Antitrust and Competition Law Foundations)* facilitó personalizar las sesiones de capacitación presenciales para todos los equipos de Walmart, logrando alinearlos bajo un mismo fin ético y legal.

En 2022 reforzamos constantemente aquellos temas de relevancia en materia de Cumplimiento Antimonopolio. Por ejemplo, se enviaron comunicaciones directas y personalizadas para proveedores y *Sellers* sobre el compromiso de Walmart para cumplir con las leyes de competencia económica y las reglas de negociación para evitar prácticas anticompetitivas. Esta comunicación además se reforzó con un mensaje de nuestra Líder de Compras hacia el liderazgo de los proveedores. Con ello, garantizamos que cada proveedor y *Seller* se comprometa con los propósitos éticos y de cumplimiento de Walmart.

Por otro lado, se resolvieron diversas consultas de los equipos de *Category (Compras), Marketplace y Growth*, brindando soluciones orientadas al negocio; además, se revisó y validó en conjunto con el área legal la implementación de nuevas iniciativas de monetización, lo que nos permitió reforzar nuestra identidad de transparencia y confianza.



ASOCIADOS CAPACITADOS MÉXICO Y CENTROAMÉRICA

5,877
asociados capacitados (incluyendo entrenamiento electrónico)

24
sesiones presenciales

Nuestro principal objetivo es capacitar y sensibilizar a nuestros asociados para prevenir y detectar cualquier conducta potencialmente anticompetitiva



← REGRESAR

Protección al Consumidor

GRI 416-2, 417-1, 417- 2, 417-3, 2-27
SASB FB-FR-270A.1

Nuestros clientes nos inspiran, por eso es nuestro deber proteger y defender sus derechos

Nuestros clientes son el centro de nuestras decisiones y cada día nos alineamos según las exigencias y buenas prácticas de protección al consumidor. Para ello, contamos con un equipo altamente capacitado, capaz de tomar acciones integrales que buscan siempre brindarle la información requerida al consumidor para que este pueda tomar una decisión informada de compra.



En México, contamos con controles eficientes que nos permiten fortalecer cada día las exigencias de la regulación en materia de Protección al Consumidor, siendo los principales relacionados con:

- Origen de los componentes del producto o servicio
- Contenido, especialmente en lo que respecta a sustancias que pueden tener impacto ambiental, social o nutrimental
- Instrucciones de seguridad del producto o servicio
- Etiquetado del producto

Cada año damos continuidad al **programa de Protección al Consumidor** para aplicar procedimientos eficientes. También llevamos a cabo el programa de comunicación y capacitación para los equipos de tiendas, clubes y *staff* que generan información, publicidad y/o promociones a nuestros clientes; por ejemplo, a través del entrenamiento electrónico de Reglas de Publicidad y Promociones con las reglas aplicables por producto.

Esto permite que dicha información sea clara y veraz, conforme a los requerimientos legales y éticos, y contribuya a que nuestros clientes y socios puedan tomar una decisión de compra debidamente informada. Además, reforzamos la comunicación y capacitaciones en *staff* y operaciones, con el objetivo de evitar sanciones por la autoridad y responder a las necesidades de nuestros clientes. Sabemos que para mantener la lealtad de nuestros clientes es importante dar continuidad efectiva a nuestras políticas, programas y procesos.

Por esta razón, **durante el 2022 reforzamos controles para prohibir la venta de alcohol a menores de edad,** tanto en puntos físicos, como en entrega a domicilio, los cuales monitoreamos. También creamos un tablero de quejas para Bait, nuestro servicio de telefonía móvil, que nos permite identificar los temas más relevantes por tipo y por estado del país para su atención.

Por otro lado, nos apegamos a las exigencias regulatorias y de buenas prácticas de Walmart, lo que nos permite llevar controles y monitoreos periódicamente, frente a los términos y condiciones de productos y/o promociones en cada una de nuestras verticales: Bait, Cashi, *Connect* y Salud. Además, capacitamos constantemente a nuestros equipos de *Marketing*, entre otros que preparan el material publicitario, con el fin de brindar una correcta, clara y completa información para nuestros clientes.

Sabemos que la transparencia genera confianza, por lo que reforzamos nuestras exigencias frente a la información ofrecida en nuestra compañía. Tomamos acciones adicionales; por ejemplo, implementamos una matriz que exige requisitos mínimos de publicidad (ej. vigencia de promociones, términos y condiciones, leyendas precautorias, etc.) para que sean aplicados por el equipo de Walmart *Connect* y los equipos de *Marketing* en todos los formatos.

Por otro lado, solicitamos a nuestros proveedores la actualización de sus imágenes para nuestros sitios de venta en línea.

Reforzamos nuestro objetivo de mantener información clara y transparente, beneficiando directamente a nuestros clientes.

En Centroamérica se ejecutaron durante el 2022 varias campañas de revisión de requisitos de etiquetado de los productos de diferentes categorías, como Alimentos, Consumo y Perecederos, para constatar el cumplimiento de las normativas.

Otro foco importante del programa de cumplimiento es la atención a los consumidores en el proceso de posventa. Se ejecutaron varias capacitaciones a los equipos de las tiendas en Centroamérica para dotarles de herramientas para una atención oportuna de los reclamos de garantías por parte de los consumidores, cuando los artículos sufrieran algún desperfecto.



GRI 308-1,308-2,408-1,414-1,414-2, FB-FR-430A.3, FB-FR-430A.1,CG-MR-410A.1

DIGNIDAD EN NUESTRA CADENA DE VALOR

Abastecimiento Responsable

Somos agentes generadores de cambio a favor del progreso social y la conservación del medio ambiente

Para lograrlo, es necesario cuidar nuestra cadena de valor desde la perspectiva de la responsabilidad, transparencia y cumplimiento legal. Para lograrlo, fortalecemos nuestras relaciones con los proveedores. De esta manera erradicamos cualquier conducta que perjudique los derechos humanos y el medioambiente.

La prohibición al trabajo forzoso y de menores de edad, la igualdad y no discriminación, la prohibición a la corrupción y la garantía de un trabajo digno son nuestros compromisos diarios. A su vez, la utilización responsable de productos amigables con el medioambiente, así como la disminución de nuestra huella de carbono, son metas que anualmente se reafirman y refuerzan. Hablar de cadena de valor responsable es hablar de empresa regenerativa, que evalúa y da seguimiento a nuestras acciones y a las acciones de terceros que integran nuestra cadena de valor.

En 2022, contamos con:

7,466
proveedores con contratos activos para los mercados de México y Centroamérica

De acuerdo con el Sistema de Auditoría de Fábricas, hay

1,734
instalaciones activas únicas en México y Centroamérica que abastecen a varios mercados minoristas de Walmart, incluidos los mercados minoristas de México y Centroamérica

Perfeccionamos los diferentes mecanismos al alcance de nuestros proveedores y los acompañamos en la promoción de la dignidad humana del trabajador.

Academia de Abastecimiento Responsable:

Proporcionamos recursos de capacitación y orientación en mejores prácticas desde una mirada formativa, elaborada por terceros y en varios idiomas.

Temas abordados:

- Guías de auditoría
- Guía de cumplimiento global
- Trabajo forzoso
- Seguridad e higiene
- Controles en la cadena de suministro

61
representantes de proveedores han completado cursos de capacitación en México y Centroamérica

58
representantes de proveedores nuevos fueron capacitados en México y Centroamérica



Sesiones de Capacitación y Sesiones Especiales

Nuestros asociados del área de Abastecimiento Responsable imparten sesiones para involucrar a los nuevos proveedores en la dinámica con los compromisos del respeto y protección en derechos laborales, con la finalidad de que sean aplicados internamente por cada proveedor en sus empresas. Asimismo, los nuevos proveedores aprenden sobre el Programa de Cumplimiento de Abastecimiento Responsable, sus políticas y alcance. Asimismo, realizamos capacitaciones anuales con el fin de actualizar o especificar temáticas que lo ameriten a causa de una detección de riesgos que se identifique.

Este año, uno de nuestros objetivos fue asegurar que los proveedores conozcan el propósito y los requerimientos del **Programa de Abastecimiento Responsable,** así como el seguimiento a la mejora de las calificaciones de sus instalaciones.

Adicional, en Centroamérica durante 2022 nos enfocamos en suministrar información útil y efectiva para dar cumplimiento a los requerimientos de Abastecimiento Responsable.



Creamos guías de auditorías dirigidas a proveedores nuevos o potenciales, con el fin de dar visibilidad efectiva a los requerimientos de los programas aplicables, según el producto en cuestión.

Acompañamos a proveedores existentes para mejorar la calificación de sus instalaciones y evitar su inactivación o baja. Para ello, implementamos sesiones de entrenamiento enfocadas en la remediación a los mayores riesgos hallados durante la auditoría. Reforzamos en los proveedores la obligación de conocer y cumplir los **Estándares para Proveedores**, dado que adquirieron el compromiso de aplicar dichos deberes en sus negocios y durante todo el proceso de suministro de productos a Walmart. Además, inspiraron prácticas de responsabilidad por la conducta de cualquier proveedor, subcontratista y agente que participe en sus actividades comerciales, como es el caso de fábricas, instalaciones de procesamiento, proveedores de materia prima, componentes e ingredientes, entre otros.

Evaluamos los riesgos de la cadena de suministro

Anualmente, nuestra área de Abastecimiento Responsable realiza la evaluación de riesgos de nuestra cadena de suministro

Esto nos permite identificar riesgos para dar soluciones eficientes. Contamos con criterios adecuados para dar respuesta a los objetivos de prevención o mitigación de riesgos.

Algunos de estos criterios de evaluación son:

- Detección de áreas más propensas y con mayor impacto en riesgos clave de nuestra cadena de suministro
- Análisis de riesgo por país donde operamos, con fundamento en datos internos y externos que tienen en cuenta factores de alcance y gravedad
- Identificación de riesgos específicos de los *commodities* y otros productos, basados en data, inteligencia local y de expertos, entre otras fuentes, que nos permite comprender mejor los lugares y las cadenas de suministro en los que los problemas son particularmente graves



Una vez que se identifican las principales fuentes de riesgo, se procede a detectar las causas que dan origen a estos, así como la evaluación que contribuye a dar solución a los mismos y que contempla la posibilidad de efectuar cambios en nuestras políticas o procedimientos, a fin de dar una respuesta integral.

Las auditorías abordan temáticas variadas, lo que permite incluir diversos enfoques, como la compensación de trabajadores, prácticas laborales voluntarias, leyes y estándares de edad laboral, horas de trabajo y estándares de salud y seguridad de las instalaciones, entre otros.

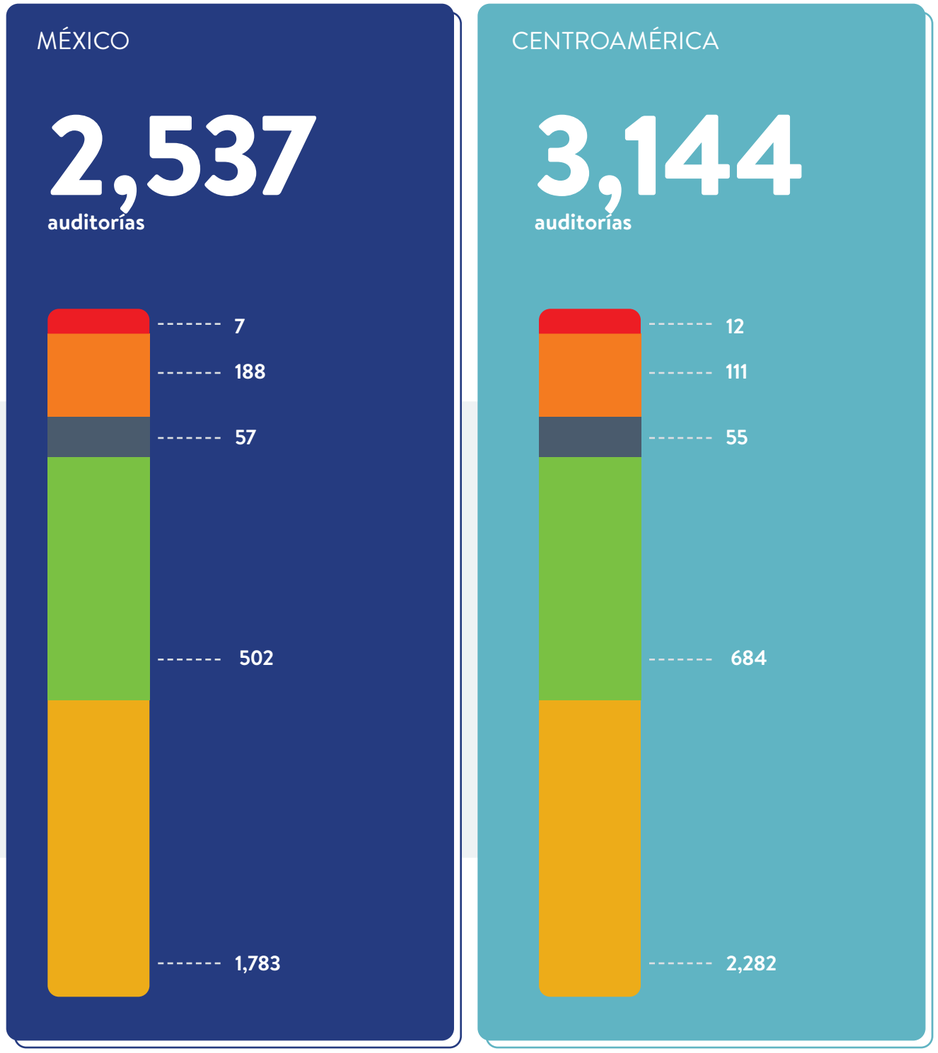


Auditoría y Clasificación de Riesgos

En 2022, continuamos con la clasificación de los informes de auditoría de terceros presentados para cada instalación y asignamos a esa instalación una calificación de color verde, amarillo, naranja o rojo, con base en la evaluación del programa de terceros y nuestra propia revisión del informe, de conformidad con nuestra **Política de Auditoría y Evaluación para Proveedores,** lo que nos permitió determinar el nivel de cumplimiento del proveedor conforme a nuestros estándares.

- Se encuentran hallazgos menores
- No han cumplido con cuando menos un requerimiento importante
- Se seguirá permitiendo comprar mientras se arreglan tales violaciones*
- Se puede detener temporal o permanentemente la producción de artículos para ser vendidos por Walmart**
- Otros

RESULTADOS DE LAS AUDITORÍAS:



* Tres calificaciones naranja consecutivas pueden dar lugar a una calificación roja, sin importar si la instalación ha salido bien en el sistema de auditoría elegido.
**Si una instalación recibe una calificación roja, se le puede prohibir que produzca artículos para Walmart de manera indefinida, o se puede detener su producción y/o sus artículos producidos se pueden rechazar.

Mecanismos de Reclamación

En nuestra área de Abastecimiento Responsable contamos con diferentes vías accesibles para plantear inquietudes sobre irregularidades, y así buscar soluciones de remediación.

Carteles



Seguridad y Confianza

Trust and Safety (Seguridad y Confianza) es un programa que define políticas y utiliza herramientas, sistemas y procesos específicamente para:

- Detectar y bloquear los productos y/o *Sellers* que no cumplen con la normatividad aplicable
- Detectar y bloquear contenido o productos que son ofensivos, discriminatorios o con lenguaje inapropiado
- Monitorear actividades riesgosas a nivel de producto y *Seller*

Llevando a cabo estas actividades podemos brindar a nuestros clientes un lugar seguro para realizar transacciones en nuestra plataforma de *Marketplace*, generando y manteniendo su confianza.

GOBIERNO CORPORATIVO

GRI 2-9

Los objetivos alcanzados en 2022 son posibles, gracias a la experiencia, liderazgo y compromiso de nuestro Gobierno Corporativo

Consejo de Administración

GRI 2-9, 2-10, 2-11,2-12,2-14,2-17,2-18,2-19,2-20, 2-21, 405-1 SASB CG-EC-330A.3, CG-MR-330A.1

INFORMACIÓN GENERAL

	Judith McKenna	María Teresa Arnal	Adolfo Cerezo	Ernesto Cervera	Kirsten S. Evans	Leigh Hopkins	Eric Pérez Grovas	Elizabeth Kwo	Guilherme Loureiro	Karthik Raghupathy	Tom Ward
Género	M	M	H	H	M	H	H	M	H	H	H
Presidente	■										
Independiente		■	■	■			■	■			
Miembros desde	2022	2022	2012	2014	2018	2022	2018	2022	2016	2022	2021

EXPERIENCIA

Contabilidad y Auditoría	■		■	■		■	■		■		
Marca y Marketing					■				■		■
Estrategia de Negocio	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Gobierno Corporativo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Economía y Finanzas	■	■	■	■	■	■	■		■	■	
Energía											■
Emprendimiento	■	■							■		
Ambiental, Cambio Climático, Sustentabilidad											■
Ética e Integridad	■								■		
Salud y Seguridad								■			
Recursos Humanos	■					■		■	■		■
Derechos Humanos	■							■	■		
Tecnologías de Información / Ciberseguridad		■		■			■			■	■
Relación con Inversionistas	■	■	■			■	■		■		
Cadena de Suministro	■								■		
Manufactura		■			■						
Fusiones y Adquisiciones			■	■		■				■	■
Relaciones Institucionales	■		■	■	■		■		■	■	
Bienes Raíces			■			■					■
Asuntos Regulatorios y Legales	■		■		■					■	
Gestión de Riesgos	■	■	■			■	■	■	■	■	■
Ventas	■	■	■	■	■	■	■		■		■

COMPOSICIÓN Y PERIODICIDAD DEL **CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

Se integra únicamente por consejeros propietarios.

Los funcionarios de la Sociedad y sus subsidiarias se encuentran limitados únicamente a cargos de presidencia ejecutiva y dirección general.

CONOCE MÁS SOBRE LAS BIOGRAFÍAS DE MIEMBROS DEL CONSEJO

Los miembros son nombrados cada año por los accionistas en la Asamblea General Anual Ordinaria de la Sociedad.

El Consejo de Administración se reúne por lo menos cuatro veces al año. Durante 2022, se reunió en cuatro ocasiones. El promedio de asistencia a las reuniones fue de 84%.

CONOCE MÁS SOBRE LAS PRINCIPALES RESPONSABILIDADES Y OTRAS PRÁCTICAS

Los consejeros independientes deben representar cuando menos el 25% del total de consejeros. Al 31 de diciembre de 2022, el 45% de los consejeros son independientes.

La permanencia promedio de los miembros del Consejo de Administración es de 3 años.

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 2022, el 29.49% de las acciones de la Sociedad circulan entre el público inversionista.

4
de los miembros son mujeres, es decir el 36%

5
de los miembros son independientes, es decir el 45%

Comités de Auditoría y Prácticas Societarias

GRI, 2-9, 2-19, 2- 20, 207-2, 405-1

Actualmente, los comités están integrados por cinco consejeros, todos ellos independientes.

- Adolfo Cerezo – Presidente
- Ernesto Cervera
- Eric Pérez-Grovas
- Elizabeth Kwo
- María Teresa Arnal

CONOCE MÁS SOBRE SUS PRINCIPALES RESPONSABILIDADES, REQUISITOS Y PRÁCTICAS

Consejo de Fundación Walmart de México

GRI 405-1, 2-13, 2-9

Se conforma por 13 miembros directivos, de los cuales, cuatro son consejeros independientes y sesionan cuatro veces al año.

CONOCE MÁS SOBRE SU CONFORMACIÓN Y MIEMBROS

Fundación Walmart México

BUENOS CIUDADANOS DIGITALES

Buscamos construir y mantener la confianza de nuestros clientes, asociados y comunidades con respecto al uso de la tecnología y los datos, en línea con nuestros valores de servicio, excelencia, integridad y respeto por el individuo.

A medida que nuestra propuesta de cliente ha evolucionado más allá de las tiendas y los clubes para convertirse en una oferta más digital y omnicanal, nuestro enfoque en datos y tecnología se ha convertido en parte fundamental para generar confianza.

Compromisos de confianza digital de Walmart, basados en nuestros valores fundamentales

Servicio: nuestro uso de la tecnología y los datos estará al servicio de las personas

Excelencia: nos esforzamos por alcanzar la excelencia en nuestra tecnología, haciéndola simple, conveniente y segura

Integridad: usaremos los datos de manera responsable, transparente y siempre con integridad

Respeto: nuestras prácticas de datos y tecnología tratarán a las personas de manera justa, con dignidad y respeto



Ponemos en práctica estos compromisos a través de cuatro áreas clave de enfoque:

Promoción de la imparcialidad

A través de la guía del equipo global de Ciudadanía Digital, damos forma a las decisiones sobre el uso de las nuevas tecnologías, servicios y datos

Protección de la privacidad

Mantenemos políticas y controles con respecto al uso y el intercambio de información de clientes y asociados

Gestión de datos, registros e información

Apoyamos el uso de datos y tecnología, a través de políticas y procedimientos, capacitación de asociados, monitoreo y evaluación

Ciberseguridad y seguridad de la información

Protegemos nuestra información e infraestructura digital de ataques cibernéticos mediante el cumplimiento de estándares internacionales, políticas de reporteo de incidentes, prácticas de escalamiento y pruebas de vulnerabilidad

DERECHOS HUMANOS

GRI 410-1,411-1

Mediante nuestra Declaración sobre Derechos Humanos, hemos establecido compromisos públicos que garantizan el respeto a los derechos y la dignidad humana para todos nuestros grupos de interés

En Walmart de México y Centroamérica, llevamos a cabo diferentes acciones que impactan positivamente en el ejercicio y goce de los derechos humanos de cada uno de nuestros grupos de interés

Acciones realizadas para nuestros grupos de interés:

Comunidad

Mitigamos las problemáticas sociales a través de acciones concretas que permiten llegar a comunidades vulnerables



Asociados

Ofrecemos lugares de trabajo inclusivos, libres de discriminación, acoso y oportunidades con equidad y respeto





Proveedores

Buscamos impulsar el ejercicio de sus derechos económicos y de desarrollo, tomamos acciones que les permiten crecer junto a nosotros e impactar de manera positiva en la sociedad





Clientes

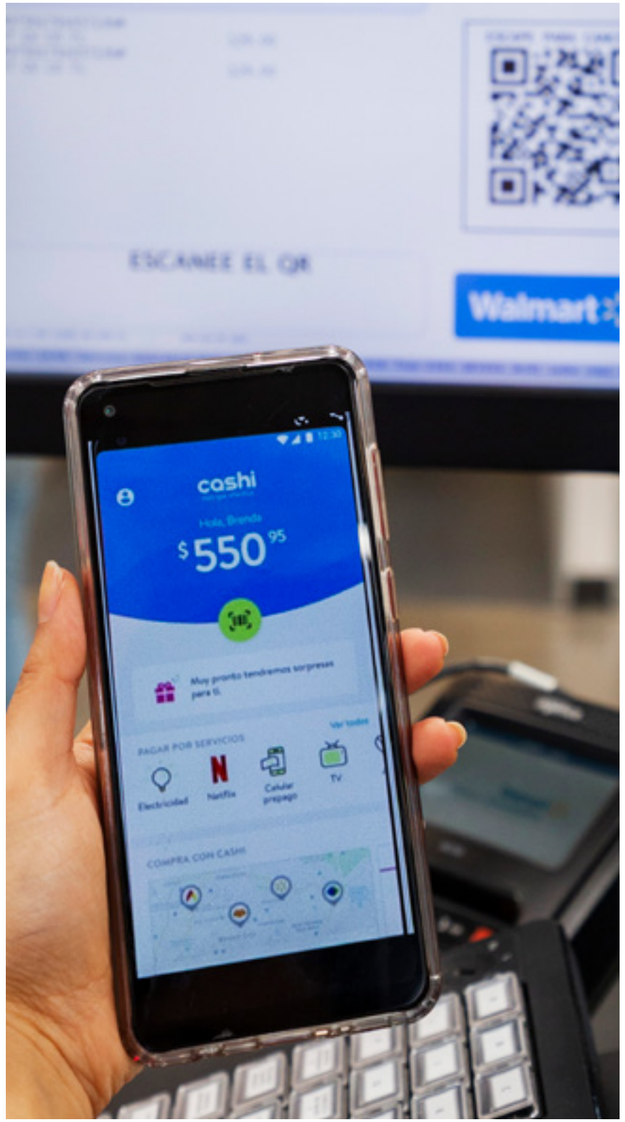
Trabajamos en ser empáticos de cara a sus realidades y condiciones, facilitamos alternativas, productos y servicios al alcance de todos, sin que las condiciones económicas sean una limitante para acceder a mejorar la calidad de vida

SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

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

Para nosotros, la seguridad de la información en México y Centroamérica es tan importante como la estrategia de nuestro negocio

Sabemos el alcance que implica procesar datos de nuestros clientes, proveedores y asociados. Nuestro objetivo es mantener la seguridad de la información mediante la compresión íntegra de la misma por parte de nuestros asociados, socios de negocio y líderes de tribu correspondientes. Para lograrlo, contamos con políticas, normas, procedimientos y guías de la seguridad de la información que buscan regular y concientizar a los asociados y proveedores sobre la importancia del cuidado de la información y del uso de los recursos tecnológicos que utilizamos en nuestra compañía. A su vez, capacitamos a nuestros asociados para sensibilizarlos sobre la importancia de adoptar conductas alineadas a nuestras directivas de seguridad de la información.





Gracias a nuestros servicios de seguridad exhaustivos, rentables y basados en riesgos, podemos brindar un servicio confiable y sólido. Para ello, garantizamos que la información y los sistemas de información estén protegidos frente al acceso, uso, divulgación, alteración, modificación o destrucción no autorizadas.

Además, nos aseguramos de seguir las mejores prácticas para la identificación de riesgos, la detección de actividades sospechosas, así como anticiparnos a potenciales incidentes. También identificamos y gestionamos vulnerabilidades presentes en los activos de información de la empresa, considerando elementos como: calendarización de análisis de vulnerabilidades, documentación de resultados y clasificación de vulnerabilidades, basando su prioridad de atención en el riesgo que implican.

Por otro lado, proporcionamos los lineamientos para el diseño de planes de remediación de vulnerabilidades, los protocolos de pruebas de penetración para activos críticos y la documentación de resultados de pruebas, solicitando la corrección de las oportunidades detectadas.

Nuestro propósito es brindar mayor confidencialidad, integridad y disponibilidad para nuestros clientes todos los días

Gobernanza de la Seguridad de la Información

Los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias están involucrados en la estrategia de seguridad de la información. Los Comités se reúnen cada tres meses para revisar iniciativas, tendencias, riesgos y estrategias con el fin de mitigar potenciales daños a la información manejada por la compañía.

Adicionalmente, en cada mercado donde operamos, contamos con un líder de seguridad de la información que forma parte de los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias. Lo anterior nos permite definir y revisar la mejor estrategia de ciberseguridad para cada caso en concreto, según su contexto y necesidades.

Somos un referente mundial al tener un ecosistema tan grande y complejo frente a nuestros productos y servicios. Al manejar millones de transacciones por segundo, recibimos más de 1,500 millones de ciberataques por año. Por tanto, después de una contingencia que impacta nuestros pilares de continuidad en asociados, instalaciones, sistemas y terceros, activamos nuestros planes y controles para asegurar la continuidad del negocio y de nuestras actividades.





RESULTADOS
Durante el 2022 logramos:

88% de reducción de vulnerabilidades derivadas de pruebas de penetración a sistemas en comparación con el 2021. Asimismo, obtuvimos la certificación *PCI (Payment Card Industry,* por sus siglas en inglés) *Security Standards* sin observaciones.

Mejorar nuestro nivel de madurez NIST CSF *(National Institute of Standards and Technology Cyber Security Framework)* de **3.83 a 4.0, máxima calificación de este marco.**

En consonancia con *Infosec International*, estamos trabajando para consolidar nuestros protocolos de respuesta y prevención, y así mejorar nuestra manera de reaccionar en caso de un ataque *ransomware.*

En materia de seguridad, se incrementaron las solicitudes de información de revisiones internas y externas. Recibimos auditorías tanto del equipo de Auditoría Interna como de entidades externas del sector financiero para demostrar el cumplimiento en los servicios de corresponsal bancario, así como con auditores externos de *NIST, Sarbanes & Oxley y de PCI.*



P. 171

EVALUACIÓN DE RIESGOS

GRI 2-25, 2-26

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

CONOCE MÁS SOBRE NUESTRA EVALUACIÓN DE RIESGOS

Enterprise Risk Management (ERM)

Con cada paso que damos, fortalecemos nuestra cultura sobre la identificación y la gestión de riesgos. En Walmart de México y Centroamérica, a través del proceso ERM, cumplimos un papel fundamental al garantizar el equilibrio correcto con la administración de riesgos y su mitigación. De esta manera, logramos la implementación segura de nuestras estrategias, para así alcanzar nuestras metas a pesar de operar en un ambiente altamente cambiante.

Con nuestro ERM, trabajamos de forma *cross-functional* y en colaboración entre nuestros equipos de México y Centroamérica, facilitando un manejo holístico de los riesgos y el intercambio de mejores prácticas.

Cada trimestre, identificamos y evaluamos la inclusión de nuevos riesgos, actualizándolos según aspectos claves y críticos. Por ende, la evaluación rigurosa sobre la probabilidad y el nivel de impacto inherentes y residuales que puede ocasionar un riesgo es fundamental. Finalmente, invertimos significativamente en los planes de mitigación para que sean tenidos en cuenta día a día.

El proceso de análisis de los riesgos consiste en tres grandes pasos y se lleva a cabo cada trimestre:

1 Evaluación

Se reúnen los administradores de riesgos y los equipos centrales para reevaluar los riesgos previamente identificados y los nuevos, así como dar una puntuación en impacto y probabilidad

2 Reporte

Se llenan registros de los riesgos en una matriz de impacto/probabilidad, se clasifican riesgos prioritarios y se provee el *Risk Register* a los *Risk Owners* para su revisión de avance

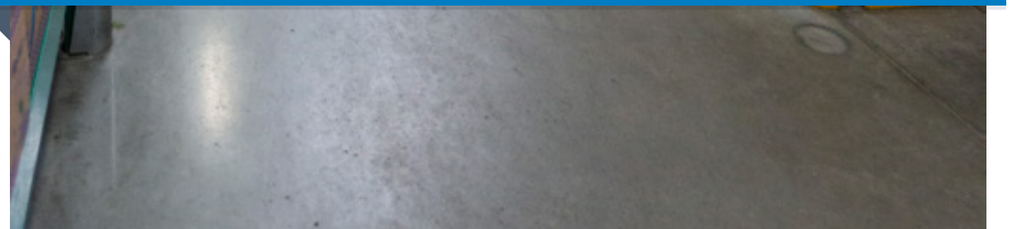
3 Gestión

Se determina la mitigación necesaria y se construyen planes de acción con un responsable asignado y los *Risk Champions* en conjunto con el Comité Ejecutivo monitorean su ejecución



RESULTADOS
Durante el 2022 logramos:

- Simplificar el registro de riesgos para garantizar un enfoque eficiente hacia los riesgos más críticos para nuestra compañía
- Fortalecer el proceso de colaboración entre nuestros mercados, para intercambiar mejores prácticas y mantener el manejo local del riesgo
- Revisar y robustecer los planes de mitigación para mejorar su diseño, suficiencia, claridad de controles, roles y responsabilidades





Derivado de este proceso de análisis hemos identificado riesgos prioritarios en el corto, mediano y largo plazo, por ejemplo, riesgo en el incremento de costo de hacer negocio e interrupciones en la cadena de suministro

A continuación, se muestra un diagrama general sobre el proceso de ERM:

Ejecutan planes de mitigación	Gestionan riesgos específicos y sus planes de mitigación	Validan y monitorean la correcta gestión del riesgo	Validan y monitorean el riesgo corporativo	Valida
Risk Managers	***Risk Owners***	**Sponsors ERM**	**Comité Ejecutivo**	**Comité de Auditoría**

El proceso de ERM considera cinco categorías:

Estratégico*	**Operacional***	**Regulatorio y Cumplimiento**	**Financiero**	**Reputacional**
Gasto del consumidor, consolidación de la industria, crecimiento clave del mercado, amenazas de la competencia	Seguridad física, fraude/ robo, seguridad alimentaria, ciberseguridad, interrupción del abastecimiento, talento	Investigaciones regulatorias, violación de datos personales, salud y bienestar, servicios financieros	Crédito, moneda, liquidez, volatilidad de la tasa de interés, informes financieros, impuestos	Cobertura mediática/ social, campañas organizadas, daños a la marca corporativa

*Incluyen el impacto de COVID-19 y cualquier otro acto natural de fuerza mayor.

Valor Financiero

¿QUÉ LOGRAMOS JUNTOS?

Entregar sólidos resultados financieros, producto de la implementación de nuestra estrategia.



