

# HABILITADORES

GRI 2-7

NOS CENTRAMOS EN EL CLIENTE

a través de una estrategia basada y potencializada por nuestros habilitadores

237,605

asociados

32

CeDis  
21 México  
11 Centroamérica





# CENTRICIDAD EN EL CLIENTE

En Walmart de México y Centroamérica ponemos a nuestros clientes y socios en el centro de cada una de nuestras decisiones de negocio. Al integrar *data* de sus comportamientos de consumo en nuestros procesos, podemos segmentar eficazmente nuestras tiendas y productos, ofreciendo así soluciones integrales dentro de un ecosistema más robusto y confiable.

Nuestro objetivo es ganar la lealtad y la confianza de nuestros clientes mientras construimos un negocio cada vez más robusto; para ello, enfocamos nuestros esfuerzos en incrementar nuestro NPS (*Net Promoter Score*), mejorar la percepción de precio, aumentar el valor de nuestra marca y fomentar la adopción del producto. Bajo este enfoque, trabajamos tres prioridades estratégicas:

- 1 Fortalecer las capacidades analíticas e innovadoras para servir mejor a nuestros clientes y socios.
- 2 Impulsar la cultura centrada en el cliente y en el socio.
- 3 Acelerar el *marketing* que construye conexiones significativas y mejora la fidelidad del cliente.

La lealtad y confianza de nuestros clientes contribuye a construir un negocio más eficiente, rentable y sostenible.







Para lograrlo, nos respaldamos en los siguientes facilitadores:

- 1 Conocimiento profundo del cliente
- 2 Talento destacado
- 3 Colaboraciones
- 4 Liderazgo servicial

Remodelamos nuestras tiendas para mejorar la experiencia de compra y destacar nuestra amplia oferta omnicanal.

En Walmart de México y Centroamérica desarrollamos el programa de entrenamiento Momentos de Cuidado (MOC, por sus siglas en inglés), destinado a aquellos asociados que interactúan directamente con nuestros clientes, con el objetivo de crear experiencias más memorables y placenteras, centrándonos especialmente en cuidar esos momentos cruciales en su *journey* de compra.

Esto nos ha llevado a mejorar nuestros procesos de forma consistente para que la centricidad en el cliente trascienda y sea replicable en toda la compañía.







# OFICINA DEL CLIENTE


En 2022, como parte de nuestra estrategia de transformación para mejorar la experiencia de nuestros clientes y socios, creamos la Oficina del Cliente. En 2023, estamos muy orgullosos de haber tenido un año de experiencias, cambios y desarrollo para brindar soluciones integrales en beneficio de nuestros clientes y socios, a través de una experiencia de compra sin fricciones y manteniendo su confianza.

Impulsados por una cultura centrada en el cliente y el socio, respaldados por datos y soluciones tecnológicas, reafirmamos nuestro compromiso de ayudar a las familias de la región a ahorrar tiempo, dinero y vivir mejor.



## Estructura de la Oficina del Cliente

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

1.  **Conocimiento y Experiencia del Cliente**

Integra diversas fuentes de información del cliente, como indicadores y estudios cuantitativos y cualitativos, identificando así sus principales preocupaciones para definir estrategias que generan soluciones efectivas.

2.  **Marketing**

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

3.  **Atención al Cliente Omnicanal**

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

4.  **Análisis de Datos y Producto**

Este equipo desarrolla soluciones y define la manera de aprovechar los procesos tecnológicos de la empresa para mejorar la experiencia del cliente. Además, trabaja en la conexión de datos a través de diversos modelos analíticos que entreguen soluciones eficaces.



## Metodología centrada en el cliente para producto

Consolidamos los datos de toda la Oficina del Cliente con la finalidad de priorizar las preferencias de nuestros clientes y socios, y así mejorar su experiencia al mismo tiempo que incrementamos la eficiencia operativa.

A lo largo del año, en Walmart de México y Centroamérica consolidamos nuestra forma de trabajo a través del modelo *4 in a box* (equipos multidisciplinarios), unificando producto, tecnología, datos y experiencia de usuario hacia un objetivo en común: satisfacer las necesidades de nuestros clientes y socios.