819,169
millones de pesos en ingresos consolidados

11.0%
crecimiento de la utilidad neta consolidada

Soy Sergio
Asociado de staff / Administración y Finanzas

"Me llena de satisfacción saber que mi trabajo suma al equipo Walmart, y un año más logramos el máximo precio de la acción"

MENSAJE DEL VICEPRESIDENTE SENIOR DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS DE WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA



El 2022 fue un año retador en el que una vez más logramos hacer frente a los desafíos que se nos presentaron y al entorno inflacionario en el que nos vimos inmersos, demostrando nuestra resiliencia y capacidad de innovación.

Nuestra solidez financiera nos permite seguir avanzando con firmeza en el camino de implementar nuestra estrategia a largo plazo y nos sentimos muy orgullosos de nuestros resultados



Esto es reflejo del trabajo de nuestros asociados, y queremos agradecerles por hacer la diferencia.



Paulo Garcia

Vicepresidente Senior de Administración y Finanzas de Walmart de México y Centroamérica

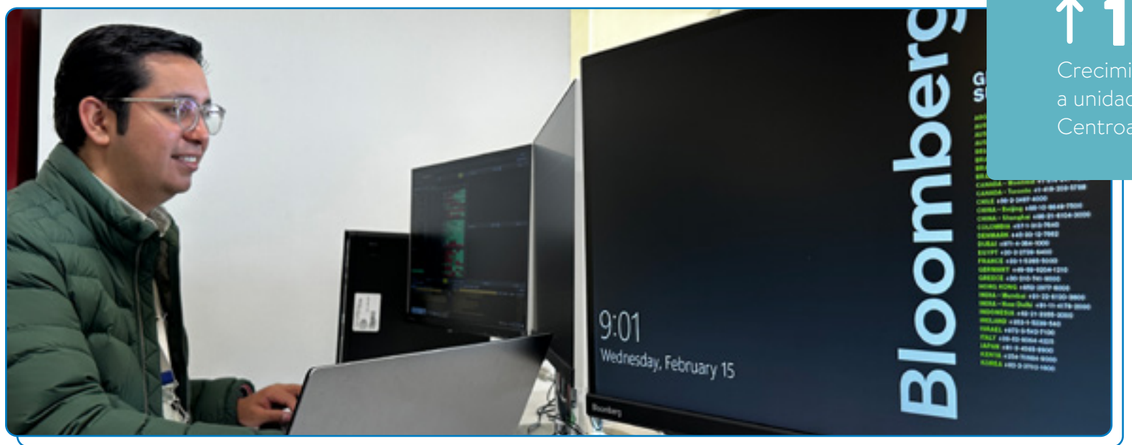
Convertimos los desafíos en oportunidades para estar aún más cerca de nuestros clientes, ayudarles a ahorrar dinero y a vivir mejor

DESEMPEÑO

En 2022, logramos un crecimiento sostenible e integral por encima del mercado, manteniendo nuestros precios bajos y ofreciendo productos y servicios de la mejor calidad a nuestros clientes, a pesar del entorno volátil y de alta inflación al que nos enfrentamos.

Estamos orgullosos de los resultados obtenidos este año y de la manera en que alineamos las finanzas con la estrategia de la compañía, optimizando los recursos para generar valor financiero para nuestros grupos de interés y brindar un mejor servicio a nuestros clientes y socios. Logramos superar los desafíos que se presentaron al tiempo que fortalecimos nuestra empresa y construimos capacidades para el largo plazo.

Nuestra disciplina financiera impulsa el crecimiento de Walmart de México y Centroamérica

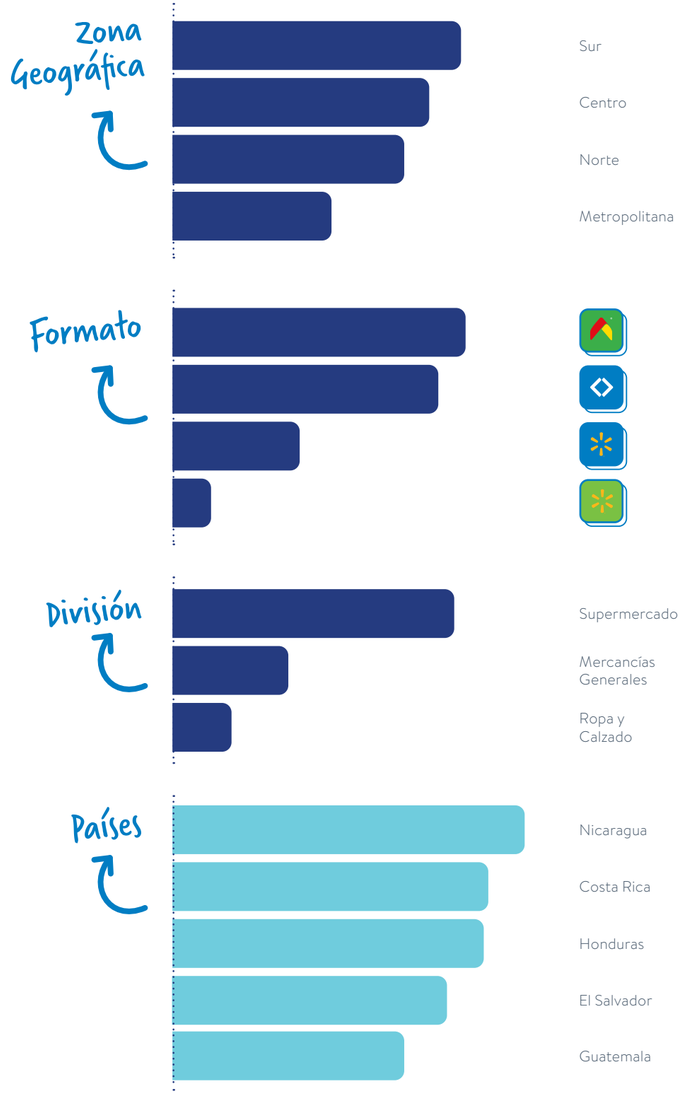


↑10.3%
Crecimiento en ventas a unidades iguales México

↑12.9%
Crecimiento en ventas a unidades iguales Centroamérica

CRECIMIENTO POR PAÍS, ZONA, FORMATO Y DIVISIÓN

CRECIMIENTO EN VENTAS A UNIDADES IGUALES



México

Continuamos mostrando un crecimiento sólido en México. Este año, las ventas a unidades iguales crecieron 10.3% y logramos un diferencial de crecimiento de 10 pb en comparación con el sector de tiendas de autoservicio y clubes, medido por la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD). Con este resultado, llevamos 9 años consecutivos creciendo por arriba del mercado formal medido por la ANTAD.

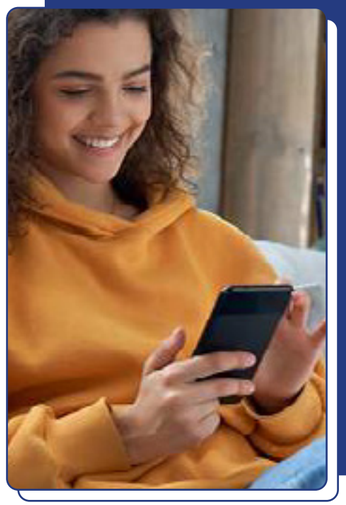
Las regiones que lideraron el crecimiento este año fueron el Sur y Centro, seguidas de la región Norte y Área Metropolitana. Por otro lado, los formatos que más crecieron fueron Bodega y Sam's, y todas las divisiones de mercancías mostraron un desempeño al alza, principalmente Abarrotes y Consumibles.

La innovación en nuestras operaciones se traduce en la preferencia de nuestros clientes, y esta se ve reflejada en nuestros resultados

En 2022, generamos un total de 679,378 millones de pesos en ingresos totales, aumentando un 11.5% con respecto al año pasado, lo que demuestra nuestra solidez financiera. Además, continuamos innovando para estar cada vez más cerca de nuestros clientes y socios, obteniendo resultados muy buenos y un crecimiento consistente.

Las ventas netas de *eCommerce* crecieron un 16.6% y el GMV *(Gross Merchandise Value)* un 19%, teniendo un crecimiento acumulado de más de 340% en los últimos tres años. Nuestro *eCommerce* representó el 5.1% de las ventas en México y contribuyó 0.8% al crecimiento total de ventas en el año.

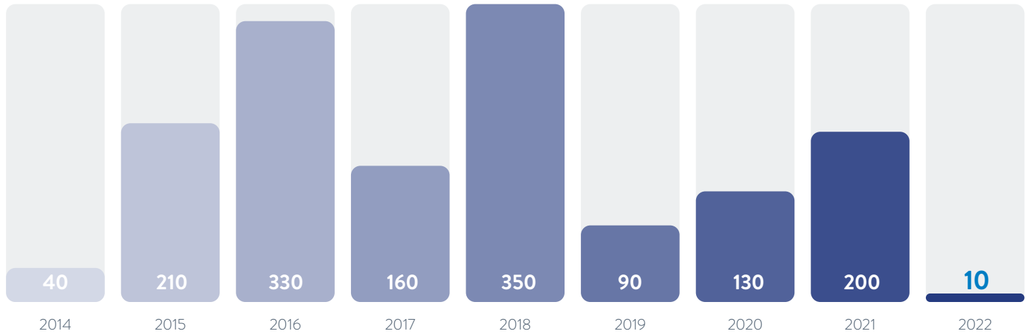
Por otro lado, el margen bruto aumentó en 10 pb impulsado por otras fuentes de ingresos a pesar de las inversiones agresivas en precio, representando el 23.3% de los ingresos totales. Los gastos generales incrementaron en un 14.8%, dadas las inversiones en nuestros planes estratégicos. La utilidad de operación aumentó 6.7%, alcanzando el 8.7% de los ingresos totales. Por último, el flujo operativo EBITDA creció 7.1%, un 11.0% de los ingresos.



679,378
millones
de pesos en ingresos totales
+ 11.5% crecimiento

11.0%
margen EBITDA
en México

DIFERENCIAL DE CRECIMIENTO EN VENTAS A UNIDADES IGUALES WALMEX[1] VS ANTAD AUTOSERVICIOS Y CLUBES
Puntos base



Centroamérica









La región continúa entregando resultados sólidos. Las ventas a unidades iguales crecieron de forma consistente en todos los países. Nicaragua y Costa Rica lideraron el crecimiento, seguidos por Honduras, El Salvador y Guatemala. Alcanzamos 139,791 millones de pesos en ingresos totales, creciendo 10.2% con respecto al año anterior. Gracias a la eficiencia operativa y el enfoque de simplificación del negocio, logramos apalancar los gastos generales en 60 pb en comparación con 2021.

El margen bruto disminuyó 20 pb dadas las inversiones en precio en nuestros formatos de Descuento y Bodega, representando el 23.9% de los ingresos. La utilidad de operación alcanzó un 6.3% de los ingresos totales, teniendo un crecimiento de 18.9% en comparación con el año anterior.

Nuestra eficiencia operativa nos permite obtener resultados excelentes y superar los desafíos que se nos presentan, considerando el entorno macroeconómico de la región.

139,791
millones
de pesos en ingresos totales
+10.2% crecimiento

El flujo operativo EBITDA alcanzó un crecimiento del 13.9%, figurando un 9.1% de los ingresos totales



Nota: los porcentajes de crecimiento en ventas relacionados a Centroamérica son sin efecto de tipo de cambio

Consolidado

Este año, las ventas a unidades iguales tuvieron crecimiento generalizado de doble dígito en México y en Centroamérica.

Generamos un total de 819,169 millones de pesos en ingresos consolidados, con un crecimiento de 11.3% y de 11.9% a tipo de cambio constante con respecto a 2021.

El margen bruto creció 10 pb en comparación con el año anterior. Los gastos generales aumentaron 13.2% y la utilidad de operación representó el 8.3% de los ingresos totales, con un crecimiento de 8.1% comparado con el año anterior.



Hemos invertido en proyectos estratégicos, entregando retornos de clase mundial. Para este año, el Retorno del Capital Invertido (ROIC, por sus siglas en inglés) **fue de 20.2%**



819,169
millones
de pesos en ingresos totales
+11.3% crecimiento

El flujo operativo EBITDA alcanzó 10.7% de los ingresos totales, con un total de 87,370 millones de pesos y un crecimiento de 7.6% con respecto al año pasado

PARTICIPACIÓN EN VENTAS POR FORMATO DE NEGOCIO

Tenemos la capacidad de atender diferentes tipos de clientes y ocasiones de compra gracias a nuestra estrategia omnicanal multiformato

Bodegas y tiendas de descuento

Tiendas enfocadas en clientes que buscan los mejores precios en sus compras. A través de nuestra propuesta de valor de Precios Bajos Todos los Días, ofrecemos perecederos, abarrotes, consumibles, mercancías generales y artículos para el hogar a los mejores precios del mercado. Contamos con un amplio surtido de mercancías en sitio web y *On Demand* con entrega el mismo día.

Hipermercados

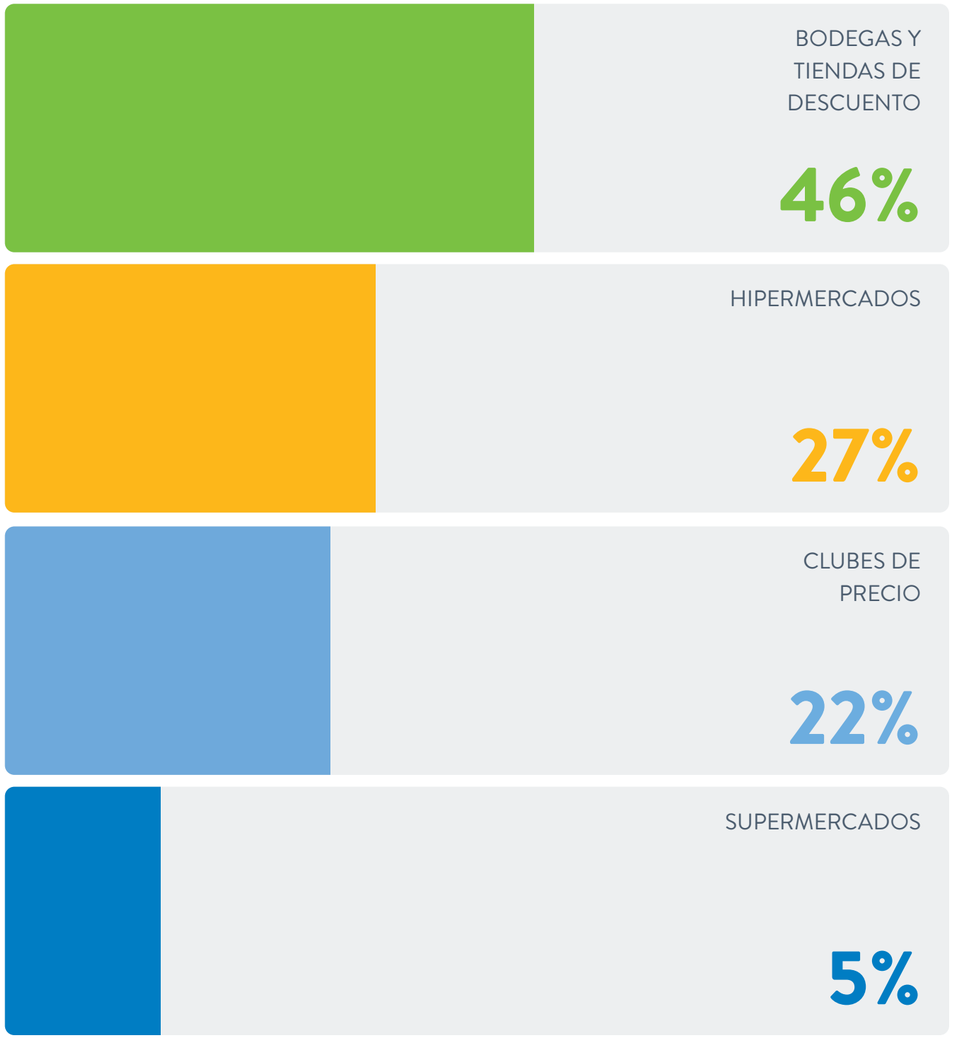
Nuestro enfoque es ofrecer un amplio catálogo de productos perecederos, abarrotes, consumibles, mercancías generales y ropa mediante nuestra propuesta de valor de Precios Bajos Todos los Días. Ofrecemos un catálogo extendido desde nuestro sitio web, complementado con un *marketplace* para que nuestros clientes puedan encontrar todo lo que buscan en un mismo lugar. Hemos habilitado tiendas con capacidades omnicanal para ofrecer *On Demand* con entrega unas horas después de la compra.

Clubes de precio

Nuestros Clubes de Precio con membresía ofrecen los mejores productos en volumen a precios irresistibles. En Sam's Club atendemos socios de negocio e individuales que buscan la mejor experiencia de compra, ya sea en tienda o en línea, y ofrecemos *On Demand* desde todos nuestros clubes con entrega a domicilio o servicio de pickup.

Supermercados

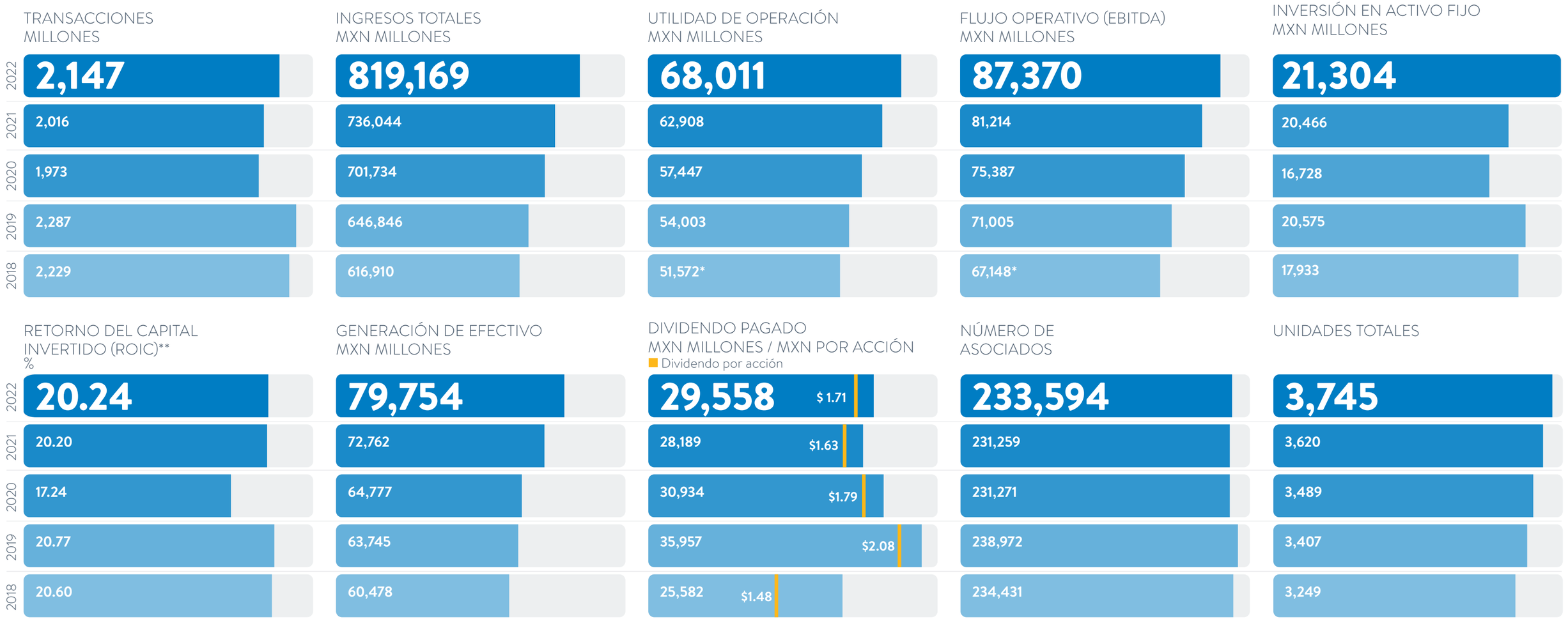
Ofrecemos valor en un amplio rango de productos, una muy buena calidad en departamentos como perecederos, abarrotes, consumibles y productos seleccionados de mercancías generales, además de servicios y soluciones enfocados en hacerle la vida más fácil a nuestros clientes a través de precios bajos y competitivos todos los días, tanto en tienda como en línea, en una experiencia de compra fácil y en un solo lugar.



CIFRAS RELEVANTES

Tenemos una generación de flujo de efectivo sólida y en constante crecimiento

DESCARGAR CIFRAS 2022



*Para proporcionar mejor visibilidad del desempeño de nuestro negocio, incluimos una estimación retroactiva del efecto de la adopción de la NIIF 16 en los resultados de 2018.
Estas cifras pro-forma no están auditadas, pero se basan en los resultados auditados y fueron ajustados con nuestras mejores estimaciones para mostrar los efectos relacionados a la adopción de la NIIF 16.
**Fuente: Bloomberg

CREANDO VALOR

La consistencia de nuestros resultados financieros, la capacidad de nuestra cadena de suministro y el talento de nuestros asociados nos permiten generar valor como compañía.

Por séptimo año consecutivo, alcanzamos un nuevo máximo histórico en el valor de nuestra acción, colocándose en 81.92 pesos

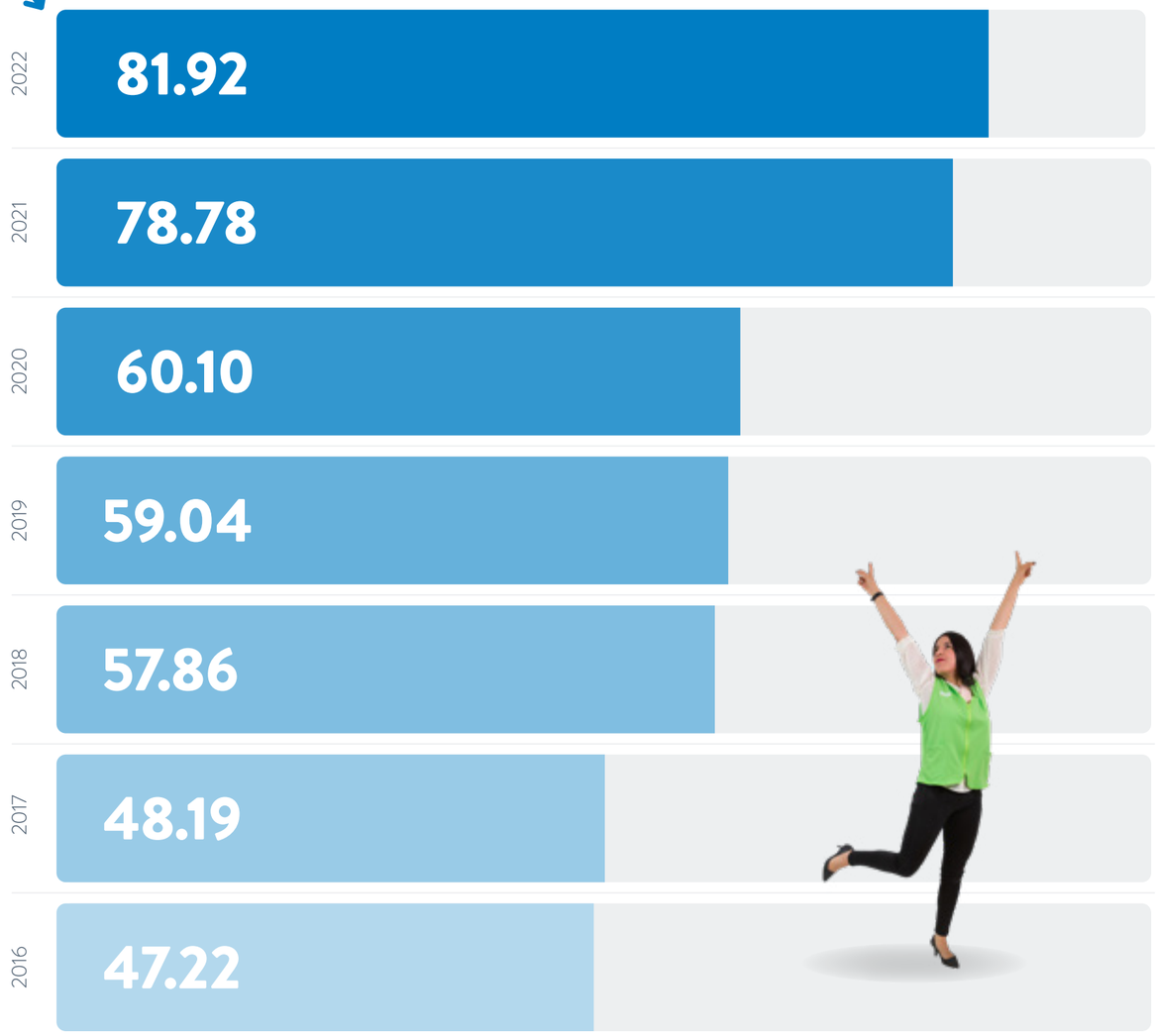
Máximo histórico del valor de la acción 31 de marzo 2022



Seguimos evolucionando para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y continuar generando ingresos y retornos sólidos. Como recompensa a la confianza de nuestros accionistas, este año pagamos 29,558 millones de pesos en dividendos. Este importe considera el pago decretado en 2022 por 1.71 pesos por acción, el cual se compone de un dividendo ordinario de 1.00 peso por acción y de un dividendo extraordinario de 0.71 pesos por acción.

El dividendo ordinario se pagó en dos exhibiciones de 0.50 pesos por acción, la primera el 24 de noviembre y la segunda el 27 de diciembre de 2022. El dividendo extraordinario se pagó también en dos exhibiciones, la primera de 0.35 pesos por acción el 24 de noviembre y la segunda de 0.36 pesos por acción el 27 de diciembre de 2022.

HISTÓRICO DE LA ACCIÓN



INVERSIONES

GRI 203-1

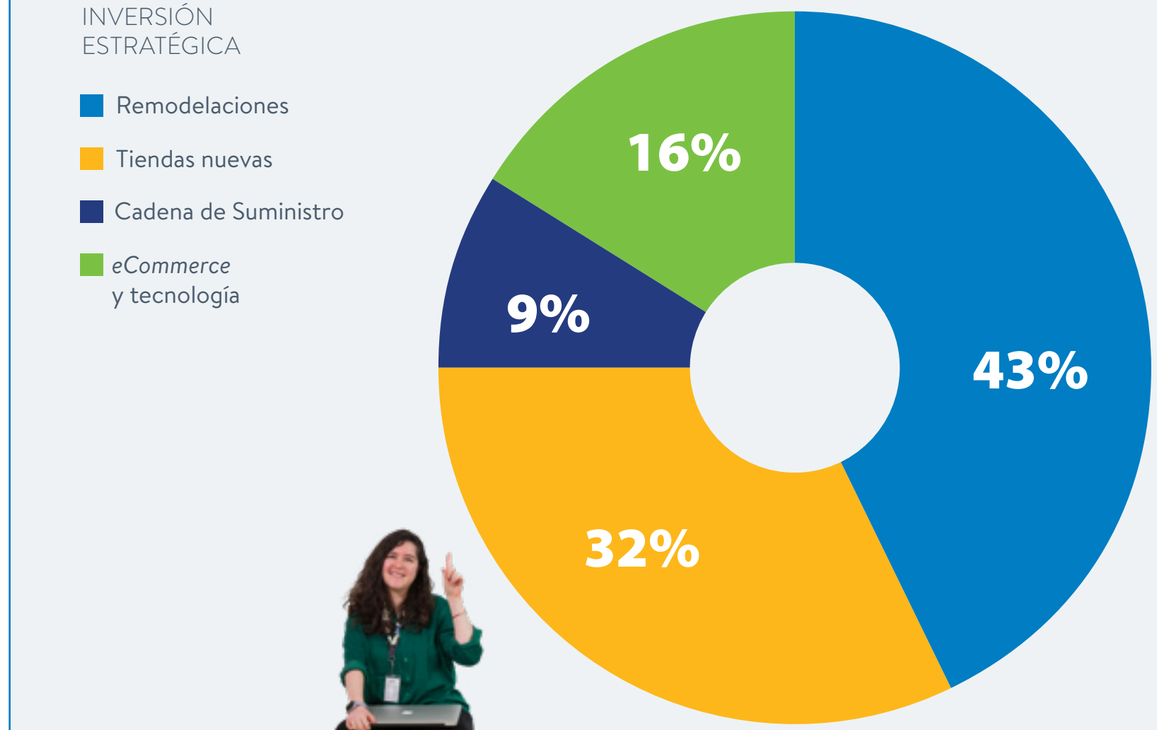
Continuamos invirtiendo de manera estratégica y fortaleciendo nuestras capacidades para posicionar a nuestra compañía y mantenernos en constante crecimiento

En 2022 invertimos un total de 21,304 millones de pesos en proyectos estratégicos para fortalecer nuestro negocio, representando 2.6% de los ingresos totales.

Nos encontramos en el proceso de habilitar nuestras tiendas con capacidades omnicanal y manteniéndolas en buen estado para mejorar la experiencia de compra y garantizar la seguridad de nuestros asociados y clientes, por lo que las remodelaciones representaron el 43% de la inversión este año. Continuamos expandiéndonos y abrimos 126 tiendas nuevas, lo que representó un 32% de la inversión total. Cerramos el año con 3,745 tiendas, con un total de área de piso de ventas de más de 7.5 millones de metros cuadrados.

Contamos con una cadena de suministro sólida y seguimos fortaleciéndola. En junio de este año, inauguramos el Centro de Distribución de Villahermosa, el cual maneja más del 10% del volumen de perecederos. Las inversiones en nuestra cadena de suministro representaron el 9% de la inversión de este año.

Actualizamos la tecnología de nuestras aplicaciones para ofrecer una más rápida y amigable experiencia de compra a nuestros clientes, y digitalizamos procesos para hacer más fácil y eficiente el trabajo de nuestros asociados en tiendas y clubes. Las inversiones en Tecnología e *eCommerce*, representaron el 16% de la inversión total del año.



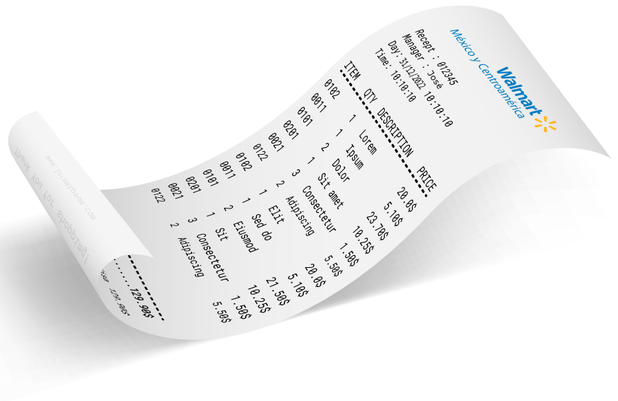
21,304 millones
de pesos invertidos en proyectos estratégicos

ESTADO DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL

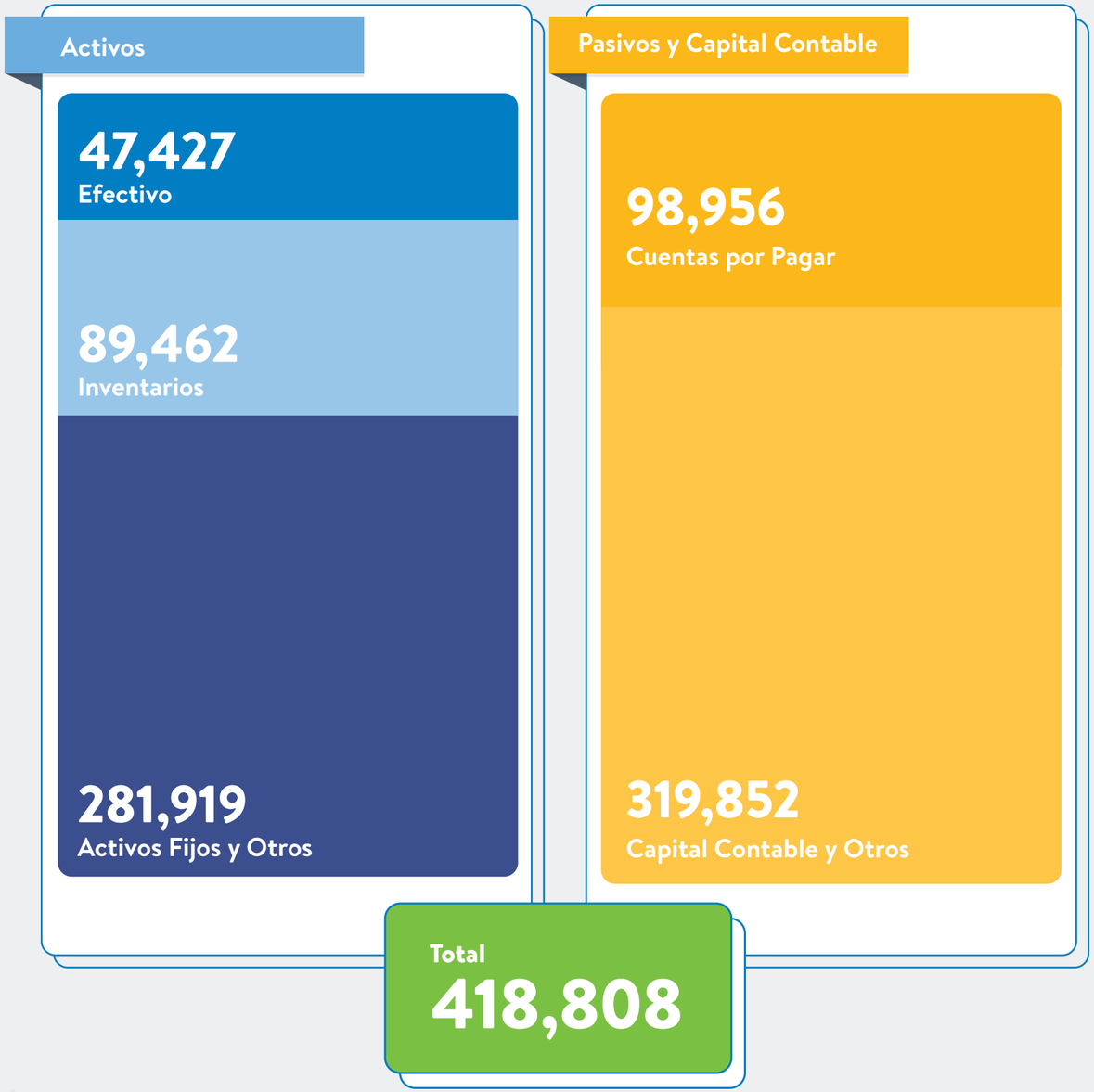
Al 31 de diciembre de 2022

RESULTADOS CONSOLIDADOS WALMEX
(MXN Millones)

	2022		2021		Var.
	$	%	$	%	%
Total ingresos	**819,169**	**100**	736,044	100	11.3
Utilidad bruta	**191,398**	**23.4**	171,840	23.3	11.4
Gastos generales	**124,694**	**15.2**	110,181	15.0	13.2
Otros ingresos, neto	**1,307**	**0.2**	1,249	0.2	4.6
Utilidad de operación	**68,011**	**8.3**	62,908	8.5	8.1
EBITDA	**87,370**	**10.7**	81,214	11.0	7.6
Utilidad neta	**48,974**	**6.0**	44,138	6.0	11.0



BALANCE GENERAL
(MXN Millones)



GRI 102-45, 102-48

Resultados Financieros (Millones de pesos)

	2022	*NIIF														
		2021	2020	2019	2018 [11]	2018	2017 [10]	2017	2016 [8]	2015 [7]	2015 [6]	2014 [4]	2013 [4]	2013 [1]	2012 [1]	2012	2011
PIB México (Crecimiento anual, %)	3.1	5.0	(8.5)	(0.1)	2.0	2.0	2.1	2.1	2.3	2.5	2.5	2.1	1.1	1.1	3.9	3.9	3.9
Inflación México (Anual, %)	7.8	7.4	3.2	2.8	4.8	4.8	6.8	6.8	3.4	2.1	2.1	4.1	4.0	4.0	3.6	3.6	3.8
Depreciación (Anual, %)	(5.6)	2.9	5.6	(4.0)	(0.4)	(0.4)	(4.5)	(4.5)	19.2	17.7	17.7	12.8	1.4	1.4	(7.9)	(7.9)	12.9
Tipo de Cambio (Promedio, pesos por dólar)	20.1	20.3	21.5	19.3	19.3	19.3	18.9	18.9	18.7	15.9	15.9	13.3	12.8	12.8	13.1	13.1	12.5
Tipo de Cambio (Fin de periodo, pesos por dólar)	19.5	20.5	19.9	18.9	19.7	19.7	19.7	19.7	20.7	17.4	17.4	14.7	13.0	13.0	12.9	12.9	14.0
Tasas de interés México (Cetes 28 días, Promedio anual, %)	7.7	4.4	5.3	7.8	7.6	7.6	6.7	6.7	4.2	3.0	3.0	3.0	3.8	3.8	4.2	4.2	4.2
ESTADO DE RESULTADOS																	
VENTAS NETAS	813,060	730,352	696,711	641,825	612,186	612,186	569,015	569,367	528,571	472,460	485,864	437,659	420,577	420,577	407,843	413,792	375,280
% de crecimiento vs. año anterior, U. Totales	11.3	4.8	8.6	4.8	7.6	7.6	NA	8	12	11	11	4	3	3	NA	10	12
% de crecimiento vs. año anterior, U. Iguales	10.1	3.6	7.0	3.3	5.7	5.7	6	6	10	9	9	1	(1)	(1)	4	4	4
OTROS INGRESOS	6,109	5,692	5,023	5,021	4,724	4,724	4,356	3,898	3,813	3,451	3,503	3,329	3,246	4,584	4,217	4,259	3,570
% de crecimiento vs. año anterior	7.3	13.3	0.0	6.3	8.4	8.4	NA	2	11	NA	5	3	NA	9	NA	19	NA
TOTAL INGRESOS	819,169	736,044	701,734	646,846	616,910	616,910	573,371	573,265	532,384	475,911	489,367	440,988	423,823	425,161	412,060	418,051	378,850
% de crecimiento vs. año anterior	11.3	4.9	8.5	4.9	7.6	7.6	NA	8	12	NA	11	4	NA	3	NA	10	NA
UTILIDAD BRUTA	191,398	171,840	162,040	148,051	141,647	141,586	131,072	127,695	117,484	102,603	107,380	97,619	92,948	93,624	90,228	94,597	85,109
% de margen de utilidad	23.4	23.3	23.1	22.9	23.0	23.0	22.9	22.3	22.1	21.6	21.9	22.1	21.9	22.0	21.9	22.6	22.5
GASTOS GENERALES	124,694	110,181	105,042	94,427	90,276	92,597	86,921	83,684	77,834	69,548	72,235	64,010	61,318	62,102	58,541	61,926	55,574
% sobre total de ingresos	15.2	15.0	15.0	14.6	14.6	15.0	15.2	14.6	14.6	14.6	14.8	14.5	14.5	14.6	14.2	14.8	14.7
UTILIDAD DE OPERACIÓN	68,011	62,908	57,447	54,003	51,572	49,190	43,838	43,838	39,455	32,828	34,969	34,716	31,636	31,532	31,422	32,399	29,591
% sobre total de ingresos	8.3	8.5	8.2	8.3	8.4	8.0	7.6	7.6	7.4	6.9	7.1	7.9	7.5	7.4	7.6	7.7	7.8
% de crecimiento vs. año anterior	8.1	9.5	6.4	9.8	NA	12	11	11	20	NA	1	10	NA	0	NA	9	NA
FLUJO OPERATIVO (EBITDA)	87,370	81,214	75,387	71,005	67,148	61,747	55,482	55,482	50,149	42,592	44,993	42,854	40,305	40,222	39,860	41,166	37,188
% sobre total de ingresos	10.7	11.0	10.7	11.0	10.9	10.0	9.7	9.7	9.4	8.9	9.2	9.7	9.5	9.5	9.7	9.8	9.8
INGRESOS (GASTOS) FINANCIEROS - NETO	4,645	5,612	7,983	(4,801)	(4,242)	(330)	(548)	(548)	(323)	89	55	(154)	(16)	(15)	401	399	189
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A LA UTILIDAD	63,366	57,296	49,464	49,202	47,330	48,860	43,290	43,290	39,132	32,917	35,024	34,562	31,620	31,517	31,823	32,798	29,780
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	14,392	13,158	16,029	11,304	11,724	12,107	10,900	10,900	10,623	9,473	10,087	9,521	9,632	9,517	9,237	9,529	7,695
OPERACIONES DISCONTINUAS	-	-	-	-	-	-	7,475	7,475	4,842	2,935	1,442	5,394	725	713	683	-	-
UTILIDAD NETA (PARTICIPACIÓN CONTROLADORA)	48,974	44,138	33,435	37,898	35,606	36,753	39,865	39,865	33,352	26,376	26,376	30,426	22,717	22,717	23,275	23,275	22,080
% de crecimiento vs. año anterior	11.0	32.0	(11.8)	3.1	NA	(7.8)	19.5	19.5	26.5	(13.3)	(13.3)	33.9	(2.4)	(2.4)	5.4	5.4	NA
POSICIÓN FINANCIERA																	
CAJA	47,427	42,817	35,670	30,857	38,830	38,830	35,596	35,596	27,976	24,791	24,791	28,048	21,129	21,129	28,163	28,163	25,166
INVENTARIOS	89,462	80,317	68,360	67,553	63,344	63,344	59,463	59,463	53,665	49,749	49,749	47,175	43,795	43,795	39,092	39,092	39,336
OTROS ACTIVOS	37,671	35,269	31,401	27,179	25,891	25,144	22,742	22,742	30,881	15,831	15,831	19,475	19,510	19,510	12,909	12,909	13,579
ACTIVO FIJO	208,634	200,219	191,455	188,439	177,891	144,222	140,082	140,082	136,349	130,222	130,222	125,996	121,083	121,083	117,377	117,377	111,372
CRÉDITO MERCANTIL	35,614	35,767	34,997	35,145	34,989	34,989	37,373	37,373	39,421	33,057	33,057	28,020	24,745	24,745	24,745	24,745	29,768
TOTAL ACTIVO	418,808	394,389	361,883	349,173	340,945	306,529	295,256	295,256	288,292	253,650	253,650	248,714	230,262	230,262	222,286	222,286	219,221
PROVEEDORES	98,956	96,638	92,356	87,116	85,327	85,327	80,099	80,099	65,919	56,396	56,396	52,710	47,609	47,609	44,770	44,770	50,854
OTROS PASIVOS	117,384	111,869	100,408	93,912	91,038	56,288	55,623	55,623	55,347	45,433	45,433	45,758	39,702	39,702	37,679	37,679	39,184
CAPITAL CONTABLE	202,468	185,882	169,119	168,145	164,580	164,914	159,534	159,534	167,026	151,795	151,795	150,223	142,931	142,931	139,701	139,701	128,867
PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26	26	23	20	20	136	136	316
TOTAL PASIVO, CAPITAL CONTABLE Y PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA	418,808	394,389	361,883	349,173	340,945	306,529	295,256	295,256	288,292	253,650	253,650	248,714	230,262	230,262	222,286	222,286	219,221

GRI 2-5,2-7

	2022	*NIIF														
		2021	2020	2019	2018 (11)	2018	2017 (10)	2017	2016 (8)	2015 (7)	2015 (6)	2014 (4)	2013 (4)	2013 (1)	2012 (1)	2012	2011
NÚMERO DE UNIDADES MÉXICO																	
Bodega Aurrerá	**2,292**	2,198	2,088	2,035	1,910	1,910	1,820	1,820	1,763	1,719	1,719	1,660	1,589	1,589	1,423	1,423	1,204
Walmart Supercenter	**303**	294	287	280	274	274	270	270	262	256	256	251	243	243	227	227	213
Sam's Club	**167**	165	164	163	163	163	162	162	160	160	160	159	156	156	142	142	124
Superama	**0**	14	89	93	91	91	94	94	96	95	95	93	92	92	90	90	88
Walmart Express	**101**	85	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suburbia	**-**	-	-	-	-	-	-	-	-	117	117	116	109	109	100	100	94
Farmacias Medimart	**-**	-	-	-	-	-	10	10	10	10	10	10	10	10	6	-	-
Restaurantes Vips	**-**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	365	365	364
TOTAL UNIDADES	**2,863**	2,756	2,634	2,571	2,438	2,438	2,356	2,356	2,291	2,357	2,357	2,289	2,199	2,199	2,353	2,347	2,087
NÚMERO DE UNIDADES CENTROAMÉRICA																	
Tiendas de Descuento	**583**	572	563	549	540	540	522	522	495	484	484	477	466	466	459	459	453
Supermercados	**98**	98	100	99	97	97	94	94	92	99	99	96	100	100	97	97	96
Bodegas	**165**	158	157	155	143	143	133	133	117	102	102	94	75	75	67	67	54
Walmarts	**36**	36	35	33	31	31	29	29	27	24	24	22	20	20	17	17	17
Clubes de Precios	**-**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	2	2	2
TOTAL UNIDADES	882	864	855	836	811	811	778	778	731	709	709	690	662	662	642	642	622
Banco Walmart																	
Sucursales bancarias							-	-	-	-	-	-	201	201	263	263	263
OTROS DATOS AL FIN DE AÑO																	
Número de asociados	**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)	224,901 (5)	226,289 (3)	248,246	248,246	238,128
Precio de la acción (2) (pesos)	**68.59**	76.09	55.98	54.15	49.97	49.97	48.19	48.19	37.05	43.49	43.49	31.72	34.26	34.26	42.33	42.33	38.23
Número de acciones en circulación (2) (millones)	**17,461**	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,507	17,627	17,627	17,722	17,722	17,747
Valor de mercado	**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	603,901	603,901	750,172	750,172	678,471
Utilidad por acción (2) (pesos)	**2.805**	2.528	1.915	2.170	2.105	2.105	2.283	2.283	1.910	1.508	1.508	1.732	1.284	1.284	1.312	1.312	1.240
Dividendo pagado	**29,558**	28,189	30,934	35,957	25,582	25,582	42,756	42,756	28,972	31,562	31,562	21,643	16,056	16,056	9,612	9,612	9,659
Número de acciones recompradas (2) (millones)	**-**	-	-	-	-	-	-	-	-	47	47	123	96	96	27	27	103
Inversión en recompra de acciones	**-**	-	-	-	-	-	-	-	-	1,825	1,825	3,996	3,328	3,328	1,088	1,088	3,455

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.
** NIIF = Información financiera bajo las Normas de Información Financiera de México.
NA = No Aplica.

ADQUISICIONES DE INMUEBLES Y EQUIPO	**21,304**	20,466	16,728	20,575	17,933	17,933	17,426	17,426	14,335	12,526	12,526	12,691	13,987	13,987	14,660	14,660	18,352

ÍNDICES, RECONOCIMIENTOS Y RANKINGS

Índices

Integrante del Índice **S&P/BMV Total Mexico ESG** por **3er año consecutivo**

Integrante del Índice **Bloomberg de Equidad de Género** por **6° año consecutivo**

Member of Dow Jones Sustainability Indices Powered by the S&P Global CSA

Integrante del Índice ***Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance*** por **3er año consecutivo**

FTSE4Good

Integrante del Índice ***FTSE4Good Emerging*** por **7° año consecutivo**

Reconocimientos México

América RETAIL

Reconocimiento Mejor Retailer de México y Mejor Retailer Omnicanal del País en los "Retail Hall of Fame Mexico 2021" del medio America Retail

EXPANSIÓN

Reconocimiento Los 41+1 Ejecutivos LGBT 2022 otorgado a Yanet Villalobos, Gerente Ejecutiva Recursos Humanos para Supply Chain México

merco EMPRESAS Y LÍDERES

Reconocimiento por el Monitor Empresarial de Responsabilidad Corporativa con el primer lugar dentro del sector de autoservicio y con el tercer lugar dentro del listado general

Reconocimiento Los 100 líderes con mejor reputación en México otorgado a Guilherme Loureiro CEO de Walmart de México y Centroamérica

PMR

Distintivo #SoyLogístico

MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR 2021 Por Equidad LGBT 100% HRC EQUIDAD MX

Distintivo Mejores Lugares para Trabajar LGBT 2023

las empresas verdes

Reconocimiento Mujeres comprometidas con el medio ambiente otorgado a Claudia de la Vega, Directora de Asuntos Corporativos, y Viridiana Hernández, Subdirectora ESG de Walmart de México y Centroamérica





Distintivo Éntrale 2022 otorgado por ser una empresa comprometida con la inclusión laboral de personas con discapacidad por cuarto año consecutivo

Cemefi

Distintivo Empresa Socialmente Responsable ESR 2022 otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía por 22 años consecutivos

Rankings México

MUNDO EJECUTIVO

7 ° en Los 10 Mejores Proyectos Empresariales por nuestro proyecto Reciclamanía Evoluciona

5 ° en Las 100 Empresas de Mayor Responsabilidad Social

EXPANSION

3 ° en Las 500 empresas más importantes de México

4 ° en Súper Empresas para Mujeres

las empresas verdes

2 ° en Las Empresas Verdes 2022

50 Empresas + Sustentables de México 2022

9 ° en Las 50 Empresas + Sustentables de México

EMPRESAS + ÉTICAS 2022

3 ° en Las Empresas Más Éticas 2022 de AMITAI

Merca2.0 mercadotecniapublicidadmedios

4 ° en Las 500 Marcas Digitales

Reconocimientos y Rankings

Centroámerica

REVISTA Summa

Reconocimiento a Walmart Nicaragua como una de las empresas diversas, equitativas e inclusivas destacadas de la región

Antorcha

Reconocimiento a Walmart Nicaragua por su valiosa colaboración y compromiso social a través de la campaña “Este es el Lugar”

Banco de Alimentos de Costa Rica

Reconocimiento Aliado transformador

AMCHAM COSTA RICA

Reconocimiento por el proyecto Impacto de las donaciones de Walmart México y Centroamérica al Banco de Alimentos

merco MONITOR EMPRESARIAL DE REPUTACIÓN CORPORATIVA

7° en Las 100 empresas más responsables en términos ESG de Costa Rica en 2022

E&N

5° en las marcas minoristas más reconocidas por los centroamericanos

Reconocimiento en la categoría Supermercados como empresa *Top of Mind* en Guatemala 2022

Reconocimiento por la valiosa contribución a la inclusión laboral de personas con discapacidad visual o auditiva durante el 2022

AMCHAM GUATEMALA

Reconocimiento a la Sostenibilidad Empresarial

Embajada Británica San Salvador

Reconocimiento *Disability Awards* por promover la inclusión y la contratación de personas con discapacidad



tecoloco EL SALVADOR

1° en Sector Comercial como una de las Empresas mas atractivas para trabajar

FUNDAHRSE

Sello como Empresa Socialmente Responsable en Honduras por 15 años consecutivos

Informe de los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias

WAL- MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. INFORME ANUAL

Consejo de Administración de 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 2022.

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 2022, reuniones ordinarias trimestrales y una extraordinaria, 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:

Fuimos informados por la administración de la Sociedad, no teniendo observación alguna, sobre:

I. En Materia de Auditoría:

a) Analizamos 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) Revisamos los principales aspectos que requieren mejoría y dimos seguimiento de las medidas preventivas y correctivas implantadas 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) Evaluamos 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 requerida, 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 2022, no se contrataron a EY servicios distintos al de auditoría externa de Estados Financieros.

d) Se revisaron los estados financieros trimestrales y anual de la Sociedad y recomendamos, en su momento, la aprobación de éstos por parte del Consejo de Administración, para su posterior publicación.

Informe de los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias

e) Fuimos informados sobre las políticas contables aprobadas y aplicadas durante el ejercicio social 2022.

f) Dimos 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) Se dio seguimiento a los acuerdos de las asambleas de accionistas y del consejo de administración de la sociedad.

h) Fuimos informados sobre 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) Fuimos informados sobre el avance en materia de seguridad cibernética.

j) Fuimos informados también, sobre el proceso de gestión de riesgos empresariales que tiene establecido la Sociedad.

k) Por último, se nos informó periódicamente de 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.

b) Las operaciones con personas relacionadas, que en su caso se hayan celebrado, durante el ejercicio que concluyó el 31 de diciembre de 2022, detallando las características de las operaciones significativas y su correspondiente estudio de precios de trasferencia, cuyos conceptos son mencionados en la nota correspondiente de los Estados Financieros.

c) 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 2022, 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 2022.

Atentamente,

Ing. Adolfo Cerezo

Presidente de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias.

Ciudad de México, a 15 de febrero de 2023

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

Estados financieros consolidados





Al 31 de diciembre de 2022 y 2021

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 sobre 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 2022, 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 un resumen de las políticas contables significativas.

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados adjuntos presentan razonablemente, en todos sus aspectos materiales, la situación financiera consolidada de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias al 31 de diciembre de 2022, 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 de Ética para Profesionales de la Contabilidad del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores ("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 DE INMUEBLES Y EQUIPO, ACTIVOS POR DERECHO DE USO, PROPIEDADES DE INVERSIÓN E INTANGIBLES

Descripción y por qué se consideró como asunto clave de auditoría

Hemos considerado como un asunto clave de auditoría el análisis de deterioro de inmuebles y equipo, activos por derecho de uso, propiedades de inversión e intangibles, 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, márgenes operativos, el costo promedio ponderado de capital, tasa de capitalización y otros, los cuales son sensibles y se ven afectados por 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 de los activos de larga duración sujetos a la determinación del valor de recuperación para las pruebas de deterioro son significativos al 31 de diciembre de 2022.

En las Notas 3 y 8 a 11 de los estados financieros consolidados adjuntos se incluyen las revelaciones sobre la evaluación de deterioro de los inmuebles y equipo, activos por derecho de uso, propiedades de inversión e intangibles.

Cómo respondimos al asunto clave de auditoría

Evaluamos el diseño y probamos la efectividad de los controles significativos con respecto al proceso de análisis de deterioro de los activos de larga duración al 31 de diciembre de 2022.

Analizamos los supuestos e hipótesis utilizados por la Administración de la Compañía para la identificación y agrupación de los activos de larga duración 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 los cálculos aritméticos de los modelos de valuación utilizados y analizamos la uniformidad de la definición de UGE aplicado por la Compañía.

Obtuvimos evidencia del estudio de deterioro que realizó la Administración de la Compañía sobre sus activos de larga duración y evaluamos la competencia, capacidades técnicas y objetividad de los especialistas valuadores externos de la Administración.

También evaluamos lo adecuado de las revelaciones relacionadas con la identificación y determinación del valor de recuperación de los inmuebles y equipo, activos por derecho de uso, propiedades de inversión e intangibles de los estados financieros consolidados adjuntos al 31 de diciembre de 2022.

OTRA INFORMACIÓN

La otra información comprende la información financiera y no financiera (distinta de los estados financieros y de nuestro informe de auditoría) incluida en el reporte anual presentado a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (“CNBV”) y en el informe anual a los accionistas de la Compañía por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2022. La Administración de la Compañía es responsable de la otra información. 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, y/o el conocimiento obtenido por nosotros en la auditoría. Asimismo, consideraremos sí parece que existe una desviación material en la otra información por algún otro motivo.

Si concluimos que la otra información contenida en el reporte anual a la CNBV y/o en el informe anual a los accionistas de la Compañía, contiene una desviación material, estamos obligados a comunicar el asunto a los responsables del gobierno corporativo de la Compañía y dicho asunto se describiría al emitir nuestra declaratoria sobre el reporte anual requerida por la CNBV.

RESPONSABILIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN Y DE LOS RESPONSABLES DEL GOBIERNO DE LA COMPAÑÍA EN RELACIÓN CON LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

La Administración de la Compañía es responsable de la preparación y presentación razonable de los estados financieros consolidados adjuntos de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, así como del control interno que la Administración de la Compañía 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 de la Compañía 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 de la Compañía tiene intención de liquidar la Compañía o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Los responsables del gobierno corporativo de la Compañía son responsables de la supervisión del proceso de su información financiera.

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 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 corporativo de la Compañía en relación con, entre otros asuntos, el alcance y el momento de realización de las auditorías planificadas 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 corporativo 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 corporativo 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,
15 de Febrero de 2023.

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	
	2022	**2021**
Ventas netas	**$ 813,060,445**	$ 730,352,316
Otros ingresos **(Nota 19)**	**6,108,990**	5,691,707
Total ingresos	**819,169,435**	736,044,023
Costo de ventas	**(627,771,101)**	(564,204,300)
Utilidad bruta	**191,398,334**	171,839,723
Gastos generales **(Nota 20)**	**(124,693,340)**	(110,181,077)
Utilidad antes de otros productos y gastos	**66,704,994**	61,658,646
Otros productos	**2,029,722**	2,142,255
Otros gastos	**(723,099)**	(893,243)
Utilidad de operación	**68,011,617**	62,907,658
Ingresos financieros **(Nota 21)**	**3,452,199**	2,218,277
Gastos financieros **(Nota 21)**	**(8,097,257)**	(7,830,287)
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	**63,366,559**	57,295,648
Impuestos a la utilidad **(Nota 16)**	**(14,392,375)**	(13,157,576)
Utilidad neta consolidada	**$ 48,974,184**	$ 44,138,072

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2022	**2021**
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	**$ (55,862)**	$ 193,834
Partidas que pueden reclasificarse posteriormente a resultados:		
Resultado por conversión de monedas extranjeras	**(1,661,135)**	184,327
Otras partidas de resultado integral	**(1,716,997)**	378,161
Utilidad integral	**$ 47,257,187**	$ 44,516,233
Utilidad básica por acción (en pesos)	**$ 2.805**	$ 2.528

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 2022	2021
Activos		
Activos circulantes:		
Efectivo y equivalentes de efectivo **(Nota 5)**	**$ 47,427,191**	$ 42,816,535
Cuentas por cobrar, neto **(Nota 6 y 12)**	**16,719,308**	16,827,238
Inventarios, neto **(Nota 7)**	**89,461,735**	80,316,969
Pagos anticipados y otros	**924,796**	856,849
Suma activos circulantes	**154,533,030**	140,817,591
Activos no circulantes:		
Inmuebles y equipo, neto **(Nota 8)**	**145,533,306**	140,496,598
Activos por derecho de uso **(Nota 9)**	**57,621,419**	54,137,508
Propiedades de inversión, neto **(Nota 10)**	**5,480,105**	5,583,846
Activos intangibles, neto **(Nota 11)**	**39,218,374**	38,758,049
Activos por impuestos diferidos **(Nota 16)**	**14,103,957**	12,374,229
Otros activos no circulantes	**2,318,180**	2,221,650
Suma activos	**$ 418,808,371**	$ 394,389,471

	Al 31 de diciembre de 2022	2021
Pasivos y capital contable		
Pasivos a corto plazo:		
Cuentas por pagar	**$ 98,956,251**	$ 96,637,884
Pasivos por arrendamiento a corto plazo	**3,511,546**	3,438,469
Otras cuentas por pagar **(Nota 13)**	**31,356,053**	29,535,182
Impuestos a la utilidad	**3,861,904**	3,096,932
Suma pasivos a corto plazo	**137,685,754**	132,708,467
Pasivos a largo plazo:		
Pasivos por arrendamiento y otros pasivos a largo plazo **(Nota 15)**	**69,888,054**	65,060,266
Pasivos por impuestos a la utilidad **(Nota 16)**	**6,487,624**	8,416,192
Beneficios a los empleados **(Nota 17)**	**2,278,556**	2,322,543
Suma pasivos	**216,339,988**	208,507,468
Capital contable **(Nota 18)**		
Capital social	**45,468,428**	45,468,428
Utilidades acumuladas	**146,727,023**	127,310,877
Otras partidas de utilidad integral	**13,072,532**	14,789,529
Prima en venta de acciones	**5,289,992**	4,908,573
Fondo para el plan de acciones al personal	**(8,089,592)**	(6,595,404)
Suma capital contable	**202,468,383**	185,882,003
Suma pasivos y capital contable	**$ 418,808,371**	$ 394,389,471

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 CAMBIOS EN EL CAPITAL CONTABLE

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2022 y 2021

(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 2020	$ 45,468,428	$ 9,104,745	$ 102,256,801	$ 14,411,368	$ 4,543,745	$ (6,666,394)	$ 169,118,693
Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal					364,828	70,990	435,818
Dividendos decretados			(28,188,741)				(28,188,741)
Utilidad integral			44,138,072	378,161			44,516,233
Saldo al 31 de diciembre de 2021	45,468,428	9,104,745	118,206,132	14,789,529	4,908,573	(6,595,404)	185,882,003
Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal					**381,419**	**(1,494,188)**	**(1,112,769)**
Dividendos decretados			**(29,558,038)**				**(29,558,038)**
Utilidad integral			**48,974,184**	**(1,716,997)**			**47,257,187**
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**

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

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2022 y 2021
(Miles de pesos)

	2022	2021
Actividades de operación		
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	**$ 63,366,559**	$ 57,295,648
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Depreciación y amortización	**19,359,205**	18,305,881
Pérdida por bajas de inmuebles, equipo y deterioro	**117,761**	353,054
Gasto de compensación por opciones de acciones	**384,953**	354,257
Intereses a favor	**(2,025,182)**	(866,112)
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
Intereses a cargo de pasivos por arrendamiento	**7,049,835**	6,478,994
Fluctuación cambiaria no realizada	**(998,965)**	(27,773)
Provisión por obligaciones laborales	**531,774**	553,537
Intereses a cargo	**44,053**	63,296
Flujo proveniente de resultados	**87,829,993**	82,510,782
Variaciones en:		
Cuentas por cobrar	**(155,262)**	1,921,818
Inventarios	**(9,425,547)**	(11,906,229)
Pagos anticipados y otros activos	**82,478**	(224,786)
Cuentas por pagar	**(432,441)**	4,221,167
Otras cuentas por pagar	**3,268,202**	2,905,551
Impuestos a la utilidad pagados	**(16,122,086)**	(13,959,161)
Beneficio a los empleados	**(575,914)**	(587,547)
Flujos netos de efectivo generados en actividades de operación	**$ 64,469,423**	$ 64,881,595

	2022	2021
Actividades de inversión		
Activos de larga duración de vida definida	**$ (21,303,739)**	$ (20,466,364)
Intereses cobrados	**2,025,182**	866,112
Cobros por venta de inmuebles y equipo	**459,402**	388,548
Fondo para el plan de acciones al personal	**(1,497,722)**	81,561
Flujos netos de efectivo utilizados por actividades de inversión	**(20,316,877)**	(19,130,143)
Actividades de financiamiento		
Pago de dividendos	**(29,558,038)**	(28,188,741)
Intereses pagados	**(44,053)**	(63,296)
Pagos de pasivos por arrendamiento	**(10,039,198)**	(9,243,975)
Flujos netos de efectivo utilizados por actividades de financiamiento	**(39,641,289)**	(37,496,012)
Efectos por cambios en el valor del efectivo	**99,399**	(1,109,265)
Incremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo	**4,610,656**	7,146,175
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del año	**42,816,535**	35,670,360
Efectivo y equivalentes de efectivo al fin del año	**$ 47,427,191**	$ 42,816,535
Transacciones que no generan flujo de efectivo:		
Altas de activos por derechos de uso	**$ 2,591,724**	$ 2,515,770
Modificaciones y actualizaciones	**$ 5,920,509**	$ 5,412,193

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

GRI 2-4,207-2

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

NOTAS SOBRE LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Al 31 de diciembre de 2022 y 2021

(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 70.51%.

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 2022 de 2,292 tiendas de descuento Bodega Aurrerá, 303 hipermercados Walmart, 101 supermercados Walmart Express y 167 tiendas Sam's Club de precios al mayoreo con membresías.
Empresas importadoras	Importación de mercancías para la venta.
Inmobiliario	Proyectos inmobiliarios y administración de compañías inmobiliarias.
Empresas de servicio	Prestación de servicios con fines no lucrativos a la comunidad y tenencia de acciones.
Walmart Centroamérica	Operación en 2022 de 583 tiendas de descuento Despensa Familiar y Palí, 98 supermercados Paiz, La Despensa de Don Juan, La Unión y Mas x Menos, 165 Bodegas, Maxi Bodegas y Maxi Palí, y 36 hipermercados Walmart y se localizan en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

2. NUEVOS PRONUNCIAMIENTOS

La Compañía aplicó por primera vez algunas normas, interpretaciones o modificaciones que entraron en vigor a partir del 1 de enero de 2022. Asimismo, no ha adoptado de manera anticipada ninguna otra norma, interpretación o modificación que se haya publicado y que no está todavía vigente.

Modificaciones a la NIIF 3, *"Referencia al marco conceptual"*

En mayo de 2020, el IASB emitió modificaciones a la NIIF 3, "Combinaciones de negocios". Estas modificaciones están destinadas a reemplazar una referencia al Marco para la Preparación y Presentación de Estados Financieros, emitida en 1989, con referencia al Marco Conceptual de Informe financiero emitido en marzo de 2018 sin cambiar significativamente sus requisitos.

El IASB también agregó una excepción al principio de reconocimiento de la NIIF 3 para evitar el problema de potenciales ganancias o pérdidas que surgen de pasivos y pasivos contingentes que estarían dentro del alcance de la NIC 37 o CINIIF 21 "Gravámenes", si se incurren por separado.

Al mismo tiempo, el Consejo decidió aclarar las guías existentes en la NIIF 3 para activos contingentes que no se verán afectados por la sustitución de la referencia al Marco para la Preparación y Presentación de Declaraciones.

Esta modificación no tuvo impacto en los estados financieros consolidados de la Compañía, ya que no se tienen activos, pasivos o pasivos contingentes dentro del alcance de la modificación.

Modificaciones a la NIC 16 *"Propiedades, planta y equipo – Ingresos antes del uso previsto"*

En mayo de 2020, el IASB emitió modificaciones a las NIC 16 "Propiedades, planta y equipo, respecto de ingresos antes del uso previsto", que prohíbe a las entidades deducir del costo de un elemento de propiedad, planta y equipo; cualquier producto de la venta de artículos producidos mientras se lleva ese activo a la ubicación y condición necesarias para que sea capaz de operar de la manera prevista por la gerencia. En cambio, una entidad debe reconocer el producto de la venta de dichos artículos, y los costos de producción de esos artículos directamente en resultados.