Dentro de nuestro portafolio, destacamos casos de éxito como: *SCO (self-checkout)*, que elevó nuestro NPS consolidando nuestra propuesta de precios bajos; y *Omni Returns* que facilitó las devoluciones en tienda para clientes en línea, reforzando nuestra propuesta omnicanal.



Transformamos nuestra metodología de desarrollo de productos, centrándola en las necesidades y expectativas de nuestros clientes y socios.





## Mejoramos la experiencia de nuestros clientes y socios

Estamos inmersos en un proceso de transformación y mejora de iniciativas destinadas a elevar la experiencia de compra de nuestros clientes y socios, incorporando la creación y diseño de nuevas estrategias para evaluar su lealtad.

El Programa de Excelencia Operativa nos ha llevado a mejorar los indicadores de satisfacción del cliente al optimizar los canales de comunicación, los tiempos de respuesta y la gestión de incidentes.



Del mismo modo hemos fortalecido la comunicación con nuestros clientes, trabajando para reducir nuestro índice de contacto por quejas, un indicador del porcentaje de órdenes que derivan en quejas e inquietudes. De esta manera mantenemos nuestro compromiso con la satisfacción y la excelencia en nuestro servicio a clientes.

En 2024 optimizaremos el proceso para mejorar tanto la calidad como el número de comentarios recibidos de nuestros clientes y socios, con el objetivo de continuar mejorando su experiencia. Adicionalmente, avanzaremos hacia nuevas metodologías que nos permitan rastrear las experiencias en distintos formatos y verticales, generando así acciones para mejorar continuamente la experiencia de nuestros clientes.

## Día a día, trabajamos para escuchar a nuestros clientes y mejorar su experiencia.

Asimismo, utilizamos un Modelo de Percepción de Precios, enfocado en comprender las variables críticas que influyen en la percepción de nuestros clientes, especialmente aquellos más sensibles a cambios en los precios. A lo largo del año, llevamos a cabo un análisis de la Percepción de Precios en nuestros formatos de negocio, recabando casi 50,000 encuestas para comprender los factores que impactan este indicador. Esto tuvo como resultado una comprensión más profunda del negocio, que a su vez nos permite continuar ofreciendo precios competitivos y transparentes que generen mayor confianza entre nuestros clientes.







## Medimos la satisfacción de nuestros clientes

Empleamos herramientas digitales innovadoras para medir y analizar la satisfacción de nuestros clientes y socios, con los siguientes índices clave:

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

Estas herramientas de monitoreo están disponibles mediante correo electrónico y redes sociales y tienen una amplia cobertura de todas nuestras unidades.



# 8,586,867

encuestas de índice de compra a clientes en toda la región

En México durante 2023, se realizó un cambio de metodología en la forma de obtener las respuestas de las encuestas, por lo que en 2024 publicaremos las comparativas de crecimiento correspondiente.



## RESULTADOS NPS

### Centroamérica

Incrementamos  
**475 pb**  
totales nuestro NPS Omnicanal vs. 2022

Incrementamos  
**471 pb**  
nuestro NPS Omnicanal en Maxi Palí /Maxi Despensa vs.2022

Incrementamos  
**307 pb**  
nuestro NPS Omnicanal en Walmart.com vs. 2022

Incrementamos  
**749 pb**  
nuestro NPS Omnicanal en Palí/ Despensa Familiar vs. 2022

Incrementamos  
**345 pb**  
nuestro NPS Omnicanal en Más X Menos/Paiz/ La Despensa de Don Juan/ La Unión vs. 2022







## Canales de comunicación

Durante 2023, optimizamos los canales de comunicación para ofrecer mayores beneficios a nuestros clientes. Implementamos la homologación de números telefónicos y la creación de menús específicos para cada tipo de compra, ya sea en línea, a través del catálogo extendido o en la tienda física. Además, para facilitar el acceso a nuestros datos de contacto, incorporamos códigos QR en todas nuestras unidades. Como resultado de estas iniciativas, logramos incrementar los contactos de nuestros clientes en tienda.

Asimismo, evolucionamos en la forma en que conectamos con nuestros clientes, a través de la implementación del NPS 2.0. Rediseñamos nuestros cuestionarios, haciéndolos más accesibles para clientes y socios, e introdujimos innovaciones como códigos QR y SCO para recopilar sus experiencias.