Esta modificación no tuvo ningún impacto en los estados financieros consolidados de la Compañía, ya que no se tienen este tipo de transacciones.

Modificaciones a la NIC 37 *"Contratos onerosos – Costos de cumplir un contrato"*

En mayo de 2020, el IASB emitió modificaciones a la NIC 37 para especificar qué costos debe incluir una entidad cuando evalúa si un contrato es oneroso o deficitario.

Las modificaciones aplican un "enfoque de costos directamente relacionado". Los costos que se relacionan directamente con un contrato para proporcionar los bienes o servicios incluyen tanto costos incrementales como una asignación de costos directamente relacionados con las actividades del contrato. Los costos generales y administrativos no se relacionan directamente con un contrato y están excluidos a menos que estén explícitamente a cargo de la contraparte en virtud del contrato.

Esta modificación no tuvo ningún impacto en los estados financieros consolidados de la Compañía, ya que no se cuenta con contratos considerados onerosos.

Mejoras anuales del ciclo 2018-2020 emitidas en 2020 y que entraron en vigor en 2022

NIIF 1, *"Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera – Subsidiaria adoptante por primera vez"*

El IASB emitió una Modificación a la NIIF 1. La modificación permite a una subsidiaria, asociada o negocio conjunto que opta por aplicar el párrafo D16 (a) de la NIIF 1 para medir las diferencias de conversión acumuladas utilizando los montos informados por la matriz, con base en la fecha de transición de la matriz a las NIIF. Esta modificación también aplica a una asociada o negocio conjunto que opte por aplicar el párrafo D16 (a) de la NIIF 1.

Esta modificación no tuvo ningún impacto en los estados financieros consolidados de la Compañía, ya que no es una adoptante de primera vez.

NIIF 9, *"Instrumentos financieros – Comisiones en la prueba del "10 por ciento" para la baja en cuentas de pasivos financieros"*

El IASB emitió modificaciones a la NIIF 9. La modificación menciona que al dar de baja un pasivo financiero que ha sido modificado o intercambiado, se deberá evaluar si los términos son sustancialmente diferentes entre el pasivo financiero nuevo o modificado y el pasivo financiero original. Se considera una diferencia sustancial cuando el valor presente de los flujos de efectivo descontados bajo las nuevas condiciones, incluyendo comisiones pagadas netas, difiere al menos en un 10 por ciento del valor presente descontado de los flujos de efectivo que todavía resten del pasivo financiero original, utilizando para el descuento la tasa de interés efectiva original.

Estas modificaciones no tuvieron impacto en los estados financieros consolidados de la Compañía, ya que no tiene pasivos financieros con las características que describen las modificaciones.

NIC 41, *"Agricultura – Tributación en las mediciones del valor razonable"*

El IASB emitió modificaciones a la NIC 41, "Agricultura", mismas que eliminan el requerimiento de que las entidades excluyan flujos de efectivo por impuestos al medir el valor razonable de los activos dentro del alcance de esta norma.

La adopción de esta norma no tuvo impactos materiales en los estados financieros de la Compañía.

NIIFS que han sido emitidas, pero aún no entran en vigor

NIIF 17, *"Contratos de Seguro"*

Esta NIIF reemplazará a la NIIF 4, "Contratos de seguro" que se emitió en 2005. La NIIF 17 se aplica a todos los tipos de contratos de seguro (de vida, no vida, directos y reaseguros), independientemente del tipo de entidades que los emiten, así como a ciertas garantías e instrumentos financieros con características de participación discrecional. El objetivo general de la NIIF 17 es proporcionar un modelo contable para los contratos de seguro que sea más útil y consistente para las aseguradoras. En contraste con los requisitos de la NIIF 4, que se basan en gran medida en el cumplimiento de las políticas contables locales anteriores, la NIIF 17 proporciona un modelo integral para los contratos de seguro, que cubre todos los aspectos contables relevantes.

La NIIF 17 es efectiva para los períodos de presentación de informes que comiencen a partir del 1 de enero de 2023, con cifras comparativas requeridas. Se permite la aplicación anticipada, siempre que la entidad también aplique la NIIF 9 y la NIIF 15 en o antes de la fecha en que se aplica por primera vez la NIIF 17. La Administración de la Compañía estima que esta modificación no tendrá un impacto significativo en los estados financieros consolidados.

Modificaciones a la NIC 1, *"Presentación de Estados Financieros" - Clasificación de pasivos como corrientes o no corrientes*

En enero de 2020, el IASB emitió modificaciones a los párrafos 69 a 76 de la NIC 1, los cuales especifican los requisitos de clasificación de los pasivos en corrientes o no corrientes. Dichas modificaciones incluyen:

- Cambios en los criterios para clasificar un pasivo en corriente y no corriente.
- Consideraciones sobre derechos sustancial para diferir la liquidación del pasivo.
- Definición de liquidación y posibilidad de realizar la liquidación de pasivos de efectivo u otros recursos económicos o con instrumentos de patrimonio propio e la entidad.
- Nuevas revelaciones por diferimiento de pasivos.

La clasificación como pasivo corriente o no corriente no se verá afectada por la probabilidad de que una entidad ejerza su derecho de diferimiento o no.

Las modificaciones son efectivas para los períodos anuales de presentación de informes que comiencen a partir del 1 de enero de 2023 y deben ser aplicadas retrospectivamente. La Administración de la Compañía está evaluando actualmente el impacto que tendrían las modificaciones en la práctica.

NIC 12, *"Impuestos a la utilidad" - Impuesto diferido de activos y pasivos que surgen de una sola transacción*

Las modificaciones a la NIC 12 Impuesto a la utilidad requieren que las empresas reconozcan el impuesto diferido sobre las transacciones que, en el reconocimiento inicial, dan lugar a montos iguales de diferencias temporales gravables y deducibles. Normalmente se aplicarán a transacciones tales como arrendamientos por parte de los arrendatarios, y en obligaciones de desmantelamiento; por lo tanto, requerirán el reconocimiento de activos y pasivos por impuestos diferidos adicionales. La modificación debe aplicarse a transacciones que ocurran en o después del comienzo del primer periodo comparativo presentado. Además, las entidades deben reconocer activos por impuestos diferidos (en la medida en que sea probable que puedan ser utilizados) y pasivos por impuestos diferidos al comienzo del primer periodo comparativo para todas las diferencias temporales deducibles y gravables asociadas con:

- activos por derecho de uso y pasivos por arrendamiento, y
- pasivos por desmantelamiento, restauración y similares, y los montos correspondientes reconocidos como parte del costo de los activos relacionados.

El efecto acumulado de reconocer estos ajustes se reconoce en utilidades retenidas u otro componente de capital, según corresponda.

La modificación es efectiva para los períodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2023 y se permite su adopción anticipada. La Administración de la Compañía está evaluando actualmente el impacto que tendrían las modificaciones en la práctica.

Modificaciones a la NIC 8, *"Políticas Contables, Cambios en las Estimaciones Contables y Errores" - Definición de estimación contable*

En febrero de 2021, el IASB publicó modificaciones a la NIC 8, en las que introduce una nueva definición de "estimación contable". La modificación estipula que los efectos en una estimación contable de un cambio en un insumo o un cambio en una técnica de medición son cambios en las estimaciones contables si no son el resultado de la corrección de un error de períodos anteriores. La definición anterior de un cambio en la estimación contable especificaba que los cambios en las estimaciones contables pueden ser el resultado de nueva información; por lo tanto, tales cambios no son correcciones de errores. El IASB mantuvo esta consideración en la definición.

Las modificaciones son efectivas para los períodos anuales de presentación de informes que comiencen a partir del 1 de enero de 2023. La Administración de la Compañía está evaluando actualmente el impacto que tendrían las modificaciones en la práctica.

NIC 1, *"Presentación de estados financieros" - Materialidad en las revelaciones de políticas contables*

En febrero de 2021, el IASB emitió modificaciones a la NIC 1 "Presentación de estados financieros", las cuales proveen guía y ejemplos para ayudar a las entidades al aplicar juicios de materialidad en las revelaciones de políticas contables. El IASB también emitió modificaciones a la Declaración de Práctica de NIIF 2 para respaldar las modificaciones en la NIC 1 al explicar y ejemplificar la aplicación del "proceso de cuatro pasos" a las revelaciones de políticas contable.

Las modificaciones a la NIC 1 son aplicables para períodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2023 y se permite la aplicación anticipada si se revela este hecho. Debido a que las modificaciones a la Declaración de Práctica de NIIF 2 proporcionan guías no obligatorias sobre la aplicación de la definición de materialidad a la información de contable, el IASB concluyó que los requerimientos de transición y una fecha de vigencia para estas modificaciones no eran necesarias.

No se espera que estas modificaciones tengan un impacto material en los estados financieros consolidados de la Compañía.

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 será efectiva para periodos anuales que inicien el 1 de enero de 2024 o posteriores y la adopción anticipada de esta modificación está permitida. Se estima que esta modificación no tendrá impacto significativo en los estados financieros consolidados de la Compañía.

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 2021.

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 Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB por sus siglas en inglés), las interpretaciones emitidas por el International Financial Reporting Interpretation Committee (IFRIC), incluyendo aquellas emitidas previamente por el Standing 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 involucran 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. y Cargill Protein Servicios S. de R.L. de C.V., fusionada en Cargill Protein, S. de R.L. de C.V. en 2021, en virtud del contrato establecido con ellas 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 estas entidades. La utilidad neta del ejercicio consolidada considera un remanente atribuible al resultado de las entidades participadas por $63,541 en 2022 y $(66,136) en 2021; y el estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2022 y 2021, contiene un remanente atribuible al interés minoritario de las entidades participadas por $(54,735) y $(118,276), 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 subscribe 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 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. 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 2022, 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 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 opciones de compra sobre acciones y el segundo consiste en otorgar acciones restringidas (este último se ofrece únicamente a ciertos niveles ejecutivos). En el plan para otorgar opciones de compra, el derecho para ejercer la opción se libera en tres años una tercera parte por cada año. El plazo para ejercer los derechos es de 10 años a partir de la fecha de asignación.

En el plan donde se otorgan acciones restringidas, el plazo para su liberación es de 3 años y el término para ejercer el derecho es de hasta 10 años contados a partir de la fecha de la asignación. El monto de las acciones restringidas está sujeto al cumplimiento de 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 213%.

Conforme a lo establecido en la política anterior, los ejecutivos tenían derecho a ejercer la opción de compra de las acciones en cinco años en partes iguales. El derecho para ejercer la opción de compra era de 10 años contados a partir de la fecha de asignación o 60 días posteriores a la fecha de retiro del ejecutivo de la Compañía, y respecto al plan de acciones restringidas, hasta el 23 de marzo de 2021, el monto estaba sujeto al cumplimiento de ciertas métricas que se evaluaban posterior al primer año, y que podían hacer que la asignación original se modificara, en un rango de 0% a 150%.

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 2022 y 2021 es de $0.004 pesos por acción en ambos años.

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. 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:

I. 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.

II. Competencia. El sector de tiendas de autoservicio 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 competidores que pudieran entrar al mercado. Asimismo, las nuevas actividades que desempeña la Compañía que antes no realizaba – BAiT, Connect, Cashi, por mencionar algunas - enfrentan 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.

V. Acontecimientos recientes. La pandemia de COVID-19 ha tenido como resultado impactos generalizados y continuos en la economía local e internacional, en nuestros asociados, proveedores, clientes y otras personas y entidades con las que hacemos negocios. Aunque pareciera que los efectos más severos de la pandemia ya concluyeron y las campañas de vacunación han disminuido en forma importante el

riesgo de volver a tener que instrumentar medidas que afectan la actividad económica, los efectos secundarios aún continuarán en muchos ámbitos y seguirán siendo un riesgo. Asimismo, el incremento en la violencia ha ocasionado cierres temporales de tiendas, clubes y centros de distribución de la Compañía y, en algunos casos, nuestras instalaciones han sido saqueadas. En todos estos casos, la política de la Compañía es siempre salvaguardar la integridad de las personas -asociados, clientes, socios o proveedores- y buscar reabrir sus unidades a la mayor brevedad posible para contribuir a dar confianza en la localidad correspondiente. Sin embargo, estos hechos de violencia han ocasionado cierres temporales y pérdidas de venta, que no han sido sustanciales pero que podrían serlo si se vuelven generalizados o de mayor duración.

Aunado a lo anterior, los eventos internacionales que involucran a Ucrania, unidos a los efectos de la pandemia, han ocasionado disrupciones en los mercados, precios de muchos productos y en la cadena logística de suministro internacional. Estos riesgos y sus impactos son difíciles de predecir y pudieran 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 2022, el tipo de cambio utilizado para convertir los activos y pasivos denominados en dólares fue de $19.50 por dólar ($20.46 en 2021).

Considerando la posición monetaria neta en dólares que se tiene al 31 de diciembre de 2022, 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 $255,159.

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 2022 y 2021, se tienen contratos Fx-Forwards con una vigencia no mayor de cuatro meses, los cuales se muestran a continuación:

		2022		2021
Contratos vigentes		**271**		284
Monto nocional (millones de dólares)	**US$**	**177**	US$	192.31
Monto nocional (millones de pesos)	**MXN$**	**3,517.82**	MXN$	4,069.20
Valor razonable neto (millones de pesos)	**MXN$**	**(29.740)**	MXN$	(106.25)

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 2022 entre 1.23% y 9.94%. Al 31 de diciembre de 2022 se obtuvieron productos financieros por intereses por un monto de $2,025,182 ($866,112 en 2021).

Considerando las inversiones de inmediata realización que se tienen al 31 de diciembre de 2022, 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 $129,056.

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 2022, ascienden a $52,623 ($51,255 en 2021) millones de pesos (de las cuales $18,664 ($17,931 en 2021) millones corresponden a líneas de crédito pre-aprobadas y $33,959 ($33,324 en 2021) a líneas de crédito contratadas) que proporcionan liquidez adicional a la generada en la operación en caso de ser necesario.

5. EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO

El efectivo y equivalentes de efectivo al 31 de diciembre de 2022 y 2021, se integran como sigue:

	2022	2021
Efectivo en caja y bancos	$ 36,008,176	$ 35,127,748
Inversiones de realización inmediata	11,419,015	7,688,787
	$ 47,427,191	$ 42,816,535

El efectivo restringido al 31 de diciembre de 2022 asciende a $199,612 ($225,643 en 2021) y se presenta en el estado de situación financiera en el rubro de otros activos no circulantes.

6. CUENTAS POR COBRAR

Las cuentas por cobrar al 31 de diciembre de 2022 y 2021, se integran como sigue:

	2022	2021
ISR, IVA e IEPS a favor	$ 12,418,965	$ 13,118,127
Emisoras de vales y clientes	2,036,744	1,415,900
Otras cuentas por cobrar	2,805,813	2,847,115
Provisión para deterioro de otras cuentas por cobrar [1]	(542,214)	(553,904)
	$ 16,719,308	$ 16,827,238

Las cuentas por cobrar a clientes tienen un plazo promedio de cobro de 30 a 90 días.

[1] Incluye $224 millones de provisión para deterioro de otras cuentas por cobrar a un proveedor de servicio de ATM's (cajeros inteligentes).

7. INVENTARIOS

Los inventarios al 31 de diciembre de 2022 y 2021, se integran como sigue:

	2022	2021
Mercancía para la venta	$ 83,883,622	$ 74,466,819
Desarrollo Agro-industrial	1,435,803	1,315,037
	85,319,425	75,781,856
Mercancía en tránsito	4,142,310	4,535,113
	$ 89,461,735	$ 80,316,969

Al 31 de diciembre de 2022 y 2021, el efecto del deterioro de los inventarios es de $1,513,303 y $1,294,599, respectivamente, el cual se incluyó dentro del costo de ventas en el estado consolidado de resultados integral.

8. INMUEBLES Y EQUIPO

Los inmuebles y equipo al 31 de diciembre de 2022 y 2021 se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2020	Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2021	Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2022
Costo:											
Terrenos	$ 31,693,080	$ 605,782	$ (106,636)	$ 309,400	$ (22,057)	$ 32,479,569	**$ 112,523**	**$ (105,879)**	**$ (61,666)**	**$ (37,608)**	**$ 32,386,939**
Edificios	72,280,298	1,276,226	(503,028)	3,135,993	13,787	76,203,276	**1,270,383**	**(1,310,664)**	**2,680,526**	**(261,839)**	**78,581,682**
Instalaciones y mejoras	52,435,706	244,830	(528,437)	4,065,345	152,415	56,369,859	**273,909**	**(699,060)**	**5,530,861**	**(346,161)**	**61,129,408**
Mobiliario y equipo	73,479,359	3,888,848	(4,405,776)	4,599,689	202,702	77,764,822	**4,747,696**	**(4,274,538)**	**4,868,126**	**(596,371)**	**82,509,735**
Subtotal	229,888,443	6,015,686	(5,543,877)	12,110,427	346,847	242,817,526	**6,404,511**	**(6,390,141)**	**13,017,847**	**(1,241,979)**	**254,607,764**
Depreciación acumulada:											
Edificios	(34,415,507)	(2,977,245)	319,881	(69,076)	(14,710)	(37,156,657)	**(2,996,120)**	**1,114,985**	**195,722**	**109,102**	**(38,732,968)**
Instalaciones y mejoras	(25,784,216)	(3,046,909)	413,686	(96,907)	(68,655)	(28,583,001)	**(3,083,156)**	**553,720**	**(270,638)**	**197,545**	**(31,185,530)**
Mobiliario y equipo	(39,499,176)	(7,255,124)	4,261,397	8,663	(102,064)	(42,586,304)	**(7,726,188)**	**4,159,797**	**15,819**	**348,570**	**(45,788,306)**
Subtotal	(99,698,899)	(13,279,278)	4,994,964	(157,320)	(185,429)	(108,325,962)	**(13,805,464)**	**5,828,502**	**(59,097)**	**655,217**	**(115,706,804)**
Obras en proceso	4,639,073	13,636,456	(61,598)	(12,194,434)	(14,463)	6,005,034	**13,648,144**	**(10,363)**	**(13,058,638)**	**48,169**	**6,632,346**
Total	$ 134,828,617	$ 6,372,864	$ (610,511)	$ (241,327)	$ 146,955	$ 140,496,598	**$ 6,247,191**	**$ (572,002)**	**$ (99,888)**	**$ (538,593)**	**$ 145,533,306**

La depreciación por el año que terminó el 31 de diciembre de 2022 y 2021, ascendió a $13,491,000 y $12,937,408, respectivamente, y está incluido en gastos generales en el estado consolidado de resultados integral. La depreciación incluida en el costo de ventas ascendió a $314,464 y $341,870, respectivamente.

El deterioro de inmuebles por el año que terminó el 31 de diciembre de 2022 y 2021, ascendió a $49,005 y $159,133, respectivamente, y se presenta en la columna de bajas.

9. 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, 2020	Adiciones	Bajas, modificaciones y actualizaciones	Traspasos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2021	Adiciones	Bajas, modificaciones y actualizaciones	Traspasos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2022
Costo:											
Inmuebles	$ 59,099,287	$ 1,876,726	$ 5,194,427	$ (2,541)	$ (156,575)	$ 66,011,324	**$ 2,343,220**	**$ 5,660,844**	**$ 3,026**	**$ (420,492)**	**$ 73,597,922**
Mobiliario y equipo	2,537,833	639,044	(93,684)	(377,605)	(7,798)	2,697,790	**248,504**	**(289,792)**	**(282,432)**	**(1,737)**	**2,372,333**
Subtotal	61,637,120	2,515,770	5,100,743	(380,146)	(164,373)	68,709,114	**2,591,724**	**5,371,052**	**(279,406)**	**(422,229)**	**75,970,255**
Depreciación acumulada:											
Inmuebles	(10,427,946)	(3,630,535)	198,356	-	340,973	(13,519,152)	**(4,042,270)**	**204,112**	**560**	**166,670**	**(17,190,080)**
Mobiliario y equipo	(889,390)	(493,792)	92,419	215,692	22,617	(1,052,454)	**(540,565)**	**288,551**	**141,957**	**3,755**	**(1,158,756)**
Subtotal	(11,317,336)	(4,124,327)	290,775	215,692	363,590	(14,571,606)	**(4,582,835)**	**492,663**	**142,517**	**170,425**	**(18,348,836)**
Total	$ 50,319,784	$ (1,608,557)	$ 5,391,518	$ (164,454)	$ 199,217	$ 54,137,508	**$ (1,991,111)**	**$ 5,863,715**	**$ (136,889)**	**$ (251,804)**	**$ 57,621,419**

Los pasivos por arrendamiento se integran como sigue:

Año	Al 31 de diciembre de 2022
2023	$ 9,966,048
2024	9,620,665
2025	9,341,010
2026	9,002,209
2027	8,664,215
2028 en adelante	111,053,648
Pagos a valor nominal	157,647,795
Efecto en valor presente	(87,809,213)
Pasivo por arrendamiento – neto	$ 69,838,582

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 terminado el 31 de diciembre de 2022 y 2021, se muestran a continuación:

	2022	2021
Gasto de depreciación de los activos por derecho de uso por tipo de activo:		
Inmuebles	$ 4,042,270	$ 3,630,535
Equipos	$ 540,565	$ 493,792
Intereses por pasivos por arrendamiento	$ 7,049,835	$ 6,478,994
Gasto de renta por arrendamiento a corto plazo	$ 194,342	$ 181,653
Gasto de renta por arrendamiento de activos de bajo valor	$ 56,045	$ 37,840
Gasto de renta variable (no incluido en la medición de pasivo por arrendamiento)	$ 4,860,779	$ 3,782,845
Ingresos por renta por subarrendamiento	$ (1,439,050)	$ (1,225,533)

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 2022 y 2021, se muestran a continuación:

	2022	2021
Pagos de renta – principal	$ 2,989,363	$ 2,764,981
Pagos de renta – intereses	$ 7,049,835	$ 6,478,994
Altas de activos por derecho de uso	$ 2,591,724	$ 2,515,770
Modificaciones y actualizaciones	$ 5,920,509	$ 5,412,193

10. PROPIEDADES DE INVERSIÓN

Las propiedades de inversión al 31 de diciembre de 2022 y 2021 se integra como sigue:

	Diciembre 31, 2020	Adiciones	Bajas	Modificaciones y actualizaciones	Diciembre 31, 2021	Adiciones	Bajas	Modificaciones y actualizaciones	Traspasos	Diciembre 31, 2022
Terrenos	$ 2,487,015	$ 78,778	$ 3,818	$ -	$ 2,569,611	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ 103,553**	**$ 2,673,164**
Edificios	6,061,536	-	(625,311)	(20,003)	5,416,222	**-**	**(78,909)**	**116,933**	**91,227**	**5,545,473**
Instalaciones y mejoras	1,528,230	-	(392,455)	-	1,135,775	**-**	**(11,101)**	**-**	**3,363**	**1,128,037**
Subtotal	10,076,781	78,778	(1,013,948)	(20,003)	9,121,608	**-**	**(90,010)**	**116,933**	**198,143**	**9,346,674**
Depreciación acumulada	(3,770,861)	(308,754)	506,904	34,949	(3,537,762)	**(285,878)**	**31,775**	**-**	**(74,704)**	**(3,866,569)**
Total	$ 6,305,920	$ (229,976)	$ (507,044)	$ 14,946	$ 5,583,846	**$ (285,878)**	**$ (58,235)**	**$ 116,933**	**$ 123,439**	**$ 5,480,105**

El gasto por depreciación por el año que terminó el 31 de diciembre de 2022 y 2021, ascendió a $285,878 y $308,754, 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 2022 y 2021, 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 2022 y 2021, fue de 8.5% 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 2022 y 2021. El valor razonable estimado de las propiedades de inversión al 31 de diciembre de 2022 y 2021 es de $6,701,368 y $5,911,220, respectivamente. La Compañía compara el valor razonable estimado y el valor neto en libros para determinar si existen indicios de deterioro.

11. ACTIVOS INTANGIBLES

Los activos intangibles al 31 de diciembre de 2022 y 2021 se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2020	Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión y otros [1]	Diciembre 31, 2021	Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2022
Crédito mercantil	$ 34,997,380	$ -	$ -	$ -	$ 769,861	$ 35,767,241	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ (153,537)**	**$ 35,613,704**
Marcas	871,314	-	(84,934)	-	2,405	788,785	**-**	**-**	**-**	**(16,286)**	**772,499**
Licencias y software	4,529,963	735,444	(898,513)	387,232	8,410	4,762,536	**1,254,606**	**(959,543)**	**123,230**	**(9,189)**	**5,171,640**
Clientes	215,225	-	(211,838)	-	(3,387)	-	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
Subtotal	5,616,502	735,444	(1,195,285)	387,232	7,428	5,551,321	**1,254,606**	**(959,543)**	**123,230**	**(25,475)**	**5,944,139**
Amortización acumulada	(3,061,866)	(593,522)	1,096,792	371	(2,288)	(2,560,513)	**(685,028)**	**906,297**	**(7,989)**	**7,764**	**(2,339,469)**
Subtotal	2,554,636	141,922	(98,493)	387,603	5,140	2,990,808	**569,578**	**(53,246)**	**115,241**	**(17,711)**	**3,604,670**
Total	$ 37,552,016	$ 141,922	$ (98,493)	$ 387,603	$ 775,001	$ 38,758,049	**$ 569,578**	**$ (53,246)**	**$ 115,241**	**$ (171,248)**	**$ 39,218,374**

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 2022 y 2021, ascendió a $685,028 y $593,522, 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 2022 y 2021 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 3.3% a 6.1% 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 9.7% a 12.6% determinadas de acuerdo con los riesgos asociados para cada UGE.

(c) En 2021, la Compañía corrigió un exceso del monto de deterioro de crédito mercantil determinado en 2012 y 2014, que corresponde a la unidad generadora de efectivo de Honduras por $574,804, el cual se reconoció en el rubro de otros productos. Dicho ingreso no es material y no forma parte de las operaciones principales de la Compañía.

12. PARTES RELACIONADAS

a) Saldos con partes relacionadas

Al 31 de diciembre de 2022 y 2021, el estado consolidado de situación financiera incluye los siguientes saldos con partes relacionadas:

	2022	2021
Cuentas por pagar:		
C.M.A. – U.S.A., L.L.C.	**$ 612,659**	$ 691,981
WMGS Commercial Services Limited	**-**	223,700
	$ 612,659	$ 915,681
Otras cuentas por pagar a corto plazo:		
Walmart Inc.	**$ 1,302,994**	$ 1,160,011
WMGS Commercial Services Limited	**134,956**	-
Newgrange Platinum Services LTD	**21,417**	59,949
	$ 1,459,367	$ 1,219,960
Otras cuentas por pagar a largo plazo:		
Walmart, Inc.	**$ 163,409**	$ 85,964

Al 31 de diciembre de 2021 se tienen cuentas por pagar con otras partes relacionadas de $405.

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 2022 y 2021, no hubo gastos por incobrabilidad de saldos con partes relacionadas.

b) Operaciones con partes relacionada

WALMEX tiene celebrados los siguientes contratos por tiempo indefinido con partes relacionadas:

- Importaciones de mercancía para la venta, sin intereses y pagaderos mensualmente con CMA USA LLC.
- Comisiones por servicios de procuración a WMGS Commercial Services Limited (a partir del 1 de julio de 2021) pagaderos de forma recurrente. Hasta junio 2021, comisiones por compras a Swiss Asia Minor GmbH.
- Asistencia técnica y servicios con Walmart Inc., pagaderos mensualmente.
- Servicios administrativos y de procesos con Newgrange Platinum Service, LTD 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.

Todas las operaciones se realizan en condiciones de mercado.

A continuación, se presentan los montos de las operaciones con partes relacionadas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2022 y 2021, respectivamente:

	2022	2021
Compras y comisiones por importaciones de mercancía para la venta:		
C.M.A. – U.S.A., L.L.C.	**$ 4,822,933**	$ 4,369,447
Swiss Asia Minor GmbH	**-**	72,085
WMGS Commercial Services Limited	**887,463**	222,341
	$ 5,710,396	$ 4,663,873
Costos y gastos por asistencia técnica, servicios y regalías:		
Walmart Inc.	**$ 8,574,148**	$ 7,295,135
Newgrange Platinum Services LTD	**508,630**	537,761
	$ 9,082,778	$ 7,832,896

Por el año que terminó el 31 de diciembre de 2021 se realizaron operaciones con otras partes relacionadas por $26,268.

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 2022 y 2021, se integran como sigue:

	2022	2021
Beneficios a corto plazo	$ 1,806,127	$ 1,687,623
Beneficios por terminación	104,512	74,885
Beneficios basados en acciones	68,353	119,166
	$ 1,978,992	$ 1,881,674

13. OTRAS CUENTAS POR PAGAR

El saldo de las otras cuentas por pagar al 31 de diciembre de 2022 y 2021, se integran como sigue:

	2022	2021
Pasivos acumulados y otros [(a)]	$ 22,715,812	$ 20,972,039
Pasivo por arrendamiento a corto plazo **(Nota 9)**	3,511,546	3,438,469
Contingencias **(Nota 14)**	1,924,061	2,241,507
Ingresos diferidos [(b)]	1,557,776	1,492,490
Partes relacionadas **(Nota 12)**	1,459,367	1,219,960
Dividendos	187,491	170,717
	$ 31,356,053	$ 29,535,182

(a) Los pasivos acumulados y otros incluye el efecto derivado de las recientes reformas a la Ley Federal del Trabajo en México que han cambiado las disposiciones aplicables a las vacaciones, y ahora dispone que los empleados con más de un año de servicio disfrutarán de un periodo anual de vacaciones pagadas, que en ningún caso podrá ser inferior a doce días laborables y que aumentará en dos días laborables, hasta llegar a veinte, por cada año subsecuente de servicio. Si bien, la entrada en vigor de esta reforma es el 1 de enero de 2023, se concluye que la obligación y el pasivo correspondiente está presente al 31 de diciembre de 2022 con un impacto de $263 millones de pesos.

(b) Los ingresos diferidos representan membresías de Sam's club, tarjetas de regalo sin redimir e ingresos diferidos por rentas relacionados con las ventas de Vips y Suburbia.

14. COMPROMISOS Y CONTINGENCIAS

a) Compromisos

Al 31 de diciembre de 2022, 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
2023	$ 28,210,873
2024	$ 4,401,323
2025	$ 3,558,561
2026	$ 2,972,941
2027	$ 3,086,685
2028 en adelante	$ 18,184,391

La Compañía tiene compromisos por arrendamiento como se muestra en la nota 9.

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 $1,924,061 al 31 de diciembre de 2022, ($2,241,507 en 2021) 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.

15. 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 2022 y 2021, se incluyen:

	2022	2021
Pasivos por arrendamiento a largo plazo **(Nota 9)**	**$ 66,327,036**	$ 61,252,909
Ingreso diferido por rentas	**3,389,703**	3,702,241
Partes relacionadas **(Nota 12)**	**163,409**	85,964
Otros	**7,906**	19,152
	$ 69,888,054	$ 65,060,266

16. 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 2022, 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 2022 y 2021, se integran como sigue:

	2022	2021
Impuesto causado:		
México	**$ (15,312,910)**	$ (12,056,598)
Centroamérica	**(2,864,242)**	(2,035,475)
Consolidado	**(18,177,152)**	(14,092,073)
Impuesto diferido:		
México	**3,845,902**	514,918
Centroamérica	**(61,125)**	419,579
Consolidado	**3,784,777**	934,497
	$ (14,392,375)	$ (13,157,576)

Al 31 de diciembre de 2022 y 2021, la tasa efectiva de impuestos de la Compañía es del 22.7% y 23.0%, respectivamente. La diferencia con las tasas de impuestos establecidas en las leyes fiscales se debe principalmente a efectos inflacionarios y a otras partidas permanentes.

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 2022 y 2021:

	2022	2021
Activo diferido:		
Otras cuentas por pagar	**$ 5,762,883**	$ 4,447,485
Arrendamiento y otros pasivos a largo plazo	**4,949,842**	4,891,049
Inventarios	**1,210,472**	1,128,513
Pérdidas fiscales pendientes de amortizar de subsidiarias	**1,153,279**	790,594
Obligaciones laborales	**937,896**	788,563
Provisión para deterioro de otras cuentas por cobrar	**89,585**	174,169
Otras partidas	**-**	153,856
	$ 14,103,957	$ 12,374,229
Pasivo diferido:		
Inmuebles y equipo	**$ 4,973,607**	$ 6,018,208
Pagos anticipados	**259,237**	254,024
Inversión en subsidiarias y otras partidas	**136,755**	1,161,739
Impuesto a la utilidad diferido	**$ 5,369,599**	$ 7,433,971
Impuesto a la utilidad a largo plazo	**1,118,025**	982,221
Impuestos a la utilidad	**$ 6,487,624**	$ 8,416,192

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
2027	$ 157,415
2028	978
2029	1,362,913
2030	4,156
2031	668,565
2032	1,650,235
	$ 3,844,262

Los cambios en los activos y pasivos por impuestos a la utilidad a largo plazo (neto) al 31 de diciembre de 2022 y 2021 se muestran a continuación:

	2022	2021
Saldo al inicio del año	$ 3,958,037	$ 2,705,326
Movimiento neto del ejercicio	3,739,259	1,507,077
Exceso de ejercicios anteriores	45,518	(572,580)
Otras partidas de utilidad integral	29,743	(85,795)
Impuesto a la utilidad a largo plazo	(171,149)	382,433
Efecto por conversión	14,925	21,576
Saldo al final de año	$ 7,616,333	$ 3,958,037

17. 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 2022 y 2021:

	Prima de antigüedad		Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro	
	2022	2021	2022	2021
Obligaciones por beneficios definidos	$ 2,057,057	$ 1,916,026	$ 1,422,429	$ 1,618,477
Activos del plan	(1,200,930)	(1,211,960)	-	-
Pasivo neto proyectado	$ 856,127	$ 704,066	$ 1,422,429	$ 1,618,477

Los cambios en el valor presente de la obligación por beneficios definidos (OBD) al 31 de diciembre de 2022 y 2021 se muestran a continuación.

	Prima de antigüedad		Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro	
	2022	2021	2022	2021
OBD al inicio del año	$ 1,916,026	$ 1,844,268	$ 1,618,477	$ 1,787,649
Costo neto del año cargado a resultados				
Costo laboral del servicio prestado	214,600	215,814	169,696	181,970
Costo de intereses sobre OBD	156,829	129,066	100,414	109,430
Otras partidas de utilidad integral	23,261	(85,233)	(65,804)	(172,581)
Beneficios pagados	(254,074)	(186,893)	(314,472)	(322,476)
Traspasos	415	(996)		(266)
Efectos por conversión	-	-	(85,882)	34,751
OBD al final del año	$ 2,057,057	$ 1,916,026	$ 1,422,429	$ 1,618,477

Los cambios en el valor presente de los activos del plan (AP), al 31 de diciembre de 2022 y 2021, se muestran a continuación:

	Prima de antigüedad	
	2022	2021
AP al inicio del año	**$ (1,211,960)**	$ (1,046,954)
Rendimiento de los activos del plan	**(109,764)**	(82,538)
Otras partidas de utilidad integral	**128,148**	(5,350)
Aportaciones al plan	**(261,197)**	(263,896)
Beneficios pagados	**253,843**	186,778
AP al final del año	**(1,200,930)**	(1,211,960)

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 2022 y 2021, los activos del plan están invertidos a través del fideicomiso en mercado de dinero. Al 31 de diciembre de 2022 y 2021, 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 $1,154,692 y $1,098,830, respectivamente.

Los supuestos utilizados en las valuaciones actuariales de México y Centroamérica son los siguientes:

	México		Centroamérica	
	2022	2021	**2022**	2021
Financieros:				
Tasa de descuento	**9.52%**	8.20%	**4.6% - 13.2%**	1.92% - 8.04%
Tasa de incremento en salarios	**5.25%**	5.25%	**3.5% - 6.3%**	3.50% - 6.30%
Tasa de incremento del salario mínimo	**4.75%**	4.75%	**2.00%**	2.00%
Tasa de inflación	**4.00%**	4.00%	**0.70% - 4.70%**	0.70% - 4.70%
Biometría:				
Mortalidad	**IMSS 2009 (1)**	IMSS 2009 (1)	**RP - 2000 (2)**	RP - 2000 (2)
Incapacidad	**21.04%**	21.04%	**4.5% - 15.40%**	4.5% - 15.40%
Edad de retiro	**65 años**	65 años	**50 - 65 años**	50 - 65 años

(1) Experiencia del Instituto Mexicano del Seguro Social para hombres y mujeres

(2) 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 2022.

	Importe
OBD al 31 de diciembre de 2022	**$ 3,479,486**
OBD a la tasa de descuento + 1%	$ 3,319,187
OBD a la tasa de descuento – 1%	$ 3,806,570
Efectos sobre OBD:	
Tasa de descuento + 1%	$ (267,511)
Tasa de descuento – 1%	$ 303,252

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.

18. CAPITAL CONTABLE

a) En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas del 7 de abril de 2022, se acordó:

1. Aprobar la cantidad máxima que la sociedad podrá utilizar durante 2022 para recomprar acciones propias, la cual asciende a $5,000,000. No se realizaron compras de acciones propias al 31 de diciembre de 2022.
2. Decretar un dividendo ordinario el cual se le pagará al accionista en efectivo a razón de $1.00 pesos por acción en dos exhibiciones de $0.50 cada una, el primero el 24 de noviembre de 2022 y el segundo el 27 de diciembre de 2022; y un dividendo extraordinario que se pagará en efectivo a razón de $0.71 pesos por acción en dos exhibiciones: $0.35 pesos por acción el día 24 de noviembre de 2022 y $0.36 pesos por acción el día 27 de diciembre de 2022.

b) En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas del 23 de marzo de 2021, se acordó:

1. Aprobar la cantidad máxima que la sociedad podrá utilizar durante 2021 para recomprar acciones propias, la cual asciende a $5,000,000. No se realizaron compras de acciones propias al 31 de diciembre de 2021.
2. Decretar un dividendo ordinario el cual se le pagará al accionista en efectivo a razón de $0.90 pesos por acción en dos exhibiciones de $0.45 cada una, el primero el 24 de noviembre de 2021 y el segundo el 28 de diciembre de 2021; y un dividendo extraordinario que se pagará en efectivo a razón de $0.73 pesos por acción en dos exhibiciones: $0.36 pesos por acción el día 24 de noviembre de 2021 y $0.37 pesos por acción el día 28 de diciembre de 2021.

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 2022 y 2021, los dividendos decretados se muestran a continuación:

	2022	2021
Dividendos en efectivo decretados y pagados:		
Dividendo ordinario $1.00 por acción ($0.90 en 2021)	**$ 17,285,400**	$ 15,564,332
Dividendo extraordinario $0.71 por acción ($0.73 en 2021)	**12,272,638**	12,624,409
	$ 29,558,038	$ 28,188,741

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 2022 y 2021, el capital social nominal exhibido y el número de acciones se muestran a continuación:

Capital social	Importe
Mínimo fijo	**$ 5,591,362**
Variable	**36,935,265**
Subtotal	**42,526,627**
Actualización	**2,941,801**
Total	**$ 45,468,428**
Número de acciones ordinarias de suscripción libre	**17,461,402,631**

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 2022 y 2021, el monto de las cuentas fiscales relacionadas con el capital contable asciende a $73,463,886 y $68,143,228, respectivamente, de acuerdo con las disposiciones fiscales vigentes.

e) El fondo para el plan de acciones al personal cuenta con 175,184,709 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 2022 y 2021 asciende a $384,953 y $354,257, 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 2020	156,507,494	44.64
Asignadas	38,038,202	64.25
Ejercidas	(27,740,024)	41.20
Canceladas	(4,116,186)	53.96
Saldo al 31 de diciembre de 2021	162,689,486	49.76
Asignadas	**40,943,537**	**76.42**
Ejercidas	**(25,227,765)**	**45.00**
Canceladas	**(11,742,622)**	**55.39**
Saldo al 31 de diciembre de 2022	**166,662,636**	**56.64**
Acciones disponibles para asignación:		
Al 31 de diciembre de 2022	**8,522,073**	
Al 31 de diciembre de 2021	4,170,988	

Al 31 de diciembre de 2022, las acciones asignadas del fondo para el plan de acciones ascienden a 166,662,636 de las cuales 62,971,554 están disponibles para ejercer.

19. OTRAS REVELACIONES DE INGRESOS

a) Los otros ingresos que forman parte de la actividad principal de la Compañía al 31 de diciembre de 2022 y 2021, se integran como sigue:

	2022	2021
Membresías	$ 2,500,083	$ 2,216,732
Rentas	2,571,438	2,546,968
Venta de desperdicio	943,799	846,716
Estacionamiento	93,670	81,291
Total	$ 6,108,990	$ 5,691,707

Por el año terminado el 31 de diciembre de 2022, los ingresos por renta incluyen $581,894 ($479,092 en 2021) 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 2022 y 2021:

	2022	2021
México:		
Autoservicio	61.3%	61.3%
Club de precios	21.6%	21.4%
Centroamérica:	17.1%	17.3%

De las ventas netas totales de **WALMEX**, aproximadamente $34.3 mil millones y $29.4 mil millones se relacionan con el comercio electrónico en México por el año que terminó el 31 de diciembre de 2022 y 2021, respectivamente.

Por parte de Centroamérica, las ventas netas relacionadas con el comercio electrónico ascienden a $898 millones y $853 millones por el año que terminó el 31 de diciembre de 2022 y 2021, e incluyen las ventas realizadas a través de plataformas de entrega a domicilio.

20. COSTOS 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.

21. INGRESOS Y GASTOS FINANCIEROS

Los ingresos y gastos financieros por los años terminados el 31 de diciembre de 2022 y 2021, se integra como sigue:

	2022	2021
Ingresos financieros:		
Productos financieros	$ 2,025,182	$ 866,112
Utilidad por fluctuación cambiaria	961,132	789,624
Utilidad por cambios en el valor razonable de los derivados	465,885	562,541
	$ 3,452,199	$ 2,218,277
Gastos financieros:		
Intereses arrendamiento financiero	$ (7,049,835)	$ (6,478,994)
Pérdida por fluctuación cambiaria	(532,631)	(778,259)
Pérdida por cambios en el valor razonable de los derivados	(389,373)	(586,603)
Otros ingresos (gastos) financieros	(125,418)	13,569
	$ (8,097,257)	$ (7,830,287)

Los productos financieros incluyen principalmente los intereses ganados por inversión.

22. 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:

Segmento	Año que terminó el 31 de diciembre de 2022		
	Utilidad de operación	Gastos financieros, neto	Utilidad antes de impuestos a la utilidad
México	$ 59,236,007	$ (4,004,968)	$ 55,231,039
Centroamérica	8,775,610	(640,090)	8,135,520
Consolidado	$ 68,011,617	$ (4,645,058)	$ 63,366,559

Segmento	Año que terminó el 31 de diciembre de 2021		
	Utilidad de operación	Gastos financieros, neto	Utilidad antes de impuestos a la utilidad
México	$ 55 526,742	$ (4,823,930)	$ 50,702,812
Centroamérica	7,380,916	(788,080)	6,592,836
Consolidado	$ 62,907,658	$ (5,612,010)	$ 57,295,648

Segmento	Año que terminó el 31 de diciembre de 2022			
	Adquisición de activos de larga duración de vida definida	Depreciación y amortización	Total activos	Pasivos a corto plazo
México	$ 17,691,399	$ 15,357,415	$ 316,184,388	$ 116,407,749
Centroamérica	3,612,340	4,001,790	67,010,279	21,278,005
Crédito mercantil	-	-	35,613,704	-
Consolidado	$ 21,303,739	$ 19,359,205	$ 418,808,371	$ 137,685,754

Segmento	Año que terminó el 31 de diciembre de 2021			
	Adquisición de activos de larga duración de vida definida	Depreciación y amortización	Total activos	Pasivos a corto plazo
México	$ 17,650,154	$ 14,144,339	$ 278,742,447	$ 109,278,330
Centroamérica	2,816,210	4,161,542	79,879,783	23,430,137
Crédito mercantil		-	35,767,241	-
Consolidado	$ 20,466,364	$ 18,305,881	$ 394,389,471	$ 132,708,467

El análisis de ingresos por contratos con clientes se presenta en la nota 19.

23. 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, está 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 podrían incluir, entre otras, posibles empresas conjuntas, asociaciones, alianzas estratégicas, una venta u otras transacciones.

   La Compañía no garantiza que el proceso resulte en una transacción. **WALMEX** informará a sus accionistas y a su público inversionista en general según lo dispuesto por las leyes y reglamentos aplicables.

b) A partir del 24 de abril de 2021 entraron en vigor las nuevas disposiciones de diversas leyes en materia de subcontratación. Al 31 de diciembre de 2021, la Compañía ha instrumentado en su totalidad dichas reformas y contempla que continuará cumpliéndolas en el futuro sin impacto financiero alguno y ni en su capacidad para cumplir sus planes estratégicos.

c) El 23 de noviembre de 2020, **WALMEX** recibió una notificación por parte 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. La Compañía ha atendido oportunamente diversos requerimientos de información y está en espera de los comentarios de revisión por parte del regulador. COFECE ha prorrogado la etapa de investigación y actualmente se encuentra en la última prórroga que tiene disponible, que concluye a mediados de 2023.

   WALMEX está confiado que su actuar siempre se ha apegado a la legislación aplicable y que su participación en el mercado mexicano siempre ha resultado en precios más bajos para el consumidor, particularmente beneficiando a las familias mexicanas de más bajos ingresos, y en zonas remotas del país que no han sido atendidas por otros; lo que demostraremos ante las instancias correspondientes y en los foros adecuados, en los que ejerceremos nuestros derechos.

24. APROBACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros consolidados y sus notas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2022 y 2021, fueron aprobados por la Administración y por el Consejo de Administración de la Compañía el 15 de febrero de 2023 y están sujetos a la aprobación de la Asamblea de Accionistas. Los eventos posteriores se consideran hasta esta fecha.

SOBRE ESTE REPORTE

Llevamos informando sobre una amplia gama de temas ASG desde 2004. 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 de conformidad con los Estándares GRI *(Global Reporting Initiative):* opción exhaustiva, 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 2022, 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, centros de distribución, eCommerce y oficinas.

Proporcionamos información adicional sobre una variedad de temas ASG en los siguientes recursos:

- CÓDIGO DE CONDUCTA
- ESTÁNDARES PARA PROVEEDORES
- POLÍTICA DE HORARIOS DE TRABAJO
- DECLARACIÓN SOBRE DERECHOS HUMANOS
- ABASTECIMIENTO RESPONSABLE
- POLÍTICA DE IGUALDAD DE REMUNERACIÓN
- ANÁLISIS DE MATERIALIDAD
- POLÍTICA DE SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL
- POLÍTICA DE LIBERTAD DE ASOCIACIÓN
- ESTÁNDARES LABORALES
- POLÍTICA DE PESCA SUSTENTABLE
- POLÍTICA DE EMPAQUES SUSTENTABLES
- POLÍTICA ANTICORRUPCIÓN
- POLÍTICA SOBRE DEFORESTACIÓN

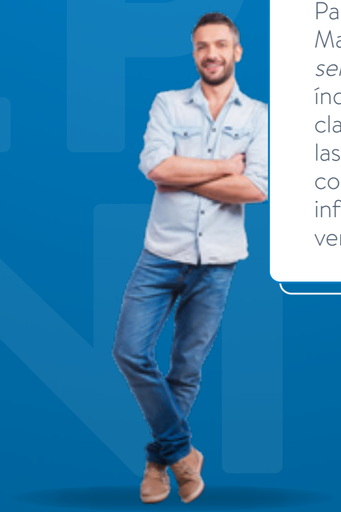
GRI 2-3

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Estándares GRI

Este informe fue estructurado siguiendo los principales lineamientos publicados por el *Global Reporting Initiative* (GRI). En Walmart de México y Centroamérica buscamos dar continuidad a la publicación clara y transparente de nuestro desempeño, por lo que este informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Exhaustiva.

Para el Servicio de Divulgaciones de Materialidad *(Materiality Disclosures service)*, Servicios GRI revisó que el índice de contenido GRI es presentado claramente y las referencias para las divulgaciones GRI 3-2 se alinean con las secciones en el cuerpo del informe. El servicio se realizó en la versión en inglés del informe.



Alcance

Este informe plasma el desempeño de todos los formatos de negocio de Walmart de México y Centroamérica en los 6 países donde operamos, en la misma línea, la cobertura incluye la operación de omnicanal, centros de distribución y oficinas.

Periodo

La información incluida en este reporte, corresponde al periodo comprendido del 1° de enero al 31 de diciembre de 2022.

Índice de contenido GRI

MEX: México **CAM:**Centroamérica **MEXCAM:** México y Centroamérica

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	NÚMERO PÁGINA	URL Y/O RESPUESTA					ODS	CÓDIGO SASB	VERIFICACIÓN EXTERNA
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 Wal-Mart de México SAB de CV https://www.walmex.mx/nosotros/ BLVD. MANUEL ÁVILA CAMACHO # 647, COLONIA PERIODISTA ALCALDÍA MIGUEL HIDALGO, C.P. 11220 CIUDAD DE MÉXICO TEL. (52) 55 5283-0100					16		
2-2	Entidades incluídas en la presentación de informes de sostenibilidad	200	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 2022, Informe Anual Integrado. Puntos de Contacto: https://www.walmex.mx/globales/contacto.html RELACIÓN CON INVERSIONISTAS inversionistas@walmart.com RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y RELACIONES INSTITUCIONALES CLAUDIA DE LA VEGA MARTÍNEZ claudia.delavega@walmart.com COMUNICACIÓN CORPORATIVA comunicacion@walmart.com							
2-4	Actualización de la información	200								
2-5	Verificación externa	257-288								*
	Número de unidades retail y centros de distribución	51, 186							FB-FR-000.A CG-MR-000.A	
	Área total de espacio retail y centros de distribución	49							FB-FR-000.B CG-MR-000.B	*

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	NÚMERO PÁGINA	URL Y/O RESPUESTA					ODS	CÓDIGO SASB	VERIFICACIÓN EXTERNA
2. Actividades y trabajadores										
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		https://www.walmex.mx/nosotros/							
2-7	Empleados	41, 72, 74, 75, 186						8, 10	CG-EC-330a.4	*
2-8	Trabajadores que no son empleados	74, 75								
3. Gobernanza										
2-9	Estructura de gobernanza y composición	166-167						5, 16		
2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	166-167						5, 16		
2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	166-167						16		
2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	166-167						16		
2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	66								
2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	166-167								
2-15	Conflictos de interés	151						16		
2-16	Comunicación de inquietudes críticas	150								
2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	166-167			Al 100% del consejo de administración se le han comunicado las políticas y procedimientos Anti-corrupción de la organización al 31 de octubre de 2022. El indicador solo considera información de comunicación de políticas y procedimientos de anticorrupción a miembros del Consejo de Administración Activos hasta el 31 de octubre de 2022.					

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th colspan="4">URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td>2-18</td><td>Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno</td><td>166-167</td><td colspan="4"></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2-19</td><td>Políticas de remuneración</td><td>167</td><td colspan="4"></td><td>16</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2-20</td><td>Proceso para determinar la remuneración</td><td>167</td><td colspan="4"></td><td>16</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2-21</td><td>Ratio de compensación total anual</td><td>167</td><td colspan="4"></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="10">4. Estrategia, políticas y prácticas</td></tr>
<tr><td>2-22</td><td>Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible</td><td>12-13, 56-66</td><td colspan="4"></td><td></td><td>CG-MR-410a.3
CG-EC-130a.3
CG-EC-410a.2
FB-FR-430a.4</td><td></td></tr>
<tr><td>2-23</td><td>Compromisos y políticas</td><td>12-13, 56-66</td><td colspan="4"></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2-24</td><td>Incorporación de los compromisos y políticas</td><td>12-13, 56-67</td><td colspan="4"></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2-25</td><td>Procesos para remediar los impactos negativos</td><td>172-173</td><td colspan="4"></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2-26</td><td>Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes</td><td>172-174</td><td colspan="4"></td><td>16</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2-27</td><td>Cumplimiento de la legislación y las normativas</td><td>143-165</td><td>
<table>
<tr><th>Tipo de Demanda</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>De Asociados Recibida</td><td>10,024</td><td>85</td><td>10,109</td></tr>
<tr><td>De Asociados Concluida</td><td>8,188</td><td>15</td><td>8,203</td></tr>
<tr><td>De Proveedores Recibida</td><td>730</td><td>3</td><td>733</td></tr>
<tr><td>De Proveedores Concluida</td><td>329</td><td>-</td><td>329</td></tr>
<tr><td>De Autoridad Recibida</td><td>-</td><td>7</td><td>7</td></tr>
<tr><td>De autoridad Concluida</td><td>-</td><td>5</td><td>5</td></tr>
</table>
</td><td></td><td colspan="3">México:
En 2022, no hubo multas ambientales significativas.
Para efectos del informe se considera que una multa es significativa a partir de $1,000,000.00 USD (Un millón de dólares americanos)

Centroamérica:
En 2022 hubo una multa por $27,233 USD por incumplimiento de medidas ambientales.
Para efectos del informe se considera que una multa es significativa a partir de $10,000 USD</td><td></td><td>FB-FR-310a.4
CG-MR-310a.3
CG-MR-330a.2</td><td>*</td></tr>
<tr><td>2-28</td><td>Afiliación a asociaciones</td><td></td><td colspan="4">https://www.walmartmexico.com/responsabilidad-corporativa/gobierno-corporativo</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	NÚMERO PÁGINA	URL Y/O RESPUESTA					ODS	CÓDIGO SASB	VERIFICACIÓN EXTERNA
5. Participación de los grupos de interés										
2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés							16		
2-30	Convenios de negociación colectiva		En México el 61.60% de los Asociados cuentan con un contrato colectivo, es decir el 100% de los asociados elegibles de acuerdo con la ley.					8	FB-FR-310a.2	
7. eCommerce										
	Medición de actividad de usuario, definida por la entidad	22							CG-EC-000.A	
	Capacidad de procesamiento de datos, porcentaje tercerizado	22							CG-EC-000.B	
	Número de envíos	22							CG-EC-000.C	
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021										
3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	66	https://files.walmex.mx/upload/files/2021/es/anual/ASG/Walmex_Materialidad_2021.pdf							
3-2	Lista de temas materiales	66	https://files.walmex.mx/upload/files/2021/es/anual/ASG/Walmex_Materialidad_2021.pdf							
3-3	Gestión de los temas materiales	66	https://files.walmex.mx/upload/files/2021/es/anual/ASG/Walmex_Materialidad_2021.pdf							
CAPÍTULOS: VALOR FINANCIERO Y ÉTICA E INTEGRIDAD										
GRI 201: Desempeño económico 2016										
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	135-138		En 2022 se generaron más de 2,038 millones de tickets de compra.	Tipo de Cambio utilizado: $20.1132 MXN/USD			8, 9		*
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivadas del cambio climático	113						13		
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	84-87								
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno		No Disponible							

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th></th><th></th><th></th><th></th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td colspan="11">GRI 202: Presencia en el mercado 2016</td></tr>
<tr><td>202-1</td><td>Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local</td><td>90</td><td>Nuestro tabulador general del nivel mínimo se ubica por encima del promedio del salario mínimo en México y Centroamérica</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>1, 5, 8</td><td>FB-FR-310a.1
CG-MR-310a.1</td><td>*</td></tr>
<tr><td>202-2</td><td>Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local</td><td></td><td>No Disponible</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>8</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="11">GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016</td></tr>
<tr><td>203-1</td><td>Inversiones en infraestructura y servicios apoyados</td><td>105, 183</td><td colspan="2"><table><tr><th colspan="2">Porcentaje de Inversión Sustentable por Categoría</th></tr><tr><td>a) Renewable Energy</td><td>80.45%</td></tr><tr><td>b) Eficiencia Energética</td><td>4.33%</td></tr><tr><td>c) Reducción de Emisiones</td><td>0.13%</td></tr><tr><td>d) Transportes Sustentables</td><td>0.20%</td></tr><tr><td>e) Cero Residuos y Economía Circular</td><td>0.20%</td></tr><tr><td>f) Gestión de Agua</td><td>14.53%</td></tr><tr><td>g) Conservación y Restauración de Ecosistemas y Biodiversidad</td><td>0.15%</td></tr><tr><td></td><td>100.00%</td></tr></table></td><td></td><td>El ahorro se debe a la implementación de proyectos relacionados al consumo de energía renovable y eficiencia energética.</td><td></td><td></td><td>5, 9, 11</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>203-2</td><td>Impactos económicos indirectos significativos</td><td></td><td colspan="2">https://www.walmex.mx/quienes-somos/</td><td></td><td colspan="2">Nota: Solo se consdieran nuevas posiciones para asociados de Staff y Comercio.</td><td>1,3, 8</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td colspan="11">GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016</td></tr>
<tr><td>204-1</td><td>Proporción de gasto en proveedores locales</td><td>96-104</td><td colspan="2"><table><tr><th>Mercado</th><th>% Presupuesto compra proveedores locales</th></tr><tr><td>Mexico</td><td>92.03%*</td></tr><tr><td>CAM</td><td>88.20%*</td></tr></table></td><td>El plazo medio de pago a proveedores en es de 32 días para México y 33 días en Centroamérica.</td><td colspan="2">En todos los datos de aves, carnes y mariscos de Centroamérica, para la homologación de valores se realiza la conversión de moneda local a dólares con un tipo de cambio definido por cada país.
El término local hace alusión a los términos “región/estado/país” del indicador.</td><td>8</td><td></td><td>*</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 205: Anticorrupción 2016</td></tr>
<tr><td>205-1</td><td>Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción</td><td>152</td><td></td><td>16</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>205-2</td><td>Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción</td><td>152</td><td><table><tr><th></th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr><tr><td>Total de asociados informados sobre las políticas y los procedimientos de Anticorrupción</td><td>197,137</td><td>37,006</td><td>234,143</td></tr></table>
Se comunicaron las políticas y procedimientos de anticorrupción de la compañía al 100% de los miembros del Consejo de Administración activos hasta el 31 de octubre de 2022.

El indicador solo considera información de comunicación de políticas y procedimientos de anticorrupción a miembros del Consejo de Administración Activos hasta el 31 de octubre de 2022.</td><td>16</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td>205-3</td><td>Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas</td><td>151-152</td><td>No hubo casos de corrupción confirmados con asociados ni proveedores durante 2022.</td><td>16</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 206: Competencia desleal 2016</td></tr>
<tr><td>206-1</td><td>Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia</td><td>160</td><td></td><td>16</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 207: Fiscalidad 2019</td></tr>
<tr><td>207-1</td><td>Enfoque fiscal</td><td>200-226</td><td></td><td>1, 10, 17</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>207-2</td><td>Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos</td><td>167</td><td></td><td>1, 10, 17</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>207-3</td><td>Participación de los grupos de interés y gestión de sus inquietudes en materia fiscal</td><td>200-226</td><td></td><td>1, 10, 17</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>207-4</td><td>Presentación de informes país por país</td><td>200-226</td><td></td><td>1, 10, 17</td><td></td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td colspan="7">CAPÍTULO: SUSTENTABILIDAD</td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 301: Materiales 2016</td></tr>
<tr><td>301-1</td><td>Materiales utilizados por peso o volumen</td><td>119</td><td>
<table>
<tr><th>Total de Materiales Consumidos</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Renovable con reciclado</td><td>196,863.17</td><td>2,226.84</td><td>199,090.01</td></tr>
<tr><td>Renovable sin reciclado</td><td>5,661.35</td><td>6,350.06</td><td>12,011.41</td></tr>
<tr><td>No renovable con reciclado</td><td>8,429.99</td><td>-</td><td>8,429.99</td></tr>
<tr><td>No renovable sin reciclado</td><td>61,370.85</td><td>7,187.84</td><td>68,558.69</td></tr>
<tr><td>Total</td><td>272,325.36</td><td>15,764.74</td><td>288,090.10</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Refrigerantes</td><td>189.21</td><td>25.43</td><td>214.64</td></tr>
<tr><td>Químicos de Limpieza</td><td>1,827.68</td><td>151.64</td><td>1,979.32</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Plásticos Consumibles</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Consumo virgen (t)</td><td>19,641.06</td><td>1,742.10</td><td>21,383.16</td></tr>
<tr><td>Consumo reciclado (t)</td><td>8,334.37</td><td>-</td><td>8,334.37</td></tr>
<tr><td>Total</td><td>27,975.43</td><td>1,742.10</td><td>29,717.53</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Plásticos Marketing</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Consumo virgen (t)</td><td>75.00</td><td>25.54</td><td>100.54</td></tr>
<tr><td>Consumo reciclado (t)</td><td>75.00</td><td>-</td><td>75.00</td></tr>
<tr><td>Total</td><td>150.00</td><td>25.54</td><td>175.54</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Tóners</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Consumo virgen (t)</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td>Consumo reciclado (t)</td><td>20.62</td><td>-</td><td>20.62</td></tr>
<tr><td>Total</td><td>20.62</td><td>-</td><td>20.62</td></tr>
</table>
Continúa ...

Las estimaciones de combustibles como gasolina, diésel, gas LP, gas natural y bunker se realizan a partir del gasto generado y los precios promedios publicados por los proveedores por estado o región. Es posible que se incluya el gasto por otros conceptos como costo de servicio, capacidad, distribución y comercialización de los combustibles considerados para el cálculo de estos indicadores.

En México la obtención de los litros de Gasolina se obtienen a partir de los km recorridos promedios por área/ departamento y la eficiencia del motor de AVEO LS SEDAN 4PTAS 1.5L 4CIL 107HP MAN y Marca Italika Tipo Urban Work 125z y Marca Honda Tipo Honda GL 150 cargo.

El consumo de refrigerante se obtiene a partir de la fecha de facturación mas no de la fecha de recarga/utilización.

El valor reportado en el indicador considera los volúmenes de tintas y tóners así como el empaque asociado a los cartuchos de estos.

El volumen de cartón consumible no se presenta dentro de los resultados.</td><td>8, 12</td><td></td><td>*</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>Continúa ...
<table>
<tr><th>Total de Materiales Consumidos</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Papel Consumibles</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Consumo virgen (t)</td><td>4,865.25</td><td>5,617.02</td><td>10,482.27</td></tr>
<tr><td>Consumo reciclado (t)</td><td>196,787.78</td><td>2,226.84</td><td>199,014.62</td></tr>
<tr><td>Total</td><td>201,653.03</td><td>7,843.86</td><td>209,496.89</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Papel Marketing</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Consumo virgen (t)</td><td>676.25</td><td>28.98</td><td>705.23</td></tr>
<tr><td>Consumo reciclado (t)</td><td>0.39</td><td>-</td><td>0.39</td></tr>
<tr><td>Total</td><td>676.64</td><td>28.98</td><td>705.62</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Cartonl Marketing</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Consumo virgen (t)</td><td>-</td><td>704.06</td><td>704.06</td></tr>
<tr><td>Consumo reciclado (t)</td><td>75.00</td><td>-</td><td>75.00</td></tr>
<tr><td>Total</td><td>75.00</td><td>704.06</td><td>779.06</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Madera</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Consumo virgen (t)</td><td>119.85</td><td>-</td><td>119.85</td></tr>
<tr><td>Consumo reciclado (t)</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td>Total</td><td>119.85</td><td>-</td><td>119.85</td></tr>
</table>
El consumo de Papel Marketing Virgen en México proviene de una mezcla de datos estimados y datos con evidencia origen de soporte.

El consumo de Madera Virgen corresponde a Crucetas de Madera para árboles.</td><td>8, 12</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td>301-2</td><td>Insumos reciclados utilizados</td><td>119</td><td></td><td>México: 81.68% de empaques de nuestras marcas son reciclables acorde a la encuesta realizada al 71.91% de los proveedores de Nuestras Marcas.
Centroamérica: 72.72% de empaques de nuestras marcas son reciclables acorde a la encuesta realizada al 75.29% de los proveedores de Nuestras Marcas.</td><td>8, 12</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td>301-3</td><td>Productos y materiales de envasado recuperados</td><td>119</td><td></td><td></td><td>8, 12</td><td></td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 302: Energía 2016</td></tr>
<tr><td>302-1</td><td>Consumo de energía dentro de la organización</td><td>111</td><td>
<table>
<tr><th>Energía Interna</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Energía eléctrica no renovable (GJ)</td><td>3,122,548.71</td><td>1,211,675.46</td><td>4,334,224.46</td></tr>
<tr><td>Energia electrica renovable comprada (GJ)</td><td>5,114,536.84</td><td>-</td><td>5,114,536.84</td></tr>
<tr><td>Energia electrica renovable generada (GJ)</td><td>62,624.20</td><td>31,130.35</td><td>93,754.54</td></tr>
<tr><td>Diésel (GJ)</td><td>145,722.47</td><td>66,787.69</td><td>212,510.16</td></tr>
<tr><td>GAS LP (GJ)</td><td>1,493,615.33</td><td>100,987.44</td><td>1,594,602.76</td></tr>
<tr><td>Gas Natural (GJ)</td><td>304,457.77</td><td></td><td>304,457.57</td></tr>
<tr><td>Gasolina (GJ)</td><td>10,308.91</td><td>16,104.65</td><td>26,413.56</td></tr>
<tr><td>Bunker (GJ)</td><td></td><td>53,918.02</td><td>53,918.02</td></tr>
<tr><td>Jet Fuel (GJ)</td><td></td><td>1,050.69</td><td>1,050.69</td></tr>
<tr><td>Total Energía Interna (Operaciones) (GJ)</td><td>10,253,814.02</td><td>1,481,654.30</td><td>11,735,468.31</td></tr>
</table>
<table>
<tr><th>Energía renovable por tipo</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>energía hidroeléctrica (GJ)</td><td>775,984.31</td><td>-</td><td>775,984.31</td></tr>
<tr><td>energía eléctrica solar (GJ)</td><td>62,624.20</td><td>31,130.35</td><td>93,754.54</td></tr>
<tr><td>energía eléctrica eólica (GJ)</td><td>4,338,552.52</td><td>-</td><td>4,338,552.52</td></tr>
<tr><td>TOTAL Energía Renovable (GJ)</td><td>5,177,161.04</td><td>31,130.35</td><td>5,208,291.38</td></tr>
<tr><td>% Energía Renovable</td><td>62.38%</td><td>2.50%</td><td>54.58%</td></tr>
</table>
Los poderes caloríficos utilizados para la obtención de energía de diésel, gas lp y gasolina corresponden al listado para el año de operación 2021, ya que, el correspondiente al 2022 aún no se ha publicado.