Este avance nos permitió identificar los puntos de agrado y de dolor de nuestros clientes y socios, además de implementar un sistema *close the loop* con alertas de ultradetractores, atendiendo sus puntos de dolor en menos de dos horas.



Además, hemos llevado a cabo una reingeniería en nuestro análisis de texto, fortaleciendo así nuestra capacidad para comprender y convertir en acciones concretas los comentarios que recibimos de nuestros clientes y socios. Este proceso nos permite atender sus expectativas y mejorar continuamente nuestra propuesta de valor.

Participamos en diversas etapas del *journey* de nuestros clientes, brindándoles información detallada sobre productos, promociones y horarios para facilitar sus decisiones de compra. Posteriormente, extendemos nuestro apoyo durante el proceso postventa, gestionando seguimientos de pedidos, facturaciones, garantías y otros aspectos relevantes.

Mantenemos un registro cuidadoso del contacto con nuestros clientes a lo largo de estas interacciones.

De esta manera, ofrecemos a nuestros clientes y socios de todos nuestros formatos y de nuestras verticales una variedad de canales de comunicación mediante nuestro Centro de Atención al Cliente:

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

En 2023, en línea con nuestra prioridad estratégica de ser líderes omnicanal, comenzamos a consolidar todos los contactos a través de un solo canal de comunicación: 01 800 WALMART. Así, nuestros clientes y socios podrán solicitar información o solucionar cualquier tipo de situación en un solo lugar, ofreciéndoles una experiencia sin fricciones.





# CADENA DE SUMINISTRO

GRI 2-6

Nuestro impacto está en impulsar una operación conectada con el futuro y la transformación del negocio, priorizando la digitalización y la productividad.

Nuestra robusta red de distribución cuenta con su mayor fortaleza en nuestras más de 3,900 tiendas, apalancando las capacidades omnicanal de CeDis y tiendas físicas, y respaldada por infraestructura de media y última milla.

32

CeDis

21

México

11

Centroamérica







Continuamos fortaleciendo nuestra cadena de suministro, destacándonos por su capacidad que potencia y optimiza nuestras operaciones omnicanal, convirtiéndose así en un habilitador fundamental para la ejecución de nuestra estrategia, cuya eficiencia ha sido fundamental para poder ofrecer Precios Bajos Todos los Días. Esta fortaleza se combina con nuestra red logística avanzada, pionera en su tipo en México.

La eficiencia de nuestra red logística es clave para ofrecer a nuestros clientes Precios Bajos Todos los Días.

Nuestra cadena de suministro se encuentra entre las más extensas del país.

**+1.2 millones**  
de metros cuadrados

**+1,500 millones**  
de cajas se movieron este año



**+3,000**  
tiendas apalancando las capacidades omnicanal de CeDis y tiendas físicas en México

**+18 mil**  
asociados operan nuestra Cadena de Suministro en México





# RED OMNISCANAL INTEGRADA

En línea con nuestra visión de mejora continua, trabajamos para transformar nuestra infraestructura en una red omniscanal de clase mundial que se adapte ágilmente a las necesidades de nuestros clientes y socios. Nuestra cadena de suministro integrada conecta CeDis y tiendas, y se alinea a nuestro objetivo de una operación conectada con el futuro y la transformación de nuestro negocio, a través de la productividad y la digitalización.

Nuestro compromiso con la innovación nos posiciona como líderes en la optimización de la cadena de suministro.

Nos beneficiamos de nuestra red de distribución para llegar a nuestros clientes de manera más eficiente, lo que nos permite expandir nuestro diferencial de precios y establecer un círculo virtuoso. En México, contamos con una red de transporte que abastece semanalmente a más de 3,000 tiendas y clubes desde nuestros CeDis.

Y también alcanzamos un hito importante al superar las 100 horas por caja hombre, un récord que no habíamos logrado alcanzar en varios años, lo que representó un incremento de 57% en productividad en la red logística en los últimos ocho años. Gracias a estos esfuerzos, aumentamos los niveles de distribución omniscanal, con volúmenes que crecen en doble dígito.