Las estimaciones de combustibles como gasolina, diésel, gas LP, gas natural y bunker se realizan a partir del gasto generado y los precios promedios publicados por los proveedores por estado o región. Es posible que se incluya el gasto por otros conceptos como costo de servicio, capacidad, distribución y comercialización de los combustibles considerados para el cálculo de estos indicadores.
</td><td>7, 8, 12, 13</td><td>FB-FR-110a.1
FB-FR-130a.1
CG-MR-130a.1
CG-EC-130a.1</td><td>*</td></tr>
<tr><td>302-2</td><td>Consumo de energía fuera de la organización</td><td>111</td><td>
<table>
<tr><th>Energía Externa</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>3PL Trucks Diesel (GJ)</td><td>5,569,612.23</td><td>513,594.59</td><td>6,083,206.82</td></tr>
<tr><td>Last Mile Stores & Clubs (GJ)</td><td>138,383.89</td><td></td><td>138,383.89</td></tr>
<tr><td>Last Mile Fulfillment Centers (GJ)</td><td>61,012.56</td><td></td><td>61,012.56</td></tr>
<tr><td>Total Energía Externa (GJ)</td><td>5,769,008.68</td><td>513,594.59</td><td>6,282,603.27</td></tr>
</table>
</td><td></td><td>7, 8, 12, 13</td><td></td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td>302-3</td><td>Intensidad energética</td><td>111</td><td><table>
<tr><th>Intensidad Energética (GJ/m2)</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Intensidad Interna 2022 (GJ/m2)</td><td>0.94</td><td>0.85</td><td>0.93</td></tr>
<tr><td>Intensidad Externa 2022 (GJ/m2)</td><td>0.53</td><td>0.30</td><td>0.50</td></tr>
<tr><td>Intensidad Total 2022 (GJ/m2)</td><td>1.47</td><td>1.15</td><td>1.43</td></tr>
</table></td><td>7, 8, 12, 13</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td>302-4</td><td>Reducción del consumo energético</td><td>111</td><td><table>
<tr><th></th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Reducción/Incremento de consumo energético (GJ)</td><td>890,356.82</td><td>-231,472.80</td><td>658,884.02</td></tr>
<tr><td>% Reducción/Incremento de consumo energético</td><td>5.88%</td><td>-10.40%</td><td>3.80%</td></tr>
</table></td><td>7, 8, 12, 13</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td>302-5</td><td>Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios</td><td></td><td>No aplica debido a que la compañía no manufactura productos</td><td>7, 8, 12, 13</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 303: Agua y efluentes 2018</td></tr>
<tr><td>303-1</td><td>Interacción con el agua como recurso compartido</td><td>126-127</td><td>En México se cuentan con cuentan con 885 Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales que dan servicio a 926 tiendas. Existen unidades de negocio en combo que comparten PTARs.

En Centroamérica se tienen 492 PTARs totales y 2 estan en combo.</td><td>6, 12, 14, 15</td><td>CG-EC-130a.2</td><td>*</td></tr>
<tr><td>303-2</td><td>Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua</td><td>127</td><td></td><td>6, 14</td><td></td><td></td></tr>
</table>

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	NÚMERO PÁGINA	URL Y/O RESPUESTA			ODS	CÓDIGO SASB	VERIFICACIÓN EXTERNA
303-3	Extracción de agua	126-127			En México el volumen total de extraccion de agua reportado considera suministro de agua de la red municipal, pipas y pozos. Nota 1: El volumen de agua de la red municipal es una estimación basada en consumos reales disponibles de aproximadamente 44.18% de las determinantes. La estimacion se base en el volumen de extraccion de agua considerada para cada prototipo de unidad de negocio segun la región y mes del año, la cual a su vez se estima con base en datos historicos reales del mismo prototipo del mismo region. Nota 2: El volumen de agua de pozos se estima al considerar las tiendas que tienen títulos de concesión de extracción de agua de pozos. Es decir el volumen de agua de pozos se calcula siguiendo los criterios descritos en la Nota 1. Se modifica el dato del total de volumen de agua extraída en México en 2021 de 8,410,115 a 8,520,039 m^3 debido a la actualización de volumen de agua obtenida a través de pipas que fue compartida posterior a la publicación de informe 2021. En Centroamérica el volumen de agua estraída es una estimación basada en consumos reales disponibles de aproximadamente 58.5% de las determinantes. La estimacion se base en el volumen de extraccion de agua considerada para cada prototipo de unidad de negocio segun la región y mes del año, la cual a su vez se estima con base en datos historicos reales del mismo prototipo de la misma región.	6, 14	CG-EC-130a.2	*

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td>ESTÁNDAR GRI</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>303-4</td><td>Vertido de agua</td><td>126-127</td><td>
<table>
<tr><th>Agua vertida por destino</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Drenaje Municipal</td><td>8,588,486.69</td><td></td><td>8,588,486.69</td></tr>
<tr><td>Terceros (vactors)</td><td>-</td><td></td><td>-</td></tr>
<tr><td>Reuso</td><td></td><td>36,463.85</td><td>36,463.85</td></tr>
<tr><td>Pipa/Cisterna</td><td></td><td>11,366.03</td><td>11,366.03</td></tr>
<tr><td>Cuerpo receptor</td><td></td><td>567,176.52</td><td>567,176.52</td></tr>
<tr><td>Drenaje Municipal</td><td></td><td>1,396,793.30</td><td>1,396,793.30</td></tr>
<tr><td>Infiltración suelo</td><td></td><td>320,884.65</td><td>320,884.65</td></tr>
<tr><td>Tercero (centro comercial, parque industrial)</td><td></td><td>149,192.35</td><td>149,192.35</td></tr>
<tr><td>Total de m³ de aguas residuales vertidas</td><td>8,588,486.69</td><td>2,481,876.70</td><td>11,070,363.39</td></tr>
</table>
<table>
<tr><th>Total de agua vertida según el tipo de tratamiento (Primario, Secundario y Terciario)</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Primario</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td>Secundario</td><td>3,254,718.36</td><td>1,471,762.34</td><td>4,726,480.70</td></tr>
<tr><td>Terciario</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td>Sin tratamiento</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr>
</table>
El volumen de agua vertida se calcula con base en un balance hídrico segun la metología CDP Water Security, donde el total de agua vertida es igual al total de agua extraída menos consumos. Al no reportar los consumos, el volumen de agua vertida es igual al de agua extraída.
En 2022 adoptamos la metodología CDP Water Security para reporte de agua. Anteriormente, se reportaba como vertidos solo el excedente de agua residual tratada.

El volumen de agua vertida en zonas de estrés hídrico se calcula como un balance hídrico seún la metogología CDP Water Security. Zonas de estrés hidrico están identificadas de acuerdo con CONAGUA.

En México el 3% de tiendas usaron el servicio de tercero para desalojo de aguas residuales en 2022, sin embargo, no se cuenta con la informacion de volumen de agua desalojada con un tercero.

En Centroamérica existen 9 tiendas que abrieron a finales de 2022 que no registran extracción de agua y por lo tanto no se registra vertido de agua.</td><td>6, 14</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td>303-5</td><td>Consumo de agua</td><td>126-127</td><td></td><td>En México se esta considerando el consumo hídrico como cero, ya que se calcula con base en balance hídrico segun la metología CDP Water Security, donde el total de agua vertida es igual al total de agua extraída menos consumos. Actualmente no contamos con la estimacion de agua que se absorbe en los procesos de productivos (panadería, tortillería, cocina, etc.) en nuestras unidades de negocio, por lo cual reportamos consumos en cero.
En 2022 adoptamos la metodología de CDP Water Security para reporte de agua. Anteriormente, se reportaba como consumo el agua extraída

En Centroamérica el volumen de agua consumida reportado es una estimación basada en el 10% sobre el agua extraída. Con base en la referencia del libro Ingeniería de Aguas Residuales (Metcalf and Eddy, pág. 33), se toma un factor de 0.9 para estimar el volumen de agua residual vertida y por tanto la diferencia corresponde al agua consumida en las operaciones de las unidades de negocio (factor de 0.1 o 10% sobre el agua extraída).</td><td>6, 14</td><td>CG-EC-130a.2</td><td>*</td></tr>
</table>

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	NÚMERO PÁGINA	URL Y/O RESPUESTA			ODS	CÓDIGO SASB	VERIFICACIÓN EXTERNA
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	155			CeDis Rancheria Marín - El proyecto se ubica en un predio rústico en carretera Coatzacoalcos-Villahermosa, en el tramo Cárdenas-Villahermosa en el kilómetro 141+320 al 141+515 lado derecho ruta 180, en el Municipio Cunduacán, Tabasco Con un área total de 236.930,59 m2 y 140,180 m2 de sitio operativo.	6, 14, 15		*
304-2	Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad	155				6, 14, 15		*
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	155				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	155			Las actividades de Walmart se guían únicamente por el marco legal mexicano aplicable para cada una de sus actividades.	6, 14, 15		*

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 305: Emisiones 2016</td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 3: Temas Materiales 2021</td></tr>
<tr><td>3-3</td><td>Gestión de los temas materiales</td><td>66</td><td>https://files.walmex.mx/upload/files/2021/es/anual/ASG/Walmex_Materialidad_2021.pdf</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>305-1</td><td>Emisiones directas de GEI (alcance 1)</td><td>110</td><td>
<table>
<tr><th>Emisiones de Refrigerantes (ton CO_2e)</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>R-22</td><td>2,736.72</td><td>62.40</td><td>2,799.12</td></tr>
<tr><td>R-134</td><td>799.37</td><td>28.79</td><td>828.16</td></tr>
<tr><td>R-141 b</td><td>58.00</td><td>-</td><td>58.00</td></tr>
<tr><td>R-290</td><td>0.02</td><td>0.02</td><td>0.04</td></tr>
<tr><td>R-404 A</td><td>616,737.17</td><td>88,650.70</td><td>705,387.87</td></tr>
<tr><td>R-410</td><td>27,929.09</td><td>377.42</td><td>28,306.51</td></tr>
<tr><td>R-448</td><td>8,289.78</td><td>318.74</td><td>8,608.51</td></tr>
<tr><td>R-1233zd</td><td>0.82</td><td>-</td><td>0.82</td></tr>
<tr><td>SF80</td><td>0.05</td><td>-</td><td>0.05</td></tr>
<tr><td>R-507</td><td>569.86</td><td>43.38</td><td>613.24</td></tr>
<tr><td>Ammonia</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td>R-438A</td><td>-</td><td>147.09</td><td>147.09</td></tr>
<tr><td>R-407A</td><td>-</td><td>4,683.03</td><td>4,683.03</td></tr>
<tr><td>R-428A</td><td>-</td><td>117.80</td><td>117.80</td></tr>
<tr><td>TOTAL</td><td>657,120.86</td><td>94,429.37</td><td>751,550.23</td></tr>
</table>
<table>
<tr><th>Emisiones generadas por el consumo de combustibles (ton CO_2e)</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>GAS LP</td><td>94,328.53</td><td>5,958.00</td><td>100,286.53</td></tr>
<tr><td>GAS Natural</td><td>17,096.66</td><td>-</td><td>17,096.66</td></tr>
<tr><td>Gasolina</td><td>743.48</td><td>1,118.67</td><td>1,862.15</td></tr>
<tr><td>Diesel</td><td>10,833.45</td><td>4,742.15</td><td>15,575.60</td></tr>
<tr><td>Búnker</td><td></td><td>3,945.67</td><td>3,945.67</td></tr>
<tr><td>Jet Fuel</td><td></td><td>80.71</td><td>80.71</td></tr>
<tr><td>TOTAL</td><td>123,002.12</td><td>15,845.28</td><td>138,847.28</td></tr>
</table>
Las estimaciones de combustibles se realizan a partir del gasto generado y los precios promedios publicados por los proveedores por estado o región. Es posible que se incluya el gasto por otros conceptos como costo de servicio, capacidad, distribución y comercialización de los combustibles considerados para el cálculo de estos indicadores.

En México los poderes caloríficos utilizados para la obtención de energía de diésel, gas lp y gasolina corresponden al listado para el año de operación 2021, ya que, el correspondiente al 2022 aún no se ha publicado.

En Centroamérica para el calculo de emisiones GEI por consumo de diésel en fuentes estacionarias utilizan el factor de emisión de CO_2 para fuente estacionaria y los factores de emisión de CH_4 y N_2O para fuentes móviles de la EPA. Para el calculo de emisiones GEI por consumo de turbosina en fuentes móviles utilizan el factor de emisión de CO_2 para fuentes móviles y los factores de emisión de CH_4 y N_2O para fuentes estacionarias de la EPA.

En México la obtención de los litros de Gasolina se obtienen a partir de los km recorridos promedios por área/departamento y la eficiencia del motor de AVEO LS SEDAN 4PTAS 1.5L 4CIL 107HP MAN y Marca Italika Tipo Urban Work 125z y Marca Honda Tipo Honda GL 150 cargo.

El consumo de refrigerante se obtiene a partir de la fecha de facturación mas no de la fecha de recarga/utilización.
</td><td>3, 12, 13, 14, 15</td><td>FB-FR-110b.1</td><td>*</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td>305-2</td><td>Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)</td><td>111</td><td><table><tr><th>Emisiones por Alcance (ton CO_2e)</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr><tr><td>Emisiones Alcance 2</td><td>377,310.99</td><td>66,125.43</td><td>443,436.41</td></tr></table></td><td>3, 12, 13, 14, 15</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td>305-3</td><td>Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)</td><td>112</td><td>Las emisiones de alcance 3 por transportes CeDis-Tiendas se calcularon con base en los datos de litros de combustibles consumidos y se actualizó el dato del 2021 considerando la misma metodología para fines comparativos.

Para autos utilitarios (asignados) se realiza el cálculo de km con un supuesto de distancia entre tienda y hogar del usuario.

Para los autos utilitarios de la compañía para la distribución de productos contempla los km recorridos de las categorías “CeDis-tiendas, Last Miles Tiendas y Last Miles FC”

Se consideran únicamente los viajes de negocios realizados por asociados por medio de trasporte aéreo comercial y privados.</td><td>3, 12, 13, 14, 15</td><td>CG-EC-410a.1
CG-EC-410a.2
FB-FR-000.D
FB-FR-000.C</td><td>*</td></tr>
<tr><td>305-4</td><td>Intensidad de las emisiones de GEI</td><td>109</td><td><table><tr><th>Emisiones por Alcance (ton CO_2e)</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr><tr><td>Emisiones Alcance 1</td><td>780,123.00</td><td>110,274.65</td><td>890,397.65</td></tr><tr><td>Emisiones Alcance 2</td><td>377,310.99</td><td>66,125.43</td><td>443,436.41</td></tr><tr><td>Emisiones Alcance 3</td><td>440,941.73</td><td>45,659.19</td><td>486,600.93</td></tr><tr><td>Emisiones Totales (Alcances 1,2,3)</td><td>1,598,375.72</td><td>222,059.27</td><td>1,820,434.99</td></tr></table><table><tr><th>Intensidad de emisiones GEI</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr><tr><td>Intensidad Alcance 1 (ton/m^2)</td><td>0.07</td><td>0.06</td><td>0.07</td></tr><tr><td>Intensidad Alcance 2 (ton/m^2)</td><td>0.03</td><td>0.04</td><td>0.04</td></tr><tr><td>Intensidad Alcance 1 &2 2022 (ton/m^2)</td><td>0.11</td><td>0.10</td><td>0.11</td></tr></table><table><tr><th>Disminución/incremento en INTENSIDAD de emisiones GEI Alcance 1 & 2 (ton/m^2) vs el año anterior (%)</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr><tr><td>Cambio Intensidad Alcance 1 (ton/m^2) vs. LY</td><td>-14.26%</td><td>22.40%</td><td>-10.86%</td></tr><tr><td>Cambio Intensidad Alcance 2 (ton/m^2) vs. LY</td><td>-0.94%</td><td>0.80%</td><td>-0.70%</td></tr><tr><td>Cambio Intensidad Alcance 1&2 (ton/m^2) vs. LY</td><td>-10.33%</td><td>13.30%</td><td>-7.72%</td></tr></table></td><td>13, 14, 15</td><td>FB-FR-110b.3</td><td>*</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td>305-5</td><td>Reducción de las emisiones de GEI</td><td>109</td><td>
<table>
<tr><th>Disminución/ incremento del total de emisiones GEI por alcance 1,2,3; de sus operaciones vs el año anterior (%)</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Var Emisiones Alcance 1</td><td>-11.82%</td><td>23.01%</td><td>-8.61%</td></tr>
<tr><td>Var Emisiones Alcance 2</td><td>1.89%</td><td>1.30%</td><td>1.80%</td></tr>
<tr><td>Var Emisiones Alcance 3</td><td>5.34%</td><td>-21.45%</td><td>2.08%</td></tr>
<tr><td>Var Emisiones Totales (Alcances 1,2,3) vs. LY</td><td>-4.49%</td><td>4.23%</td><td>-3.51%</td></tr>
</table>
</td><td>13, 14, 15</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td>305-6</td><td>Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS)</td><td></td><td>
<table>
<tr><th></th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Refrigerantes con CERO potencial de agotamiento de la capa de ozono (ton)</td><td>187.62</td><td>25.39</td><td>213.01</td></tr>
<tr><td>% vs Total Refrigerantes</td><td>99.16%</td><td>99.86%</td><td>99.24%</td></tr>
</table>
<table>
<tr><th></th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Emisiones de R-22 (ton)</td><td>1.51</td><td>0.03</td><td>1.54</td></tr>
</table>
</td><td>3, 12</td><td>FB-FR-110b.2</td><td></td></tr>
<tr><td>305-7</td><td>Óxidos de nitrógeno (Nox), óxidos de azufre (Sox) y otras emisiones significativas al aire</td><td></td><td>No aplica</td><td>3, 12, 14, 15</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 306: Residuos 2020</td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 3: Temas Materiales 2021</td></tr>
<tr><td>3-3</td><td>Gestión de los temas materiales</td><td>66</td><td>https://files.walmex.mx/upload/files/2021/es/anual/ASG/Walmex_Materialidad_2021.pdf</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>306-1</td><td>Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos</td><td>116-118</td><td></td><td>1, 3, 12</td><td>FB-FR-150a.1</td><td></td></tr>
<tr><td>306-2</td><td>Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos</td><td>116-118</td><td></td><td>3, 12</td><td></td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td>306-3</td><td>Residuos generados</td><td>116-118</td><td><table><tr><th>Total generado (t)</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr><tr><td>Peligroso</td><td>521.53</td><td>65.29</td><td>586.82</td></tr><tr><td>No Peligroso Orgánico</td><td>270,399.32</td><td>67,349.04</td><td>337,748.36</td></tr><tr><td>No Peligroso Inorgánico</td><td>367,432.47</td><td>41,700.07</td><td>409,132.54</td></tr><tr><td>Sanitarios</td><td>1,929.91</td><td>-</td><td>1,929.91</td></tr><tr><td>TOTAL Generado</td><td>640,283.23</td><td>109,114.40</td><td>749,397.63</td></tr></table>El dato de este indicador contiene valores estimados.</td><td>3, 12</td><td>FB-FR-150a.1</td><td>*</td></tr>
<tr><td>306-4</td><td>Residuos no destinados a eliminación</td><td>116-118</td><td><table><tr><th>Desviado de Rellenos Sanitarios (t)</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr><tr><td>Peligroso</td><td>436.95</td><td>65.29</td><td>502.24</td></tr><tr><td>No Peligroso Orgánico</td><td>201,651.23</td><td>22,870.56</td><td>224,521.79</td></tr><tr><td>No Peligroso Inorgánico</td><td>313,107.00</td><td>41,700.07</td><td>354,807.07</td></tr><tr><td>Sanitarios</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>TOTAL Desviado</td><td>515,195.18</td><td>64,635.92</td><td>579,831.10</td></tr></table></td><td>3, 6, 12</td><td>FB-FR-150a.1</td><td>*</td></tr>
<tr><td>306-5</td><td>Residuos destinados a eliminación</td><td>116-118</td><td><table><tr><th>Residuos Incinerados o Enviados a Relleno Sanitario (t)</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr><tr><td>Peligroso</td><td>84.58</td><td>-</td><td>84.58</td></tr><tr><td>No Peligroso Orgánico</td><td>68,748.09</td><td>44,478.48</td><td>113,226.57</td></tr><tr><td>No Peligroso Inorgánico</td><td>54,325.47</td><td>-</td><td>54,325.47</td></tr><tr><td>Sanitarios</td><td>1,929.91</td><td>-</td><td>1,929.91</td></tr><tr><td>TOTAL Incinerado o Relleno Sanitario</td><td>125,088.05</td><td>44,478.48</td><td>169,566.53</td></tr></table></td><td>6</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td></td><td>Planteamiento de estrategias para reducir el impacto ambiental de los empaques</td><td>115, 119, 128</td><td></td><td></td><td>CG-MR-410a.3
FB-FR-430a.4</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016</td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 3: Temas Materiales 2021</td></tr>
<tr><td>3-3</td><td>Gestión de los temas materiales</td><td>66</td><td>https://files.walmex.mx/upload/files/2021/es/anual/ASG/Walmex_Materialidad_2021.pdf</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>308-1</td><td>Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales</td><td>162-165</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th colspan="4">URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td>308-2</td><td>Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas</td><td>162-165</td><td colspan="3"></td><td>Centroamérica:
Para abastecimiento responsable de Papel, Pulpa y Madera sólo el 30.23% del total de proveedores relacionados con este indicador contribuyen al dato reportado.
Para abastecimiento responsable de Aceite de Palma sólo el 38.98% del total de proveedores relacionados con este indicador contribuyen al dato reportado.</td><td></td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td colspan="10">Bienestar animal</td></tr>
<tr><td></td><td>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</td><td>128</td><td colspan="5"></td><td></td><td>FB-FR-430a.2</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="10">CAPÍTULOS: HABILITADORES, OPORTUNIDAD, COMUNIDAD Y ÉTICA E INTEGRIDAD</td></tr>
<tr><td colspan="10">GRI 401: Empleo 2016</td></tr>
<tr><td colspan="10">GRI 3: Temas Materiales 2021</td></tr>
<tr><td>3-3</td><td>Gestión de los temas materiales</td><td>66</td><td colspan="5">https://files.walmex.mx/upload/files/2021/es/anual/ASG/Walmex_Materialidad_2021.pdf</td><td></td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td>401-1</td><td>Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal</td><td>73-75</td><td colspan="3"><table>
<tr><th></th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Voluntaria</td><td>33.38%</td><td>22.99%</td><td>31.43%</td></tr>
<tr><td>Involuntaria</td><td>5.48%</td><td>9.13%</td><td>6.11%</td></tr>
<tr><td>Total</td><td>38.87%</td><td>31.12%</td><td>37.54%</td></tr>
<tr><td>Tiendas Voluntaria</td><td>36.03%</td><td>23.50%</td><td>34.03%</td></tr>
<tr><td>Tiendas Involuntaria</td><td>5.26%</td><td>9.70%</td><td>7.02%</td></tr>
<tr><td>CeDis Voluntaria</td><td>21.25%</td><td>20.10%</td><td>21.19%</td></tr>
<tr><td>CeDis Involuntaria</td><td>8.47%</td><td>10.50%</td><td>10.04%</td></tr>
<tr><td>Tienda y CeDis Voluntaria</td><td>28.64%</td><td>35.60%</td><td>27.61%</td></tr>
<tr><td>Tienda y CeDis Involuntaria</td><td>6.86%</td><td>16.50%</td><td>8.53%</td></tr>
</table></td><td>Para nuevos asociados se consdieran los asociados nuevos y los asociados recontratados.
En los indicadores de rotación, solo son considerados los contratos permanentes, algunas categorías de bajas no son incluidas.</td><td></td><td></td><td>5, 8, 10</td><td>CG-MR-310a.2
CG-EC-330a.2</td><td>*</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td>401-2</td><td>Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales</td><td>83-87</td><td></td><td>3, 5, 8</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>401-3</td><td>Permiso parental</td><td>87</td><td>
<table>
<tr><td></td><td colspan="8">MEXCAM</td></tr>
<tr><td>Asociados que:</td><td colspan="2">Hombres</td><td colspan="2">Mujeres</td><td>Total</td><td colspan="2">%</td></tr>
<tr><td>Tienen derecho a permiso parental</td><td>105962</td><td>45.40%</td><td>127445</td><td>54.60%</td><td>233407</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>Ejercieron su derecho a permiso parental</td><td>71</td><td>2.39%</td><td>2902</td><td>97.61%</td><td>2973</td><td>1.27%</td><td>vs. Tienen derecho</td></tr>
<tr><td>Regresaron después del permiso parental</td><td>70</td><td>2.89%</td><td>2356</td><td>97.11%</td><td>2426</td><td>81.60%</td><td>vs. Ejercieron su derecho</td></tr>
<tr><td>Fueron retenidos 12 meses después de regresar al trabajo tras un permiso parental</td><td>64</td><td>3.03%</td><td>2050</td><td>96.97%</td><td>2114</td><td>87.14%</td><td>vs. Regresaron despues del permiso</td></tr>
</table>
</td><td>5, 8</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 402: Relaciones trabajador-empresa 2016</td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 3: Temas Materiales 2021</td></tr>
<tr><td>3-3</td><td>Gestión de los temas materiales</td><td>66</td><td>https://files.walmex.mx/upload/files/2021/es/anual/ASG/Walmex_Materialidad_2021.pdf</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>402-1</td><td>Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales</td><td>159</td><td>Cumplimos con la legislación laboral aplicable.</td><td>8</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Número de paros laborales y total de días inactivos</td><td></td><td></td><td></td><td>FB-FR-310a.3</td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td></td><td>Compromiso de asociados, en forma porcentual</td><td>81</td><td>
<table>
<tr><th>% Índice Compromiso</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Hombres</td><td>86%</td><td>91%</td><td>87%</td></tr>
<tr><td>Mujeres</td><td>85%</td><td>91%</td><td>86%</td></tr>
<tr><td>Total</td><td>86%</td><td>91%</td><td>86%</td></tr>
</table>
<table>
<tr><th colspan="2">MEXCAM</th></tr>
<tr><th>Generación</th><th>% Índice Compromiso</th></tr>
<tr><td>Tradicionalistas</td><td>87%</td></tr>
<tr><td>Baby Boomers</td><td>91%</td></tr>
<tr><td>Generación X</td><td>87%</td></tr>
<tr><td>Generación Y</td><td>86%</td></tr>
<tr><td>Generación Z</td><td>85%</td></tr>
<tr><td>Total</td><td>86%</td></tr>
</table>
<table>
<tr><th colspan="2">MEXCAM</th></tr>
<tr><th>Nivel</th><th>% Índice Compromiso</th></tr>
<tr><td>VP</td><td>95%</td></tr>
<tr><td>Director</td><td>91%</td></tr>
<tr><td>Subdirector</td><td>91%</td></tr>
<tr><td>Gerente</td><td>93%</td></tr>
<tr><td>Subgerente</td><td>92%</td></tr>
<tr><td>Jefatura</td><td>90%</td></tr>
<tr><td>Línea</td><td>85%</td></tr>
<tr><td>Total</td><td>86%</td></tr>
</table>
Para las encuestas son elegibles todos los asociados(as) de planta o fijos con antigüedad de 2 meses de todas las áreas y niveles (encuesta a nivel compañía)
La metodología utilizada para calcular el índice de compromiso es un promedio de siete preguntas:
1) mi trabajo hace una diferencia para mejorar la calidad de vida de las familias de México y Centroamérica;
2) Me siento parte de mi equipo;
3) Mis ideas y sugerencias se toman en cuenta;
4) Mi jefe inmediato me da retroalimentación efectiva y oportuna sobre mi desempeño;
5) Mi jefe inmediato vive nuestros valores y comportamientos;
6) Creo que la compañía toma las mejores decisiones para sus asociados;
7) Me siento libre de ser yo mismo en mi trabajo todos los días</td><td></td><td>CG-EC-330a.1</td><td>*</td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018</td></tr>
<tr><td>403-1</td><td>Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo</td><td>146-148</td><td></td><td>8</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>403-2</td><td>Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes</td><td>146-148</td><td></td><td>8</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>403-3</td><td>Servicios de salud en el trabajo</td><td>83-87</td><td></td><td>8</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>403-4</td><td>Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo</td><td>146-148</td><td></td><td>8, 16</td><td></td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td>403-5</td><td>Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo</td><td>146</td><td><table>
<tr><th></th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Indica el número de capacitaciones en seguridad y salud</td><td>276,369</td><td>7</td><td>276,376</td></tr>
<tr><td>Indique el número de asociados capacitados en seguridad y salud</td><td>155,601</td><td>8,505</td><td>164,106</td></tr>
<tr><td>Indica el total de horas de capacitación en salud y seguridad</td><td>772,014.00</td><td>30,174.92</td><td>802,188.92</td></tr>
<tr><td>Indique el promedio de horas de formación en Seguridad y Salud por empleado. (Horas Totales/Empleados Totales)</td><td>4.96</td><td>3.55</td><td>4.25</td></tr>
</table></td><td>8</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td>403-6</td><td>Promoción de la salud de los trabajadores</td><td>83-87</td><td></td><td>3</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>403-7</td><td>Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales</td><td>146-148</td><td><table>
<tr><th></th><th>MEX</th><th>CAM</th></tr>
<tr><td>Reducción de accidentes vs el año pasado</td><td>-7.80%</td><td>-23.00%</td></tr>
<tr><td>Reducción de accidentes de asociados vs el año pasado</td><td>-4.50%</td><td>-27.40%</td></tr>
<tr><td>Reducción de accidentes de clientes vs el año pasado</td><td>-15.00%</td><td>-20.97%</td></tr>
<tr><td>Reducción de accidentes de contratistas/proveedores vs el año pasado</td><td></td><td>-14.00%</td></tr>
</table>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, S&H- MEX se encuentran 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 .</td><td>8</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>403-8</td><td>Cobertura del sistema de gestión de la salud y de la seguridad en el trabajo</td><td>146-148</td><td></td><td>8</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>403-9</td><td>Lesiones por accidente laboral</td><td>146</td><td></td><td>3, 8, 16</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td>403-10</td><td>Las dolencias y enfermedades laborales</td><td>146-148</td><td>Información confidencial</td><td>3, 8, 16</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 404: Formación y educación 2016</td></tr>
<tr><td colspan="7">GRI 3: Temas Materiales 2021</td></tr>
<tr><td>3-3</td><td>Gestión de los temas materiales</td><td>66</td><td>https://files.walmex.mx/upload/files/2021/es/anual/ASG/Walmex_Materialidad_2021.pdf</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th colspan="3">URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td>404-1</td><td>Promedio de horas de formación al año por empleado</td><td>76</td><td colspan="2"></td><td>Horas de capacitación promedio por asociado.
MEX: 18.14 h
CAM: 2.70 h
MEXCAM: 16.18 h

Inversión promedio en capacitación por asociado (MXN)
MEX: $143.85
CAM: $79.69
MEXCAM: $135.68</td><td>Este indicador considera al personal activo y no activo a lo largo de 2022.</td><td>4, 8, 10</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td>404-2</td><td>Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición</td><td>77-79</td><td colspan="2"></td><td></td><td>Tipo de Cambio utilizado: $20.1132 MXN/USD para cálculos de inversión en capacitación.</td><td>8</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>404-3</td><td>Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera</td><td>80, 81, 89</td><td colspan="2">
<table>
<tr><th></th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>% De posiciones cubiertas por candidatos internos</td><td>27.49%</td><td>17.92%</td><td>25.97%</td></tr>
</table>
<table>
<tr><th></th><th colspan="5">MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Nivel</td><td colspan="2">Hombres Promovidos</td><td colspan="2">Mujeres Promovidas</td><td>Total</td></tr>
<tr><td>VP</td><td>-</td><td>0%</td><td>-</td><td>0%</td><td>-</td></tr>
<tr><td>Director</td><td>7</td><td>50%</td><td>7</td><td>50%</td><td>14</td></tr>
<tr><td>Subdirector</td><td>42</td><td>68%</td><td>20</td><td>32%</td><td>62</td></tr>
<tr><td>Gerente Divisional</td><td>-</td><td>0%</td><td>-</td><td>0%</td><td>-</td></tr>
<tr><td>Gerente</td><td>327</td><td>53%</td><td>295</td><td>47%</td><td>622</td></tr>
<tr><td>Subgerente</td><td>1,093</td><td>49%</td><td>1,141</td><td>51%</td><td>2,234</td></tr>
<tr><td>Departamental</td><td>2,569</td><td>43%</td><td>3,446</td><td>57%</td><td>6,015</td></tr>
<tr><td>Línea</td><td>8,406</td><td>45%</td><td>10,420</td><td>55%</td><td>18,826</td></tr>
<tr><td>Total</td><td>12,444</td><td>45%</td><td>15,329</td><td>55%</td><td>27,773.00</td></tr>
</table>
<table>
<tr><th></th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Total de asociados evaluados</td><td>25,716</td><td>2,097</td><td>27,813</td></tr>
</table>
</td><td>Este indicador solo considera a los asociados con contrato Permanente con por lo menos un año en la empresa.