# 57%

incrementó la productividad en nuestra red logística en los últimos ocho años

Incrementamos nuestro NPS en la cadena de suministro en 860 puntos base.





Contamos con una de las cadenas de suministro omnicanal más automatizada y de las más amplias de México, misma que respalda nuestro enfoque en la innovación.



**+3 mil**  
tiendas



**+ 1.2 millones**  
de metros cuadrados



**+31 mil**  
códigos postales de cobertura



**17**  
rutas omnicanal



**+6.8 millones**  
m<sup>2</sup> de piso de venta



**34**  
*Delivery Stations*



**8**  
*Exchange Points*



**+1,500**  
millones de cajas movidas anualmente



La Agencia Nacional de Aduanas (ANAM) nos recertificó como Operador Económico Autorizado por dos años más, gracias a nuestro cumplimiento con estándares aduaneros y de seguridad. Así, garantizamos la seguridad en la cadena logística de comercio exterior.





# CRECIMIENTO

GRI 2-6  
SASB FB-FR-000.A, CG-MR-000.A

Este año realizamos un esfuerzo significativo para fortalecer nuestra infraestructura omnicanal, con el firme propósito de ayudar a nuestros clientes y socios a ahorrar dinero y vivir mejor.

Nos llena de entusiasmo seguir fortaleciendo nuestra red de CeDis en la región, un habilitador clave en nuestra empresa para ofrecer las mejores soluciones omnicanal a nuestros clientes y socios. Este año, iniciamos la construcción de nuestro nuevo CeDis, el número 33 en la región, ubicado en Tlaxcala, México. Este centro tendrá la capacidad para atender a más de 680 tiendas y clubes de Ciudad de México, Hidalgo, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Veracruz, y que generará más de 896 empleos directos permanentes.

Gracias a la confianza de nuestros clientes y socios, y al talento de nuestros asociados y asociadas en la región, podemos seguir creciendo y seguir fieles a nuestro propósito.

El nuevo CeDis en Tlaxcala se sumará a los 21 que operan actualmente en México y a los 11 en Centroamérica.



# +680

tiendas y clubes de Ciudad de México, Hidalgo, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Veracruz, serán atendidos por este CeDis, generando más de 896 empleos directos permanentes





# MODELO DE ÚLTIMA MILLA

Seguimos invirtiendo y progresando en la implementación de modelos de entrega innovadores, así como en la optimización de nuestro sistema de transporte, con el objetivo de brindar a nuestros clientes y socios una experiencia más rápida y eficiente.

Con este objetivo, hemos invertido en la apertura de dos *Delivery Stations* en Querétaro y Puebla. Estas nos permitirán controlar internamente la última milla, sustituyendo la logística de terceros, para garantizar un mejor servicio y control total de la operación.

Paralelamente, inauguramos una *Delivery Station* en nuestro CeDis Chalco, con 400 m<sup>2</sup> de espacio y la capacidad de distribuir diariamente 1,000 paquetes. Del mismo modo, en una de nuestras tiendas Walmart Supercenter en Toluca, Estado de México, habilitamos otra *Delivery Station* operada por nuestros asociados y con una capacidad diaria de más de 1,500 paquetes.

Un logro más en 2023 fue la conversión de los CeDis de Chihuahua, Mexicali y Villahermosa a CeDis omnicanal, con lo que fueron habilitados para entregas de última milla. Estos avances reflejan nuestro compromiso continuo con la mejora de nuestros servicios y la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes y asociados. Además, nos permite agilizar la entrega de mercancía en los hogares de nuestros clientes, reduciendo significativamente los tiempos de entrega.



## Apertura de cuatro *Delivery Stations*

*Delivery station*

CeDis convertidos a omnicanal







# WALMART FULFILLMENT SERVICES

Estamos mejorando nuestra capacidad tecnológica y optimizando nuestra logística para agilizar las entregas.

Walmart Fulfillment Services (WFS) sigue creciendo y se ha convertido en un modelo esencial para ofrecer un servicio de alta calidad a nuestros clientes. Actualmente, el 20.9% de todas las órdenes en nuestro Marketplace se entregan a través de WFS, y estos pedidos llegan a los clientes en la mitad del tiempo en comparación con el esquema tradicional del Marketplace.