Se considera el total de promociones, incluyendo a los asociados que pueden tener más de una promoción durante el año.</td><td>5, 8, 10</td><td></td><td>*</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th></th><th></th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td colspan="9">GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016</td></tr>
<tr><td>405-1</td><td>Diversidad de órganos de gobierno y empleados</td><td>72-75, 88-90, 166-167</td><td colspan="2"><table><tr><th></th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr><tr><td>% de Representación Femenina en el top 10% salarial</td><td>47.63%</td><td>45.44%</td><td>47.29%</td></tr></table></td><td>95.36% de los gerentes completaron su capacitación sobre Diversidad e Inclusión relacionado a Sesgos de Género.</td><td>Los cuartiles se encuentran al alinear la remuneración global de todos los empleados permanentes de tiempo completo de mayor a menor, luego dividir la población total en cuatro partes iguales. Los empleados de máxima remuneración son el cuartil superior, seguido por el cuartil superior intermedio, el cuartil inferior intermedio y el cuartil inferior, respectivamente.

El top 10% se encuentran al alinear la remuneración global de todos los empleados de mayor a menor, luego dividir la población total en diez partes iguales. El top 10% es la división con mayor remuneración.</td><td>5, 8</td><td>CG-MR-330a.1
CG-EC-330a.3</td><td>*</td></tr>
<tr><td>405-2</td><td>Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres</td><td>90</td><td colspan="2">Información confidencial</td><td></td><td>5, 8, 10</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td colspan="9">GRI 406: No discriminación 2016</td></tr>
<tr><td>406-1</td><td>Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas</td><td>95, 151</td><td colspan="2"></td><td></td><td>5, 8</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="9">GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016</td></tr>
<tr><td>407-1</td><td>Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo</td><td>82</td><td colspan="2">En México el 61.60% de los empleados cuentan con un contrato colectivo, es decir el 100% de los asociados elegibles de acuerdo con la ley.</td><td></td><td>8</td><td>FB-FR-310a.2</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="9">GRI 408: Trabajo infantil 2016</td></tr>
<tr><td>408-1</td><td>Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil</td><td>159, 162-163</td><td colspan="2"></td><td></td><td>8, 16</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="9">GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016</td></tr>
<tr><td>409-1</td><td>Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio</td><td>159, 162-163, 82</td><td colspan="2"></td><td></td><td>8</td><td></td><td></td></tr>
</table>

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	NÚMERO PÁGINA	URL Y/O RESPUESTA	ODS	CÓDIGO SASB	VERIFICACIÓN EXTERNA
GRI 410: Prácticas en materia de seguridad 2016						
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	169		16		
GRI 411: Derechos de los pueblos indígenas 2016						
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	169	En 2022 no se reportó ningun caso de violación de los derechos de los pueblos indígenas.	2		
GRI 413: Comunidades locales 2016						
GRI 3: Temas Materiales 2021						
3-3	Gestión de los temas materiales	66	https://files.walmex.mx/upload/files/2021/es/anual/ASG/Walmex_Materialidad_2021.pdf			
413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	133, 135-140	El dato de kg puede variar debido a la medición por BAEs que no tiene basculas para pesar. Por el factor tarima, rpc, y el carton usado por las organizaciones para pesar las donaciones y por mermas en la logistica de las donaciones. Para estimar los beneficiarios en el programa de desastres naturales se considera a 4.5 integrantes de familia por despensa otorgada.			*
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos -reales o potenciales- en las comunidades locales		En México, hubo 100 reclamaciones de impacto social atendidas por el área Apoyo a la Comunidad.	1,2		
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016						
GRI 3: Temas Materiales 2021						
3-3	Gestión de los temas materiales	66	https://files.walmex.mx/upload/files/2021/es/anual/ASG/Walmex_Materialidad_2021.pdf			
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	162-165	En México el 3.78% de proveedores nuevos fueron seleccionados mediante criterios sociales, mientras que en Centroamérica fue el 3.68%. Para el informe 2022 se modifica el metodo de consolidado de la información, haciendo una diferencia entre provedores activos e inactivos durante en año de reporte.	5, 8, 16		
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	162-165		5, 8, 16		

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th colspan="4">URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td colspan="10">GRI 415: Política pública 2016</td></tr>
<tr><td>415-1</td><td>Contribución a partidos y/o representantes políticos</td><td></td><td colspan="4">Las contribuciones políticas están totalmente prohibidas por la política Anticorrupción de la compañía.</td><td>16</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="10">GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016</td></tr>
<tr><td colspan="10">GRI 3: Temas Materiales 2021</td></tr>
<tr><td>3-3</td><td>Gestión de los temas materiales</td><td>66</td><td colspan="4">https://files.walmex.mx/upload/files/2021/es/anual/ASG/Walmex_Materialidad_2021.pdf</td><td></td><td>FB-FR-260a.2</td><td></td></tr>
<tr><td>416-1</td><td>Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad</td><td>156, 158</td><td>
<table>
<tr><th colspan="2">MEXCAM</th></tr>
<tr><th>Pregunta</th><th>Respuesta</th></tr>
<tr><td>Número de proveedores Medimart</td><td>45</td></tr>
<tr><td>Número de plantas de Medimart</td><td>68</td></tr>
<tr><td>Número de auditorías finalizadas</td><td>20</td></tr>
<tr><td>Número de auditorías on going</td><td>2</td></tr>
<tr><td>Número de auditorías no aprobadas pendientes de reauditoría</td><td>3</td></tr>
<tr><td>Número de auditorías pendientes</td><td>1</td></tr>
</table>
</td><td>Total de inspecciones a CeDis (al sistema de seguridad alimentaria) en México: 61,583

Identificación de especie en nuestra materia prima cárnica y de productos de cocina:
-México: 12
-Centroamérica: 1,649

Número de análisis de fraude alimentario para la verificación de la integridad de los Ingredientes de los productos de marca propia de miel, leche, aceite de oliva, jugos 100% naturales y café:
-México: 24
-Centroamérica: 9

Validación de certificados de productos comercializados como Orgánicos
-México: 169
-Centroamérica: 1

Análisis con laboratorios externos acreditados para validación de certificados de bebidas alcohólicas
-México: 385
-Centroamérica: 3</td><td colspan="2">La palabra plantas se traduce como instalaciones, es por eso que se suman, tanto los almacenes, como las plantas a establecimientos a auditar.</td><td></td><td>CG-MR-410a.2</td><td>*</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th>URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td>416-2</td><td>Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad</td><td>156, 158</td><td>
<table>
<tr><th></th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios</td><td>2,910</td><td>137</td><td>3,047</td></tr>
</table>
<table>
<tr><th>Total de Quejas ante institución que protege al consumidor</th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>Total</th></tr>
<tr><td>TOTAL</td><td>3,098</td><td>196</td><td>3,294</td></tr>
</table>
Visitas PROFECO en México: 468
Se tuvieron visitas aleatorias y por operativo, teniendo la mayor incidencia: Revisión de tickets, falta de precio, producto caduco, cobro de 2.3% por pago con tarjeta y revisión de noms.

Visitas de autoridad Sanitaria Mexico: 2,713
El área de legal operaciones tiene contabilizadas 2,713 visitas totales en las materias de salud y farmacia, el detalle de dichas visitas se encuentra disponible en el control de visitas legal operaciones 2023

Visitas de autoridad Sanitaria Centroamérica: 417
El número de visitas corresponde a las inspecciones que las autoridades han realizado en las instalaciones de Walmart: 275 visitas sin observaciones, 49 visitas advisory, 43 visitas con observaciones, 45 visitas con violaciones y 5 visitas con aplicación de multa.
</td><td>16</td><td></td><td>*</td></tr>
<tr><td></td><td>Tasa de incumplimiento a la inocuidad alimentaria de alto riesgo</td><td>153</td><td></td><td></td><td>FB-FR-250a.1</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Número de retiros de mercado, número de unidades retiradas, porcentaje de unidades retiradas que son productos de marcas propias</td><td></td><td>
<table>
<tr><th></th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr>
<tr><td>Total de SKUs retirados</td><td>2,215</td><td>167</td><td>2,382</td></tr>
</table>
Se reporta el número de eventos de retiro de productos y la cantidad de SKUs retirados.*

En Centroamérica hubo 17 Retiros Clase I (Alimentos). De los cuales, 10 fueron por productos de Marca Privada.*
Y la información con la que se complementa:

Las diferentes áreas de Cumplimiento han establecido Políticas, procedimientos, manuales, SOP (Procedimientos Estándares de Operación por sus siglas en ingles), etc. los cuales han permitido a la compañía mitigar el riesgo de tener productos “No Aptos para la Venta” en piso. Existe un procedimiento para la notificación y retiro de productos.

El solicitante realiza un llenado de formulario para el retiro de producto a través de la herramienta de SIGO - El equipo de Cumplimiento - Seguridad de los Alimentos; prepara el correo con la información indicada en la solicitud y corrobora dicha información. El equipo de Cumplimiento - Seguridad de los Alimentos envía el correo a SAC (Servicio de Atención al Cliente) - El equipo de SAC se encarga de enviar el correo a aquellas tiendas donde aplica el retiro de producto.
</td><td></td><td>FB-FR-250a.2</td><td>*</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>ESTÁNDAR GRI</th><th>DESCRIPCIÓN</th><th>NÚMERO PÁGINA</th><th colspan="5">URL Y/O RESPUESTA</th><th>ODS</th><th>CÓDIGO SASB</th><th>VERIFICACIÓN EXTERNA</th></tr>
<tr><td></td><td>Planteamiento del proceso para identificar y administrar productos e ingredientes relacionados con los intereses de nutrición y salud de los consumidores</td><td>134</td><td colspan="5"></td><td></td><td>FB-FR-260a.2</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="11">GRI 417: Marketing y etiquetado 2016</td></tr>
<tr><td>417-1</td><td>Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios</td><td>161</td><td colspan="5"></td><td>12</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>417-2</td><td>Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios</td><td>161</td><td colspan="5"><table><tr><th></th><th>MEX</th><th>CAM</th><th>MEXCAM</th></tr><tr><td>Total de incidentes de etiquetado</td><td>22</td><td>26</td><td>48</td></tr></table></td><td>16</td><td rowspan="2">FB-FR-270a.1</td><td>*</td></tr>
<tr><td>417-3</td><td>Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing</td><td>161</td><td colspan="5"></td><td>16</td><td>*</td></tr>
<tr><td></td><td>Cantidad total de pérdidas monetarias como resultado de procedimientos legales asociados con prácticas de marketing y/o etiquetado</td><td>161</td><td colspan="5"></td><td></td><td>FB-FR-270a.2</td><td>*</td></tr>
<tr><td></td><td>Ingresos provenientes de productos etiquetados que contienen transgénicos (OMGs) y no transgénicos</td><td></td><td colspan="5"></td><td></td><td>FB-FR-270a.3</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>Ingresos provenientes de productos etiquetados y/o comercializados para promover la salud y con atributos nutritivos</td><td>161</td><td colspan="5"></td><td></td><td>FB-FR-260a.1</td><td></td></tr>
</table>

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)

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	NÚMERO PÁGINA	URL Y/O RESPUESTA					ODS	CÓDIGO SASB	VERIFICACIÓN EXTERNA
Seguridad de la información										
	Descripción del enfoque para identificar y abordar riesgos a la seguridad de la información	170, 171							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	154	La información referente a reclamaciones es confidencial.					16	FB-FR-230a.1 CG-MR-230a.2 CG-EC-230a.2	*
	Número de usuarios cuya información se emplea para propósitos secundarios	154	La información referente a usuarios es confidencial.		Todas las personas que ingresan a la plataforma de *e-COMMERCE* aceptan tanto los usos primarios como los secundarios. Al aceptar el aviso de privacidad para poder colocar su orden de compra, aceptan todos los usos señalados en dicho aviso.				CG-EC-220a.1	*
	Descripción de políticas y prácticas relacionadas con publicidad conductual y privacidad para usuarios	154	La información referente a usuarios es confidencial.						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	113, 127, 162-165							FB-FR-430a.3	
	Ingresos prevenientes de productos certificados por terceros en cuanto a estándares de sostenibilidad ambiental y/o social	124-125, 128							FB-FR-430a.1 CG-MR-410a.1	

GRI 2-5

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

Informe de Aseguramiento de Seguridad Limitada sobre los Contenidos de los Estándares del Global Reporting Initiative ("GRI") y del Sustainability Accounting Standards Board ("SASB") (Información no Financiera)

A Nueva Wal-Mart de México, S. de R.L. de C.V.,

Hemos sido contratados por la Administración de Nueva Wal-Mart de México, S. de R.L. de C.V. (en lo sucesivo "Walmart") para reportar sobre los Indicadores de desempeño Ambiental, Social y de Gobierno Corporativo (ASG) de los Contenidos de los Estándares del Global Reporting Initiative ("GRI") y del Sustainability Accounting Standards Board ("SASB") (Información no Financiera) preparados y presentados por las áreas ESG y Desarrollo Corporativo de Walmart incluidos en el Informe 2022 de Walmart por el periodo comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre de 2022 (el "Informe Anual"), que se detallan en el Anexo A adjunto al presente informe (los "Contenidos"), en la forma de una conclusión independiente de seguridad limitada, respecto a si, con base en nuestro trabajo realizado y la evidencia obtenida, nada llamó nuestra atención que nos lleve a creer que los Contenidos, no están preparados en todos los aspectos materiales, con referencia a los criterios establecidos en los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI) y el Sustainability Accounting Standards Board ("SASB").

Responsabilidades de la Administración
La Administración de Walmart es responsable de la preparación y presentación de la información sujeta a nuestra revisión y la información y aseveraciones contenidas dentro de ésta.

La Administración de Walmart es responsable del diseño, implementación y mantenimiento del control interno relevante para la preparación y presentación de la información sujeta a nuestra revisión, que está libre de errores materiales, ya sea por fraude o error.

La Administración de Walmart, también es responsable de asegurar que el personal involucrado en la preparación de los Contenidos se encuentra adecuadamente capacitado, los sistemas de información están debidamente actualizados y que cualquier cambio en la presentación de datos y/o en la forma de reportar, incluya todas las unidades de reporte significativas.

Nuestras responsabilidades
Nuestra responsabilidad es revisar la información concerniente a los Indicadores contenidos en el Informe 2022 y reportar sobre ello en la forma de una conclusión independiente de seguridad limitada con base en la evidencia obtenida. Realizamos nuestro trabajo con base en la Norma Internacional sobre Trabajos de Aseguramiento (ISAE) 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 (*International Auditing and Assurance Standards Board*), dicha norma requiere que planeemos y realicemos nuestros procedimientos para obtener un nivel de seguridad o fiabilidad limitada respecto a si, con base en nuestro trabajo y la evidencia obtenida, nada llamó nuestra atención que nos lleve a creer que los Indicadores contenidos en el Informe 2022 por el periodo comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre de 2022, no están preparados en todos los aspectos materiales, con referencia al *Global Reporting Initiative* ("GRI") y el *Sustainability Accounting Standards Board* ("SASB").

1 (Continúa)

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

KPMG CARDENAS DOSAL S.C. (la "Firma") aplica la Norma Internacional sobre Administración de Calidad 1 y, por consiguiente, mantiene un sistema integral de administración de calidad, incluyendo políticas y procedimientos documentados sobre el cumplimiento de requisitos éticos, normas profesionales y requerimientos legales y regulatorios aplicables.

Hemos cumplido con los requerimientos del Comité Internacional de Ética para profesionales de la contabilidad (incluyendo los estándares internacionales de independencia), que se basa en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional y debido cuidado, confidencialidad y comportamiento profesional.

Los procedimientos seleccionados dependen de nuestro entendimiento y experiencia en los Contenidos presentados en el Informe 2022 y otras circunstancias del trabajo, y nuestra consideración de las áreas en las que es probable que surjan errores materiales.

Al obtener un entendimiento de los Contenidos incluidos en el Informe 2022, y otras circunstancias del trabajo, hemos considerado el proceso utilizado para preparar los Contenidos, con la finalidad de diseñar procedimientos de aseguramiento que sean adecuados en las circunstancias, más no con la finalidad de expresar una conclusión en cuanto a la efectividad del control interno de Walmart sobre la preparación y presentación de los Contenidos presentados en el Informe 2022.

Nuestro trabajo también incluye la evaluación de lo apropiado del asunto principal, la idoneidad de los criterios utilizados por Walmart en la preparación de los Contenidos, evaluando lo apropiado de los métodos, políticas y procedimientos, y modelos utilizados.

Los procedimientos aplicados en un trabajo de seguridad limitada difieren en naturaleza, oportunidad y alcance que en un trabajo de seguridad razonable. Por consiguiente, el nivel de aseguramiento que se obtiene en un trabajo de seguridad limitada es significativamente menor que el aseguramiento que se habría obtenido en caso de efectuar un trabajo de seguridad razonable.

Criterios
Los criterios sobre los cuales se ha evaluado la preparación de los Contenidos se refieren a los requerimientos establecidos y con referencia a los Estándares del *Global Reporting Initiative (GRI) y* del *Sustainability Accounting Standards Board* ("*SASB*") que se detallan en el Anexo A.

Limitaciones inherentes
Debido a las limitaciones inherentes a cualquier estructura de control interno, es posible que pudieran ocurrir errores o irregularidades en la información presentada en el Informe y no ser detectados. Nuestra revisión no está diseñada para detectar todas las debilidades en los controles internos sobre la preparación y presentación del Informe, ya que nuestra revisión no se ha llevado a cabo de manera continua durante todo el período y los procedimientos fueron realizados con base en una muestra.

2 (Continúa)

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

Conclusión

Nuestra conclusión ha sido formada con base a y está sujeta a lo que se detalla en este informe.

Consideramos que la evidencia que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra conclusión.

Basados en nuestra revisión y la evidencia obtenida, no tuvimos conocimiento de situación alguna que nos haga pensar que los Contenidos que se detallan en el Anexo A adjunto al presente informe de aseguramiento, preparados por el área de ESG y Desarrollo Corporativo de Walmart e incluidos en el Informe 2022 de Walmart por el periodo comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre de 2022, no están preparados en todos los aspectos materiales, con referencia a los Estándares del *Global Reporting Initiative (GRI) y* del *Sustainability Accounting Standards Board* ("*SASB*").

Restricción de uso de nuestro informe
Nuestro informe no debe ser considerado como adecuado para usarse ni considerarse por cualquiera de las partes que deseen adquirir derechos frente a nosotros distintos de las áreas ESG y Desarrollo Corporativo de Walmart para ningún propósito o bajo cualquier otro contexto. Cualquier parte distinta a las áreas ESG y Desarrollo Corporativo de Walmart que obtenga acceso a nuestro informe o una copia del mismo y elija basarse en nuestro informe (o en 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 de nuestro trabajo a cualquier parte que no sea Walmart por este informe independiente de seguridad limitada o por las conclusiones a las que hemos llegado.

Nuestro informe es emitido para Walmart, sobre el entendimiento que este informe no debe ser copiado, ni hacer referencia a él o divulgado en su totalidad o en partes sin nuestro previo consentimiento por escrito.

KPMG CARDENAS DOSAL S.C.



Alberto Dosal Montero
Socio
Ciudad de México, a 07 de marzo de 2023.

3 (Continúa)

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

Anexo A

Descripción de los Contenidos e indicadores objeto del trabajo de aseguramiento de seguridad limitada:

Estándar GRI	Contenido		SASB	Cobertura de la organización (MX/CAM)	Dato
GRI 2 Contenidos Generales 2021	2-6-b-ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		MX	Total de proveedores nuevos
	2-6-b-ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		CAM	Total de proveedores nuevos
	2-6-b-ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		MX	Total de proveedores (RFC's)
	2-6-b-ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		CAM	Total de proveedores (RFC's)
	2-6-b-ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		MX	Número de proveedores de Nuestras Marcas
	2-6-b-ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		CAM	Número de proveedores de Nuestras Marcas
	2-6-b-ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		MX	Porcentaje de proveedores de Autoservicio que son PYMES
	2-6-b-ii	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		CAM	Porcentaje de proveedores de Autoservicio que son PYMES
	2-7-a	Empleados		MX	Total de asociados
	2-7-a	Empleados		CAM	Total de asociados
	2-7b	Empleados		MX	Total de asociados de staff
	2-7b	Empleados		CAM	Total de asociados de staff
	2-7b	Empleados		MX	Total de asociados de operaciones
	2-7b	Empleados		CAM	Total de asociados de operaciones
	2-7a.	Empleados		MX	Total de asociados mujeres
	2-7a.	Empleados		CAM	Total de asociados mujeres
	2-7b	Empleados		MX	Total de asociados de staff mujeres
	2-7b	Empleados		CAM	Total de asociados de staff mujeres
	2-7b	Empleados		MX	Total de asociados de operaciones mujeres
	2-7b	Empleados		CAM	Total de asociados de operaciones mujeres
	2-7a.	Empleados		MX	Total de asociados hombres
	2-7a.	Empleados		CAM	Total de asociados hombres

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	2-7b.	Empleados		MX	Total de asociados de staff hombres
	2-7b.	Empleados		CAM	Total de asociados de staff hombres
	2-7b.	Empleados		MX	Total de asociados de operaciones hombres
	2-7b.	Empleados		CAM	Total de asociados de operaciones hombres
	2-7b.	Empleados		MX	Total de asociados ejecutivos
	2-7b.	Empleados		CAM	Total de asociados ejecutivos
	2-7b.	Empleados		MX	Total de asociados ejecutivos hombres
	2-7b.	Empleados		CAM	Total de asociados ejecutivos hombres
	2-7b.	Empleados		MX	Total de asociados ejecutivos mujeres
	2-7b.	Empleados		CAM	Total de asociados ejecutivos mujeres
	2-7b.	Empleados		MX	Total de asociados no ejecutivos
	2-7b.	Empleados		CAM	Total de asociados no ejecutivos
	2-7b.	Empleados		MX	Total de asociados no ejecutivos hombres
	2-7b.	Empleados		CAM	Total de asociados no ejecutivos hombres
	2-7b.	Empleados		MX	Total de asociados no ejecutivos mujeres
	2-7b.	Empleados		CAM	Total de asociados no ejecutivos mujeres
	2-7b.	Empleados		MX	Total de asociados permanentes
	2-7b.	Empleados		CAM	Total de asociados permanentes
	2-7b.	Empleados		MX	Total de asociados eventuales
	2-7b.	Empleados		CAM	Total de asociados eventuales
	2-7b.	Empleados		MX	Total de asociados por temporada
	2-7b.	Empleados		MX	Antigüedad media de los asociados en la empresa (años)
	2-7b.	Empleados		CAM	Antigüedad media de los asociados en la empresa (años)
	2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes		MX	Total de horas hombre de capacitación en el Código de Conducta
	2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes		CAM	Total de horas hombre de capacitación en el Código de Conducta
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas		MX	Total de demandas recibidas
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas		CAM	Total de demandas recibidas
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas		MX	Total de demandas recibidas de proveedores
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas		CAM	Total de demandas recibidas de proveedores
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas		MX	Total de demandas laborales recibidas de asociados
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las		CAM	Total de demandas laborales recibidas de

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

		normativas			asociados
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas		MX	Total de demandas concluidas en el periodo de reporte
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas		CAM	Total de demandas concluidas en el periodo de reporte
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas		MX	Valor monetario total de las multas significativas por el incumplimiento de las leyes o normativas en materia de medio ambiente (MXN)
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas		CAM	Valor monetario total de las multas significativas por el incumplimiento de las leyes o normativas en materia de medio ambiente (USD)
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		MX	Tasa de recomendación (NPS)
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		CAM	Tasa de recomendación (NPS)
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		MX	Tasa de satisfacción del cliente
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		CAM	Tasa de satisfacción del cliente
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		MX	Número de encuestas de satisfacción realizadas (contestadas)
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		CAM	Número de encuestas de satisfacción realizadas (contestadas)
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		MX	IES BRICK. Tasa Neta de Promoción (NPS)
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		CAM	ON LINE. (eCommerce). Satisfacción general
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		CAM	ON LINE. (eCommerce). Tasa Neta de Promoción (NPS)
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		MX	BODEGA AURRERA. IEC NPS
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		MX	MI BODEGA. IEC NPS
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		MX	WALMART. IEC NPS
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		MX	WALMART EXPRESS/SUPERAMA. IEC NPS
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los		CAM	MAXI PALI/MAXI DESPENSA. IEC

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

		grupos de interés			NPS
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		CAM	PALI. IEC NPS
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		CAM	DESPENSA FAMILIAR. IEC NPS
	2-29-a-iii	Enfoque para la participación de los grupos de interés		CAM	WALMART. IEC NPS
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-2a.	Impactos económicos indirectos significativos		MX	Total de nuevos empleos generados
	203-2a.	Impactos económicos indirectos significativos		CAM	Total de nuevos empleos generados
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	ADOPTA UNA PYME. Número de proveedores participantes en la generación en curso
	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	ADOPTA UNA PYME. Ventas en el año en mdp
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	TIERRA FÉRTIL. Número de pequeños agricultores beneficiados en el programa
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	TIERRA FÉRTIL. Número de familias beneficiadas
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	TIERRA FÉRTIL. Número de empleos directos actuales
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	Compras a los productores del programa "Tierra Fértil" (USD)
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	UNA MANO PARA CRECER. Número de proveedores (PyMEs) beneficiados en el programa.
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	UNA MANO PARA CRECER. Número de empleos directos actuales
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	UNA MANO PARA CRECER. Ventas de manufactura en USD
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	UNA MANO PARA CRECER. Porcentaje de incremento vs. año pasado
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	Porcentaje de proveedores nacionales de Autoservicios
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	Porcentaje de proveedores regionales de Autoservicios
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	Porcentaje de venta de proveedores nacionales de Autoservicios
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores		CAM	Porcentaje de venta de proveedores

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

		locales			regionales de Autoservicios
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra a proveedores nacionales
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra a proveedores regionales
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra de producto nacional
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra de producto regional
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra directa al productor
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra directa al productor
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra a proveedores de importación
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra a proveedores de importación
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	CARNES. Porcentaje de compra a proveedores nacionales
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	CARNES. Porcentaje de compra a proveedores regionales
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	CARNES. Porcentaje de compra de producto nacional
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	CARNES. Porcentaje de compra de producto regional
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	CARNES. Porcentaje de compra directa al productor
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	CARNES. Porcentaje de compra directa al productor
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	CARNES. Porcentaje de compra a proveedores de importación
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	CARNES. Porcentaje de compra a proveedores de importación
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	AVES. Porcentaje de compra a proveedores nacionales
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	AVES. Porcentaje de compra a proveedores regionales
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	AVES. Porcentaje de compra de producto nacional
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores		CAM	AVES. Porcentaje de compra de producto

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

		locales			regional
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	AVES. Porcentaje de compra directa al productor
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	AVES. Porcentaje de compra directa al productor
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	AVES. Porcentaje de compra a proveedores de importación
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	AVES. Porcentaje de compra a proveedores de importación
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	PESCADOS Y MARISCOS. Porcentaje de compra a proveedores nacionales
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	PESCADOS Y MARISCOS. Porcentaje de compra a proveedores regionales
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	PESCADOS Y MARISCOS. Porcentaje de compra de producto nacional
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	PESCADOS Y MARISCOS. Porcentaje de compra de producto regional
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	PESCADOS Y MARISCOS. Porcentaje de compra directa al productor
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	PESCADOS Y MARISCOS Porcentaje de compra directa al productor
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	PESCADOS Y MARISCOS. Porcentaje de compra a proveedores de importación
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	PESCADOS Y MARISCOS. Porcentaje de compra a proveedores de importación
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	Porcentaje del presupuesto de compra destinado a proveedores locales donde se desarrollan las actividades de la empresa
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	Porcentaje del presupuesto de compra destinado a proveedores locales donde se desarrollan las actividades de la empresa
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		MX	Porcentaje de mercancías vendidas que se compran en el país
	204-1-a	Proporción de gasto en proveedores locales		CAM	Porcentaje de mercancías vendidas que se compran en la región
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		MX	Número de socios empresariales a los que se ha informado sobre las políticas y los procedimientos de Anticorrupción de la organización, así como capacitación para luchar contra la corrupción. Capacitados

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		CAM	Número de socios empresariales a los que se ha informado sobre las políticas y los procedimientos de Anticorrupción de la organización, así como capacitación para luchar contra la corrupción. Capacitados
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		MEX	Total de asociados a los que se ha informado sobre las políticas y los procedimientos de la organización en Anticorrupción, así como capacitación para luchar contra la corrupción. Informados.
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		CAM	Total de asociados a los que se ha informado sobre las políticas y los procedimientos de la organización en Anticorrupción, así como capacitación para luchar contra la corrupción. Informados.
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		MEX	Total de asociados a los que se ha informado sobre las políticas y los procedimientos de la organización en Anticorrupción, así como capacitación para luchar contra la corrupción. Capacitados
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		CAM	Total de asociados a los que se ha informado sobre las políticas y los procedimientos de la organización en Anticorrupción, así como capacitación para luchar contra la corrupción. Capacitados
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		MX	Porcentaje de miembros del Consejo de Administración a quienes se haya comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.
	205-3	Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas		MX	Número de casos confirmados de corrupción por los que se ha amonestado o despedido a algún asociado.
	205-3	Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas		CAM	Número de casos confirmados de corrupción por los que se ha amonestado o despedido a algún asociado.
	205-3	Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas		MX	Número de casos confirmados en los que se ha rescindido o no se ha renovado un contrato con un socio empresarial debido a infracciones relacionadas con la corrupción
	205-3	Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas		CAM	Número de casos confirmados en los que se ha rescindido o no se ha renovado un

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

					contrato con un socio empresarial debido a infracciones relacionadas con la corrupción
GRI 301: Materiales 2016	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	Total de plástico virgen evitado/reducido (ton)
	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	Porcentaje de reducción de plástico virgen evitado vs. el año anterior
	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	Porcentaje de avance a la meta de reducir 3,000 toneladas de plástico virgen al 2025, con respecto a 2020
	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	Kilogramos vendidos de productos a granel
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Total de materiales utilizados para ofrecer los servicios de la compañía (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Total de materiales utilizados para ofrecer los servicios de la compañía (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Consumo de gas LP (ton) (Panadería, Rosticería, Cocina, etc.)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Consumo de gas LP (ton) (Panadería, Rosticería, Cocina, etc.)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Consumo de gas natural (ton) (Panadería, Rosticería, Cocina, etc.)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Consumo de gas natural (ton) (Panadería, Rosticería, Cocina, etc.)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Consumo de Gasolina (ton) (vehículos utilitarios)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Consumo de Gasolina (ton) (vehículos utilitarios)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Consumo de Diesel (ton) (Plantas de Emergencia)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Consumo de Diesel (ton) (Plantas de Emergencia)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Consumo de Búnker (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Consumo de químicos para limpieza (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Consumo de químicos para limpieza (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Consumo de plásticos consumibles (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Consumo de plásticos consumibles (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Consumo de plásticos marketing (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Consumo de plásticos marketing (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Consumo de tintas y toners (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Consumo de tintas y toners (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Consumo de papel – consumibles (ton)

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Consumo de papel – consumibles (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Consumo de papel – marketing (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Consumo de papel – marketing (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Consumo de cartón – marketing (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Consumo de cartón – marketing (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Materiales no renovables utilizados en el empaque de los productos de Nuestras Marcas (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Materiales no renovables utilizados en el empaque de los productos de Nuestras Marcas (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Materiales renovables utilizados en el empaque de los productos de Nuestras Marcas (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Materiales renovables utilizados en el empaque de los productos de Nuestras Marcas (ton)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		MX	Residuos recuperados del total de programas posconsumo (kg)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen		CAM	Residuos recuperados del total de programas posconsumo (kg)
	301-2	Insumos reciclados utilizados		MX	Porcentaje de empaques de los productos de Nuestras Marcas que son reciclables
	301-2	Insumos reciclados utilizados		CAM	Porcentaje de empaques de los productos de Nuestras Marcas que son reciclables
	301-2	Insumos reciclados utilizados		MX	Porcentaje de empaques de los productos de Nuestras Marcas que son compostables
	301-2	Insumos reciclados utilizados		CAM	Porcentaje de empaques de los productos de Nuestras Marcas que son compostables
	301-2	Insumos reciclados utilizados		MX	Porcentaje de material reciclado posconsumo en los empaques de los productos de Nuestras Marcas
	301-2	Insumos reciclados utilizados		CAM	Porcentaje de material reciclado posconsumo en los empaques de los productos de Nuestras Marcas
GRI 302: Energía 2016	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX	Consumo total de energía eléctrica renovable (GJ)
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1	CAM	Consumo total de energía eléctrica renovable (GJ)

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

			FB-FR-130a.1		
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX	Porcentaje de energía eléctrica renovable vs. energía eléctrica total consumida
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	CAM	Porcentaje de energía eléctrica renovable vs. energía eléctrica total consumida
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX/CAM	Consumo total de energía eléctrica renovable (GJ)
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX/CAM	Porcentaje de energía eléctrica renovable vs. energía eléctrica total consumida
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX	Consumo total de energía eléctrica renovable comprada (GJ)
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	CAM	Consumo total de energía eléctrica renovable comprada (GJ)
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX	Consumo total de energía eléctrica renovable generada (GJ)
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	CAM	Consumo total de energía eléctrica renovable generada (GJ)
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX	Consumo total de energía hidroeléctrica (GJ)
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	CAM	Consumo total de energía hidroeléctrica (GJ)
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX	Consumo total de energía eléctrica solar (GJ)
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	CAM	Consumo total de energía eléctrica solar (GJ)
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX	Consumo total de energía eléctrica eólica (GJ)

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	CAM	Consumo total de energía eléctrica eólica (GJ)
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX	Consumo total de energía eléctrica no renovable (GJ)
	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	CAM	Consumo total de energía eléctrica no renovable (GJ)
	302-3	Intensidad energética		MX	Ratio de intensidad energética interna (GJ/m^2)
	302-3	Intensidad energética		CAM	Ratio de intensidad energética interna (GJ/m^2)
	302-3	Intensidad energética		MX/CAM	Ratio de intensidad energética interna (GJ/m^2)
	302-4	Reducción del consumo energético		MX	Incremento de consumo de energía (GJ) y porcentaje vs. el año pasado
	302-4	Reducción del consumo energético		CAM	Reducción de consumo de energía (GJ) y porcentaje vs. el año pasado
	302-4	Reducción del consumo energético		MX/CAM	Reducción de consumo de energía (GJ) y porcentaje vs. el año pasado
	302-4	Reducción del consumo energético		MX	Reducción de consumo energético lograda por cada iniciativa de conservación y eficiencia (GJ)
	302-4	Reducción del consumo energético		CAM	Reducción de consumo energético lograda por cada iniciativa de conservación y eficiencia (GJ)
	302-4	Reducción del consumo energético		MX	EFICIENCIA LOGÍSTICA – LOGÍSTICA INVERSA. Litros de combustible evitados
	302-4	Reducción del consumo energético		CAM	EFICIENCIA LOGÍSTICA – LOGÍSTICA INVERSA. Litros de combustible evitados
	302-4	Reducción del consumo energético		MX	EFICIENCIA LOGÍSTICA – BACKHAUL. Litros de combustible evitados
	302-4	Reducción del consumo energético		CAM	EFICIENCIA LOGÍSTICA – BACKHAUL. Litros de combustible evitados
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-3	Extracción de agua	CG-EC-130a.2	MX	Extracción total de agua (m^3)
	303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua		MX	Número de plantas de tratamiento de agua actuales

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua		CAM	Número de plantas de tratamiento de agua actuales
	303-3	Extracción de agua	CG-EC-130a.2	CAM	Extracción total de agua (m^3)
	303-3	Extracción de agua	CG-EC-130a.2	MX	Intensidad de extracción de agua (m^3/m^2)
	303-3	Extracción de agua	CG-EC-130a.2	CAM	Intensidad de extracción de agua (m^3/m^2)
	303-3	Extracción de agua	CG-EC-130a.2	MX/CAM	Intensidad de extracción de agua (m^3/m^2)
	303-4	Vertido de agua		MX	Aguas residuales vertidas (m^3)
	303-4	Vertido de agua		CAM	Aguas residuales vertidas (m^3)
	303-4	Vertido de agua		MX	Agua vertida – drenaje municipal (m^3)
	303-4	Vertido de agua		CAM	Agua vertida – reúso (m^3)
	303-4	Vertido de agua		CAM	Agua vertida – pipa/cisterna (m^3)
	303-4	Vertido de agua		CAM	Agua vertida – cuerpo receptor (m^3)
	303-4	Vertido de agua		CAM	Agua vertida – drenaje municipal (m^3)
	303-4	Vertido de agua		CAM	Agua vertida – infiltración suelo (m^3)
	303-4	Vertido de agua		CAM	Agua vertida – tercero/centro comercial, parque industrial (m^3)
	303-4	Vertido de agua		MX	Agua vertida – tratamiento secundario (m^3)
	303-4	Vertido de agua		CAM	Agua vertida – tratamiento secundario (m^3)
	303-4	Vertido de agua		MX	Agua reutilizada (m^3)
	303-4	Vertido de agua		CAM	Agua reutilizada (m^3)
	303-4	Vertido de agua		MX	Agua residual tratada (m^3)
	303-4	Vertido de agua		CAM	Agua residual tratada (m^3)
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		MX	Tierras subsuperficiales y subterráneas de propiedad, arrendadas o administradas por la compañía (m^2)
	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		MX	Tamaño del sitio operativo (m^2)
	304-2	Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad		MX	Reducción de especies de flora y/o fauna
	304-2	Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad		MX	Extensión de las zonas que han sufrido impactos (m^2)
GRI 305: Emisiones 2016	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	Inversión en el ámbito ambiental (MDP)
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	Inversión en el ámbito ambiental (USD)

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	Ahorros obtenidos por la implementación de iniciativas sustentables (MDP)
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	Ahorros obtenidos por la implementación de iniciativas sustentables (MDP)
	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	EFICIENCIA LOGÍSTICA – BACKHAUL. Kilómetros no recorridos
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	EFICIENCIA LOGÍSTICA – BACKHAUL. Kilómetros no recorridos
	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	EFICIENCIA LOGÍSTICA – BACKHAUL. Total de viajes evitados
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	EFICIENCIA LOGÍSTICA – BACKHAUL. Total de viajes evitados
	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	EFICIENCIA LOGÍSTICA – LOGÍSTICA INVERSA. Kilómetros no recorridos
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	EFICIENCIA LOGÍSTICA – LOGÍSTICA INVERSA. Kilómetros no recorridos
	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	EFICIENCIA LOGÍSTICA – LOGÍSTICA INVERSA. Total de viajes evitados
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	EFICIENCIA LOGÍSTICA – LOGÍSTICA INVERSA. Total de viajes evitados
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	MX	Emisiones directas de GEI Alcance 1 (tCO_2e)
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	CAM	Emisiones directas de GEI Alcance 1 (tCO_2e)
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	MX	Emisiones generadas por el consumo de combustibles (tCO_2e)
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	CAM	Emisiones generadas por el consumo de combustibles (tCO_2e)
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	MX	Consumo de gas refrigerante R-22 (ton)
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	CAM	Consumo de gas refrigerante R-22 (ton)
	305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)		MX	Emisiones indirectas de GEI Alcance 2 (tCO_2e)
	305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)		CAM	Emisiones indirectas de GEI Alcance 2 (tCO_2e)
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	MX	Emisiones de GEI Alcance 3 (tCO_2e)
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	CAM	Emisiones de GEI Alcance 3 (tCO_2e)

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	MX	Emisiones de CO_2 por distribución de productos (tCO_2e)
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	CAM	Emisiones de CO_2 por distribución de productos (tCO_2e)
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	MX	Emisiones por transporte de personal (tCO_2e)
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	CAM	Emisiones por transporte de personal (tCO_2e)
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI		MX	Ratio de intensidad de emisiones totales de GEI (tCO_2e/m^2)
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI		CAM	Ratio de intensidad de emisiones totales de GEI (tCO_2e/m^2)
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI		MX	Intensidad de emisiones de alcance 1 (tCO_2e/m^2)
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI		CAM	Intensidad de emisiones de alcance 1 (tCO_2e/m^2)
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI		MX	Intensidad de emisiones de alcance 2 (tCO_2e/m^2)
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI		CAM	Intensidad de emisiones de alcance 2 (tCO_2e/m^2)
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	MX	EFICIENCIA LOGÍSTICA – BACKHAUL. Emisiones de CO_2 evitadas (tCO_2e)
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	CAM	EFICIENCIA LOGÍSTICA – BACKHAUL. Emisiones de CO_2 evitadas (tCO_2e)
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	MX	EFICIENCIA LOGÍSTICA – LOGÍSTICA INVERSA. Emisiones de CO_2 evitadas ($tonCO_2eq$)
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	CAM	EFICIENCIA LOGÍSTICA – LOGÍSTICA INVERSA. Emisiones de CO_2 evitadas ($tonCO_2eq$)
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	MX	Porcentaje de disminución/incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs. el año anterior
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	CAM	Porcentaje de disminución/incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs. el año anterior
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	MX/CAM	Porcentaje de disminución/incremento de emisiones GEI por alcance 1,2,3; vs. el año anterior
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	MX	Porcentaje de disminución/incremento en

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

					intensidad de emisiones (tCO_2e/m^2) GEI Alcance 1 & 2 vs. el año anterior
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	CAM	Porcentaje de disminución/incremento en intensidad de emisiones (tCO_2e/m^2) GEI Alcance 1 & 2 vs. el año anterior
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	CG-EC-410a.2	MX/CAM	Porcentaje de disminución/incremento en intensidad de emisiones (tCO_2e/m^2) GEI Alcance 1 & 2 vs. el año anterior
	305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS)	FB-FR-110b.2	MX	Consumo total (ton) y porcentaje de refrigerantes con cero potencial de agotamiento de la capa de ozono
	305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS)	FB-FR-110b.2	CAM	Consumo total (ton) y porcentaje de refrigerantes con cero potencial de agotamiento de la capa de ozono
GRI 306: Residuos 2020	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	Porcentaje de alcance a la meta Cero Residuos al 2025
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	Porcentaje de alcance a la meta Cero Residuos al 2025
	3-3	Gestión de los temas materiales		MX/CAM	Porcentaje de alcance a la meta Cero Residuos al 2025
	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	Espacio liberado de relleno sanitario por la valorización de residuos peligrosos y no peligrosos (m^3)
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	Espacio liberado de relleno sanitario por la valorización de residuos peligrosos y no peligrosos (m^3)
	306-3	Residuos generados		MX	Residuos generados por la compañía (ton)
	306-3	Residuos generados		CAM	Residuos generados por la compañía (ton)
	306-3	Residuos generados		MX	Residuos peligrosos generados por la compañía (ton)
	306-3	Residuos generados		CAM	Residuos peligrosos generados por la compañía (ton)
	306-3	Residuos generados		MX	Residuos no peligrosos orgánicos generados por la compañía (ton)
	306-3	Residuos generados		CAM	Residuos no peligrosos orgánicos generados por la compañía (ton)
	306-3	Residuos generados		MX	Residuos no peligrosos inorgánicos generados por la compañía (ton)
	306-3	Residuos generados		CAM	Residuos no peligrosos inorgánicos generados por la compañía (ton)

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	306-3	Residuos generados		MX	Residuos sanitarios generados por la compañía (ton)
	306-3	Residuos generados		CAM	Residuos sanitarios generados por la compañía (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		MX	Residuos valorizados o desviado de relleno sanitario (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		CAM	Residuos valorizados o desviado de relleno sanitario (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		MX	Residuos peligrosos valorizados o desviado de relleno sanitario (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		CAM	Residuos peligrosos valorizados o desviado de relleno sanitario (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		MX	Residuos no peligrosos orgánicos valorizados o desviado de relleno sanitario (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		CAM	Residuos no peligrosos orgánicos valorizados o desviado de relleno sanitario (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		MX	Residuos no peligrosos inorgánicos valorizados o desviado de relleno sanitario (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		CAM	Residuos no peligrosos inorgánicos valorizados o desviado de relleno sanitario (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		MX	Residuos NO PELIGROSOS ORGÁNICOS donado a organizaciones (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		CAM	Residuos NO PELIGROSOS ORGÁNICOS donado a organizaciones (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		MX	Residuos NO PELIGROSOS ORGÁNICOS donado a asociados (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		CAM	Residuos NO PELIGROSOS ORGÁNICOS donado a asociados (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		MX	Residuos NO PELIGROSOS ORGÁNICOS compostados (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		CAM	Residuos NO PELIGROSOS ORGÁNICOS compostados (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		MX	Residuos NO PELIGROSOS INORGÁNICOS reciclados, por tipo de residuo (ton)
	306-4	Residuos no destinados a eliminación		CAM	Residuos NO PELIGROSOS

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

					INORGÁNICOS reciclados, por tipo de residuo (ton)
	306-5	Residuos destinados a eliminación		MX	Residuos enviados a rellenos sanitarios o incinerados (ton)
	306-5	Residuos destinados a eliminación		CAM	Residuos enviados a rellenos sanitarios o incinerados (ton)
	306-5	Residuos destinados a eliminación		MX	Residuos peligrosos enviados a relleno sanitario o incinerado (ton)
	306-5	Residuos destinados a eliminación		CAM	Residuos peligrosos enviados a relleno sanitario o incinerado (ton)
	306-5	Residuos destinados a eliminación		MX	Residuos no peligrosos orgánicos enviados a relleno sanitario (ton)
	306-5	Residuos destinados a eliminación		CAM	Residuos no peligrosos orgánicos enviados a relleno sanitario (ton)
	306-5	Residuos destinados a eliminación		MX	Residuos no peligrosos inorgánicos enviados a relleno sanitario (ton)
	306-5	Residuos destinados a eliminación		CAM	Residuos no peligrosos inorgánicos enviados a relleno sanitario (ton)
	306-5	Residuos destinados a eliminación		MX	Residuos sanitarios enviados a relleno sanitario (ton)
	306-5	Residuos destinados a eliminación		CAM	Residuos sanitarios enviados a relleno sanitario (ton)
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX	Número de productos con características de bajo impacto ambiental – total
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX	Número de productos con características de bajo impacto ambiental – orgánicos
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX	Número de productos con características de bajo impacto ambiental – hidropónicos
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX	Número de productos con características de bajo impacto ambiental – biodegradables
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX	Número de productos con características de bajo impacto ambiental – ahorradores de agua y energía
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX	Número de productos con características de bajo impacto ambiental – certificación sustentable y libre pastoreo
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX	Número de productos con características de bajo impacto ambiental – empaque reciclado
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX	Número de productos con características de bajo impacto ambiental – textiles

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX	Número de productos con características de bajo impacto ambiental – poliéster reciclado
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX	Volumen (ton) y porcentaje de abastecimiento sustentable – papel, pulpa y madera
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		CAM	Volumen (ton) y porcentaje de abastecimiento sustentable – papel, pulpa y madera
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX/CAM	Volumen (ton) y porcentaje de abastecimiento sustentable – papel, pulpa y madera
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX	Volumen (ton) y porcentaje de abastecimiento sustentable – aceite de palma
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		CAM	Volumen (ton) y porcentaje de abastecimiento sustentable – aceite de palma
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX/CAM	Volumen (ton) y porcentaje de abastecimiento sustentable – aceite de palma
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX	Volumen (ton) y porcentaje de abastecimiento sustentable – pescados y mariscos frescos y congelados
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		CAM	Volumen (ton) y porcentaje de abastecimiento sustentable – pescados y mariscos frescos y congelados
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX/CAM	Volumen (ton) y porcentaje de abastecimiento sustentable – pescados y mariscos frescos y congelados
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		MX	Volumen (ton) y porcentaje de abastecimiento sustentable – atún enlatado
GRI 401: Empleo 2016	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		MX	Total de nuevos asociados
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		CAM	Total de nuevos asociados
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		MX	Total de nuevos asociados mujeres
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		CAM	Total de nuevos asociados mujeres
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		MX	Total de nuevos asociados hombres
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		CAM	Total de nuevos asociados hombres

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		MX	Total de bajas de asociados
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		CAM	Total de bajas de asociados
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		MX	Total de bajas de asociados mujeres
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		CAM	Total de bajas de asociados mujeres
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		MX	Total de bajas de asociados hombres
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		CAM	Total de bajas de asociados hombres
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		MX	Tasa de rotación total
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		CAM	Tasa de rotación total
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal		MX/CAM	Tasa de rotación total
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	CG-EC 330a.2 CG-MR-310a.2	MX	Tasa de rotación voluntaria de los empleados
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	CG-EC 330a.2 CG-MR-310a.2	CAM	Tasa de rotación voluntaria de los empleados
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	CG-EC 330a.2 CG-MR-310a.2	MX/CAM	Tasa de rotación voluntaria de los empleados
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	CG-EC 330a.2 CG-MR-310a.2	MX	Tasa de rotación involuntaria de los empleados
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	CG-EC 330a.2 CG-MR-310a.2	CAM	Tasa de rotación involuntaria de los empleados
	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	CG-EC 330a.2 CG-MR-310a.2	MX/CAM	Tasa de rotación involuntaria de los empleados
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		MX	Número de capacitaciones en seguridad y salud
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		CAM	Número de capacitaciones en seguridad y salud
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		MX	Número de asociados capacitados en seguridad y salud
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		CAM	Número de asociados capacitados en seguridad y salud
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		MX	Horas de capacitación en salud y seguridad

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		CAM	Horas de capacitación en salud y seguridad
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		MX	Promedio de horas de formación en seguridad y salud por empleado (horas totales/empleados totales)
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		CAM	Promedio de horas de formación en seguridad y salud por empleado (horas totales/empleados totales)
	403-9	Lesiones por accidente laboral		MX	Total de accidentes registrados por riesgo de trabajo
	403-9	Lesiones por accidente laboral		CAM	Total de accidentes registrados por riesgo de trabajo
	403-9	Lesiones por accidente laboral		MX	Días de incapacidad
	403-9	Lesiones por accidente laboral		CAM	Días de incapacidad
	403-9	Lesiones por accidente laboral		MX	Total de accidentes de clientes
	403-9	Lesiones por accidente laboral		CAM	Total de accidentes de clientes
	403-9	Lesiones por accidente laboral		MX	Tasa de accidentes
	403-9	Lesiones por accidente laboral		CAM	Tasa de accidentes
GRI 404: Formación y educación 2016	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	Inversión total en capacitación por persona (MXN)
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	Inversión total en capacitación por persona (USD)
	3-3	Gestión de los temas materiales		MX/CAM	Inversión total en capacitación por persona (USD)
	3-3	Gestión de los temas materiales		MX	Inversión total en capacitación (MDP)
	3-3	Gestión de los temas materiales		CAM	Inversión total en capacitación (USD)
	404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado		MX/CAM	Promedio de horas de capacitación por asociado
	404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado		MX	Total de asociados capacitados (incluye los que dejaron la empresa)
	404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado		CAM	Total de asociados capacitados (incluye los que dejaron la empresa)
	404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado		MX	Total de horas hombre de capacitación
	404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado		CAM	Total de horas hombre de capacitación
	404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición		MX	Total de asociados promovidos
	404-2	Programas para desarrollar las		CAM	Total de asociados promovidos

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

		competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición			
	404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición		MX	Total de asociados promovidos mujeres
	404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición		CAM	Total de asociados promovidos mujeres
	404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición		MX	Total de asociados promovidos hombres
	404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición		CAM	Total de asociados promovidos hombres
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera		MX	Porcentaje de posiciones cubiertas por candidatos internos
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera		CAM	Porcentaje de posiciones cubiertas por candidatos internos
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera		MX/CAM	Porcentaje de posiciones cubiertas por candidatos internos
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera		MX	Total de asociados que fueron evaluados (aplica para asociados permanentes con por lo menos un año en la empresa)
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera		CAM	Total de asociados que fueron evaluados (aplica para asociados permanentes con por lo menos un año en la empresa)
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	CG-EC-330a.3 CG-MR-330a.1	MX	Total de asociados con discapacidad
	405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	CG-EC-330a.3 CG-MR-330a.1	CAM	Total de asociados con discapacidad
	405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	CG-EC-330a.3 CG-MR-330a.1	MX	Total de asociados con discapacidad mujeres
	405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	CG-EC-330a.3 CG-MR-330a.1	CAM	Total de asociados con discapacidad mujeres
	405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	CG-EC-330a.3 CG-MR-330a.1	MX	Total de asociados con discapacidad hombres
	405-1	Diversidad de órganos de gobierno y	CG-EC-330a.3	CAM	Total de asociados con discapacidad

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

		empleados	CG-MR-330a.1		hombres
	405-2	Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres		MX/CAM	Porcentaje de representación femenina en el top 10% salarial
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	DESASTRES NATURALES. Toneladas de ayuda canalizadas para apoyo a damnificados por desastres naturales
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		CAM	DESASTRES NATURALES. Toneladas de ayuda canalizadas para apoyo a damnificados por desastres naturales
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	DESASTRES NATURALES. Número de desastres naturales apoyados y descripción de ellos (lugar, fecha, tipo de desastre natural)
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		CAM	DESASTRES NATURALES. Número de desastres naturales apoyados y descripción de ellos (lugar, fecha, tipo de desastre natural)
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Total de beneficiarios directos
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		CAM	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Total de beneficiarios directos
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Número de instituciones beneficiadas
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		CAM	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Número de instituciones beneficiadas
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Toneladas de alimento canalizado
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		CAM	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Toneladas de alimento canalizado
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	VOLUNTARIADO. Total de participaciones voluntarias
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del		CAM	VOLUNTARIADO. Total de participaciones voluntarias

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

		impacto y programas de desarrollo			
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	VOLUNTARIADO. Número de participaciones voluntarias de asociados
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		CAM	VOLUNTARIADO. Número de participaciones voluntarias de asociados
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	VOLUNTARIADO. Porcentaje sobre el total de la plantilla que participa o realiza trabajos voluntarios
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	VOLUNTARIADO. Total de actividades de voluntariado realizadas durante el año
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		CAM	VOLUNTARIADO. Total de horas de voluntariado
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	RECURSOS CANALIZADOS. Total de recursos canalizados en inversiones comunitarias (MDP)
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		CAM	RECURSOS CANALIZADOS. Total de recursos canalizados en inversiones comunitarias (USD)
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	RECURSOS CANALIZADOS. Total de beneficiarios
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		CAM	RECURSOS CANALIZADOS. Total de beneficiarios
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	RECURSOS CANALIZADOS. Número de Instituciones colaboradoras por región/estado
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		CAM	RECURSOS CANALIZADOS. Número de Instituciones colaboradoras por región/estado
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		CAM	Número de beneficiarios de la campaña “Haz Magia”
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	PEQUEÑO PRODUCTOR. Total de productores beneficiados

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	PEQUEÑO PRODUCTOR. Total de productores mujeres beneficiadas
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	Total de compras a Pequeños Productores (MDP)
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	Porcentaje de incremento promedio de ingresos de los Pequeños Productores
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	Número de empleos directos actuales
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		MX	Total de toneladas comercializadas
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	MARCAS PROPIAS ALIMENTOS. Total de inspecciones a Cedis (al sistema de seguridad alimentaria)
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	MARCAS PROPIAS ALIMENTOS. Total de inspecciones a Cedis (al sistema de seguridad alimentaria)
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	Identificación de especie en nuestra materia prima cárnica y de productos de cocina
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	Identificación de especie en nuestra materia prima cárnica y de productos de cocina
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	Número de análisis de fraude alimentario para la verificación de la integridad de los Ingredientes de los productos de marca propia de miel, leche, aceite de oliva, jugos 100% naturales y café
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	Número de análisis de fraude alimentario para la verificación de la integridad de los Ingredientes de los productos de marca propia de miel, leche, aceite de oliva, jugos 100% naturales y café
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	Validación de certificados de productos comercializados como Orgánicos

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	Validación de certificados de productos comercializados como Orgánicos
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	Análisis con laboratorios externos acreditados para validación de certificados de bebidas alcohólicas
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	Análisis con laboratorios externos acreditados para validación de certificados de bebidas alcohólicas
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	MEDIMART. Número de proveedores
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	MEDIMART. Número de plantas
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	MEDIMART. Número de auditorías finalizadas
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	MEDIMART. Número de auditorías on going
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	MEDIMART. Número de auditorías no aprobadas pendientes de re auditoría
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	MEDIMART. Número de auditorías pendientes
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	FARMACIAS. Total de auditorías internas en tienda
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	INSPECCIONES A PROVEEDORES. Número de inspecciones en Cedis a proveedores nacionales
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	INSPECCIONES A PROVEEDORES. Número de inspecciones a textiles y zapatería en origen a proveedores de importación. Directos
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	INSPECCIONES A PROVEEDORES. Número de inspecciones a textiles y zapatería en origen a proveedores de

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

					importación. Global Sourcing
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	AUDITORÍAS A MAQUILADORAS DE ZAPATERÍA. Número de proveedores auditados
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	AUDITORÍAS A MAQUILADORAS DE ZAPATERÍA. Número de plantas auditadas
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	AUDITORÍAS A MAQUILADORAS DE ZAPATERÍA. Total de auditorías
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	AUDITORÍAS A MAQUILADORAS DE ZAPATERÍA. Número de auditorías no aprobadas
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	AUDITORÍAS A MAQUILADORAS DE TEXTILES. Número de proveedores auditados
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	AUDITORÍAS A MAQUILADORAS DE TEXTILES. Número de plantas auditadas
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	AUDITORÍAS A MAQUILADORAS DE TEXTILES. Total de auditorías
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	AUDITORÍAS A MAQUILADORAS DE TEXTILES. Número de auditorías no aprobadas
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	AUDITORÍAS A MAQUILADORAS DE MERCANCÍAS GENERALES. Número de proveedores auditados
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	AUDITORÍAS A MAQUILADORAS DE MERCANCÍAS GENERALES. Número de plantas auditadas
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	AUDITORÍAS A MAQUILADORAS DE MERCANCÍAS GENERALES. Total de auditorías
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	AUDITORÍAS A MAQUILADORAS DE MERCANCÍAS GENERALES. Número de auditorías no aprobadas
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	Número de proveedores de Marcas Propias de Alimentos

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	Número de proveedores de Marcas Propias de Alimentos
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	Número de plantas donde se elaboran productos de Marcas Propias de Alimento
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	Número de plantas donde se elaboran productos de Marcas Propias de Alimento
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	Número y porcentaje de plantas de marcas propias certificadas bajo un esquema Global Food Safety Initiative (GFSI)
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	Número y porcentaje de plantas de marcas propias certificadas bajo un esquema Global Food Safety Initiative (GFSI)
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	Número y porcentaje de plantas de marcas propias certificadas auditadas bajo un esquema diferente a Global Food Safety Initiative (GFSI) como Global Markets o Auditoría
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	Número y porcentaje de plantas de marcas propias certificadas auditadas bajo un esquema diferente a Global Food Safety Initiative (GFSI) como Global Markets o Auditoría
	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	MEJORA CONTINUA. Total de monitoreos realizados a los programas de Cumplimiento (físico y virtual)
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	INOCUIDAD ALIMENTARIA. Total de casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	INOCUIDAD ALIMENTARIA. Total de casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	Número de visitas de Profeco y descripción
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los		MX	Número de visitas de la autoridad sanitaria y

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

		impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad			descripción
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	Número de visitas de la autoridad sanitaria y descripción
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	Total de quejas ante la institución que proteja al consumidor
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		MX	Total de productos retirados
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	Total de productos retirados
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		CAM	Número de retiradas de producto relacionadas con seguridad alimentaria
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	FB-FR-270a.1	MX	Total de incidentes de etiquetado
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	FB-FR-270a.1	CAM	Total de incidentes de etiquetado
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	MX	Índice de compromiso
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	CAM	Índice de compromiso
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	MX/CAM	Índice de compromiso
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	MX	Índice de compromiso mujeres
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	CAM	Índice de compromiso mujeres
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	MX/CAM	Índice de compromiso mujeres
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	MX	Índice de compromiso hombres
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	CAM	Índice de compromiso hombres
		Compromiso de asociados, en forma	CG-EC-330a.1	MX/CAM	Índice de compromiso hombres

© 2023 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.

KPMG Cárdenas Dosal, S.C.
Blvd. Manuel Ávila Camacho 176
P1, Reforma Social, Miguel Hidalgo,
C.P. 11650, Ciudad de México.
Teléfono: +01 (55) 5246 8300
kpmg.com.mx

		porcentual			
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	MX	Índice de participación
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	CAM	Índice de participación
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	MX/CAM	Índice de participación
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	MX	Índice de participación mujeres
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	CAM	Índice de participación mujeres
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	MX/CAM	Índice de participación mujeres
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	MX	Índice de participación hombres
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	CAM	Índice de participación hombres
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	MX/CAM	Índice de participación hombres
		Seguridad de los datos	CG-EC-230a.2	MX	Número de filtraciones de datos
		Seguridad de los datos	CG-EC-230a.2	CAM	Número de filtraciones de datos
		Seguridad de los datos	CG-EC-230a.2	MX	Número de usuarios afectados
		Seguridad de los datos	CG-EC-230a.2	CAM	Número de usuarios afectados

© 2023 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.

Glosario

A

ADR: American Depositary Receipt

ANTAD: Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales

ASG: Ambiental, Social y Gobierno Corporativo

APAC: Asociación Pro Personas Con Paralisis Cerebral

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

CAM: Centroamérica

CARHCO: Central American Retail Holding Company

CDP: Carbon Disclosure Project

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

CG-MR: Multiline and Specialty Retailers Distributors

Clubes de precio: Tiendas con membresía, enfocadas en negocios y consumidores que compran a los mejores precios

CO_2eq: Dióxido de carbono equivalente

Cofepris: Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios

COP: Contaminantes Orgánicos Persistentes

COVID-19: Síndrome respiratorio agudo producido por un coronavirus

Crowdsourcing: Colaboración de picking y entrega externa

D

Despensa a tu casa: Servicio de entrega a domicilio del sitio de Bodega

E

EBITDA: Flujo operativo equivalente a la utilidad de operación antes de ingresos financieros, amortización, depreciación e impuestos

F

FB-FR: Food Retailers and Distributors

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

Grupos de riesgo: Un grupo o población de riesgo está constituido por aquellas personas que debido a ciertas características, ya sean biológicas, físicas o sociales tienen mayor probabilidad de contraer determinadas enfermedades

I

ISR: Impuesto sobre la Renta

L

LED: Diodo emisor de luz

LGBT+: Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales, el signo “+” es inclusivo a otros grupos.

M

Machine learning: (Aprendizaje automático) Disciplina de la Inteligencia Artificial que, a través de algoritmos, dota a los ordenadores de la capacidad de identificar patrones en datos masivos y elaborar predicciones

N

NIIF: Normas Internacionales de Información Financiera

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

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

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

PMNU: Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Powered by Walmart: Impulsada por Walmart, por su traducción del inglés

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

PRODI: Acrónimo para describir las cinco promesas que la conforman y que representa todos los beneficios de trabajar en Walmart: 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

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

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

Sox: Óxidos de Azufre

SSA: Secretaría de Salud

Supermercados: Tiendas de autoservicio ubicadas en zonas residenciales

T

TCFD: Task Force on Climate-related Financial Disclosures

TECHO: Organización que busca una sociedad justa, integrada y libre de pobreza

The Alliance: Alianza para la seguridad de los trabajadores en Bangladesh

Total ingresos: Ventas netas más otros ingresos

V

Valor Compartido: Para Walmart de México y Centroamérica, Valor Compartido implica la creación de valor económico, ambiental y social para todos nuestros grupos de interés

Ventas netas: Ingresos provenientes de la venta de mercancía en nuestras unidades

VOC: Compuestos Orgánicos Volátiles

W

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.

INFORMACIÓN PARA INVERSIONISTAS

GRI 102-52

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
Pilar de la Garza Fernández del Valle
pilar.de@walmart.com
+52 55 5283 0289

Asuntos Corporativos
Claudia de la Vega Martínez
claudia.delavega@walmart.com
+52 55 5283 0235

ASG
Viridiana Hernández Torija
m.v.hernandez@walmart.com
+52 55 52 83 01 00 ext. 18305

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
Toll free number for U.S. calls:
+1 888 269 2377
International calls:
+1 201 680 6825

WALMEX

Member of Dow Jones Sustainability Indices Powered by the S&P Global CSA

Bloomberg Gender-Equality Index 2021

FTSE4Good

APOYAMOS EL PACTO GLOBAL UN GLOBAL COMPACT

ESR EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

@WalmartdeMexicoyCentroamerica

@WalmartMXyCAM

Walmart de México y Centroamérica

@walmartmexicoycam

Walmart de México y Centroamérica

Oficinas Corporativas
Blvd. M. Ávila Camacho 647
Colonia Periodista
Alcaldía Miguel Hidalgo
C.P. 11220, Ciudad de México
walmartmexico.com
walmex.mx