Por otra parte, conseguimos mejoras de productividad en nuestro Fulfillment Center de la Ciudad de México gracias a la implementación del proceso automatizado Goods to Person, en el que un robot entrega al picker los artículos requeridos para una orden.

Este año hemos seguido ampliando la cobertura de los Fulfillment Centers de Catálogo Extendido para servir a los 32 estados de la República Mexicana y más de 31 mil códigos postales, enfocándonos especialmente en las regiones centro y metro.

Algunas de las innovaciones del año incluyeron:

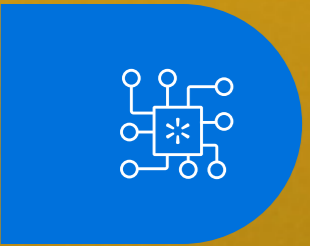
- Inicio de la prueba de concepto de Rayos X en el *Fulfillment Center* de México para reducir el riesgo de envíos incorrectos de artículos de alto valor.



- Apertura de una nueva nave para *big items* en Tepozpark con el nuevo *Warehouse Management System* llamado Atlas, tecnología de Walmart US, el cual permitirá una operación más eficiente.







# TECNOLOGÍA

Utilizamos tecnología para respaldar nuestra estrategia, acelerar el crecimiento y facilitar decisiones de negocio que optimizan nuestras operaciones. Impulsamos la modernización de la infraestructura y realizamos inversiones continuas en iniciativas, programas y proyectos para el desarrollo de nuevas capacidades, más eficientes y seguras, y de esta forma satisfacer los requisitos tecnológicos y de innovación de la compañía.

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







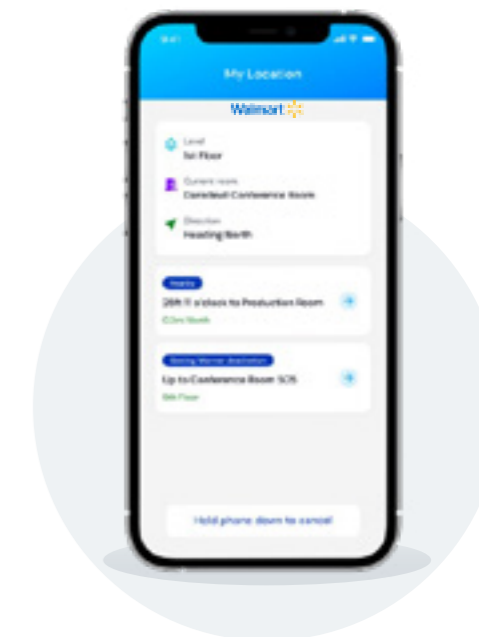
# INFRAESTRUCTURA Y SEGURIDAD

En 2023, fortalecimos la estabilidad de nuestro ecosistema digital, lo que facilitó nuestra evolución y aceleró nuestra transformación tecnológica.

Aprovechando nuestra solidez *Powered by Walmart*, incorporamos las mejores prácticas de la industria de otros mercados a nuestras operaciones en México y Centroamérica. Este enfoque estratégico nos mantiene a la vanguardia de las metodologías e innovaciones más recientes, fomentando la constante modernización de nuestra infraestructura tecnológica y digital. La optimización de la infraestructura del centro de datos ha resultado en una mejora significativa en la disponibilidad y estabilidad, reduciendo los incidentes importantes en más del 20% en México, en comparación con el 2022.

En nuestra continua búsqueda de eficiencias, hemos llevado a cabo una modernización integral en la infraestructura de nuestras tiendas y CeDis, generando ahorros por encima de los 20 millones de pesos en costos de mantenimiento. Del mismo modo, hemos realizado una actualización completa de la red de área local en seis CeDis, consolidando así nuestra posición como líderes en innovación y eficacia en el sector.

Por otra parte, en Walmart de México y Centroamérica realizamos una colaboración con *GoodMaps* para implementar el lanzamiento piloto de *GoodMaps Explore*, una aplicación de navegación que proporciona orientación inclusiva y sin infraestructura en espacios complejos. La aplicación utiliza imágenes LiDAR (sensores ópticos que transmiten rayos láser) y posicionamiento preciso de la cámara para ofrecer instrucciones detalladas en tiempo real sobre productos y servicios en las tiendas, permitiendo a la comunidad con discapacidad visual realizar compras de forma independiente.



El proyecto con *GoodMaps* nos permitió ser reconocidos como compañía, con el premio “Las más Innovadoras en 2023”, otorgado por Netmedia.

## 20 millones

de pesos ahorrados en costos gracias a la modernización integral en la infraestructura de nuestras tiendas y CeDis

## 20%

reducción en incidentes gracias a la optimización de la infraestructura del centro de datos en México

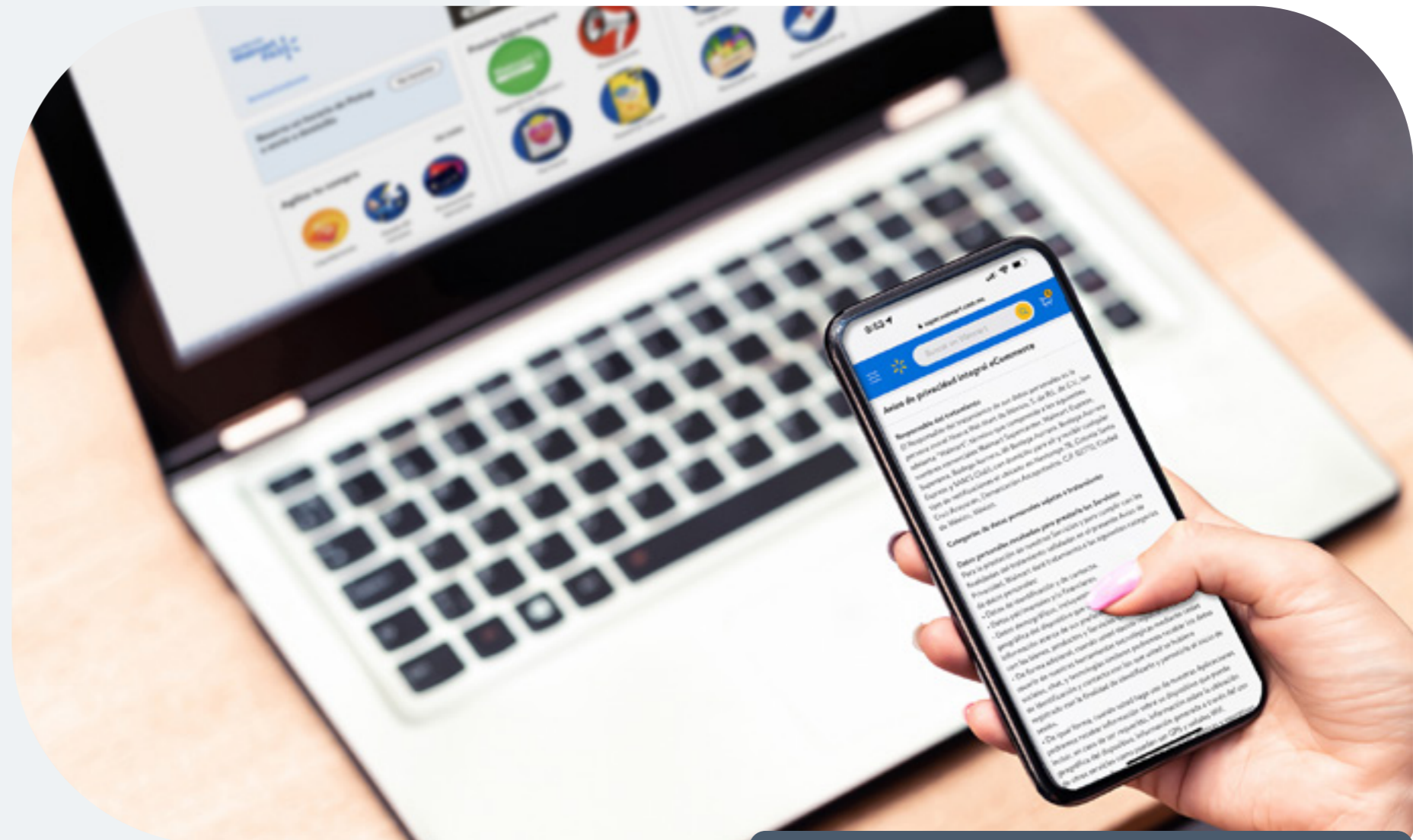




En 2023, intensificamos nuestros esfuerzos para robustecer los esquemas de ciberseguridad, mejorando tanto las defensas como las capacidades para salvaguardar la información propia y de nuestros clientes, con la prevención como primera línea de defensa.

Nuestro equipo de Tecnología estableció áreas de enfoque para este año, en apoyo a nuestra estrategia de seguridad y estabilidad: modernizar nuestras plataformas tecnológicas y de datos para reducir deudas técnicas y fortalecer nuestro perfil de continuidad de negocio y recuperación ante desastres. Además, nos esforzamos por mejorar constantemente nuestras capacidades en seguridad de la información.

La entrega puntual de nuestros programas e iniciativas en nuestro portafolio es crucial para mejorar nuestra posición actual y asegurar la protección de nuestro ecosistema y datos. Contamos con planes de mitigación para garantizar estabilidad a corto plazo y acciones a largo plazo que mejoran nuestros aspectos básicos de seguridad y riesgo.



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



Nuestro perfil de riesgo de TI se gestiona de manera integral para mantenernos en constante evolución.







# OPTIMIZACIÓN DE LA OPERACIÓN

Este año, seguimos impulsando la optimización de nuestras operaciones y logramos responder de manera efectiva entregando iniciativas en todas las áreas de negocio, con lo que mejoramos la robustez, seguridad y confiabilidad de nuestros servicios tecnológicos, al mismo tiempo que optimizamos el soporte y aumentamos su eficiencia.

Modernizamos nuestra infraestructura de nube privada, evolucionando de una infraestructura tradicional de nuestros centros de datos hacia un esquema PaaS (Plataforma como servicio), un modelo flexible y escalable. Esta iniciativa nos ayudó a duplicar tanto la capacidad de cómputo como la capacidad de virtualización, dando como resultado:

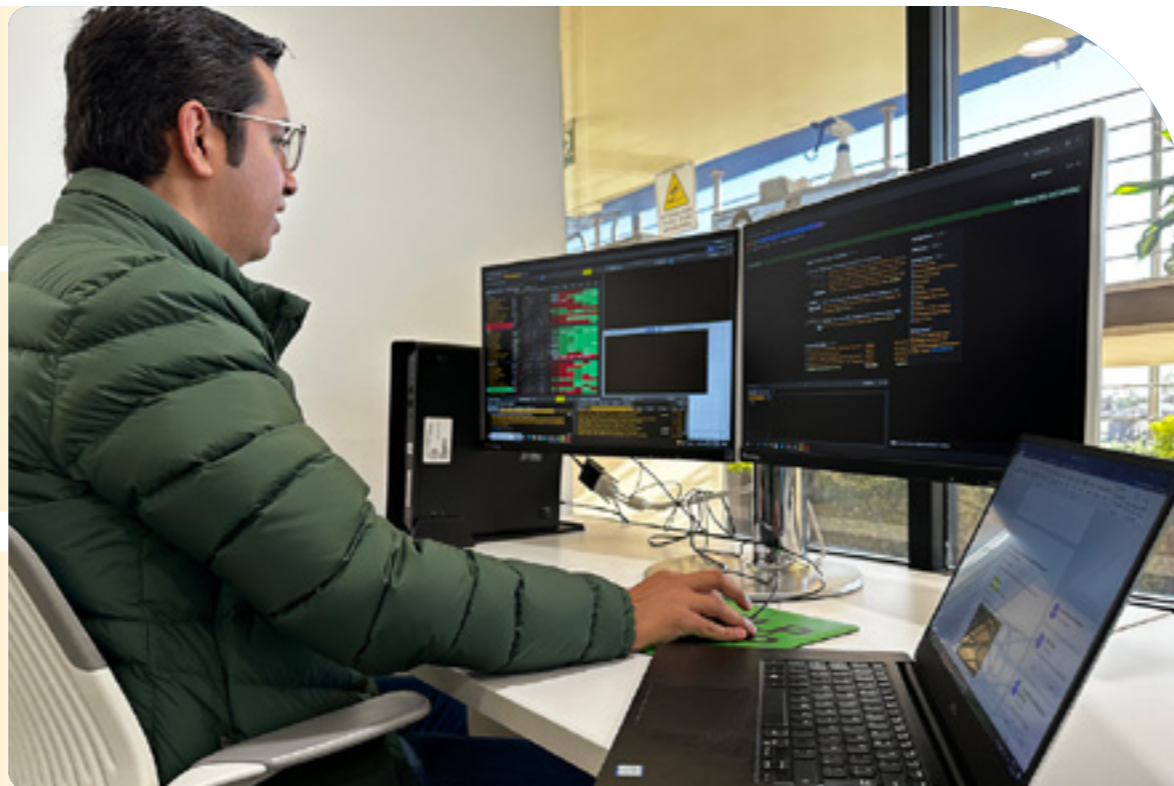


El trabajo realizado para evolucionar nuestra nube privada ha sido reconocido como uno de los proyectos más innovadores en América Latina, que nos otorgó Hewlett Packard Enterprise.

**5,000** servidores físicos en tiendas se eliminaron

**30%** de ahorro en costos de energía y una reducción del 28% en emisiones de CO<sub>2</sub>

**+400 millones** de pesos en ahorro proyectado durante los próximos tres años



Estas iniciativas son una clara muestra de nuestra estrategia de habilitación tecnológica para soportar las capacidades omnicanal que nuestro negocio requiere.

De igual manera, durante este año también trabajamos para transformar la estructura de nuestros centros de datos, aumentando al menos ocho veces la capacidad de ancho de banda a lo largo de toda la compañía.

Estos progresos en nuestra plataforma son factores clave para respaldar el exitoso desarrollo del Proyecto de Nube Distribuida.





Seguimos modernizando nuestras plataformas mediante la aplicación de un nuevo marco arquitectónico que aprovecha tecnologías de APIs (*Application Programming Interface*, o Interfaz de Programación de Aplicaciones) y microservicios bajo la Plataforma Nativa en la Nube de Walmart (WCNP, por sus siglas en inglés). Esta iniciativa ha impactado positivamente en 80 aplicaciones, permitiendo tener eficiencias operativas en *mainframes*, por su capacidad de procesar miles de millones de cálculos y transacciones en tiempo real, garantizando seguridad y confiabilidad en su funcionamiento. Como resultado directo, hemos logrado reducir los costos de procesamiento de datos y mantenimiento en más de 45 millones de pesos.

También logramos una migración exitosa a *Google Cloud Platform* (GCP), donde se almacena la información de nuestra operación, y contamos con una capacidad analítica avanzada. De esta manera, hemos completado la transición de 39 productos, 650 tablas, más de 11,000 trabajos y 4,000 flujos de manera oportuna. Este logro ha fortalecido nuestra infraestructura tecnológica, al mismo tiempo que ha generado ahorros anuales sustanciales de alrededor de 170 millones de pesos.



Continuamos avanzando en la mejora y modernización de nuestros procesos. Este año, concluimos con éxito la actualización del ciclo de ingresos. Previamente, desde el punto de venta hasta el almacenamiento de la consolidación financiera, se llevaban a cabo diversos procesos manuales. Estos están siendo sustituidos por una infraestructura basada en SAP, lo que no sólo nos permite reducir significativamente el tiempo necesario para el cierre diario de tienda, sino también garantiza un mayor control y eficiencia en nuestras operaciones. Esta evolución en nuestros procedimientos contribuye directamente a fortalecer la confianza en nuestros sistemas y procesos internos.

**170 millones**

de pesos ahorrados anualmente al fortalecer nuestra infraestructura tecnológica

La modernización de nuestros procesos a través de tecnología nos permite dedicar menos energía a procesos internos y más energía a construir una relación más cercana con nuestros clientes y socios.





# MEJOR TALENTO

GRI 2-7

En Walmart de México y Centroamérica, el talento de nuestros asociados es un habilitador clave para el éxito de nuestra compañía. Por ello creamos oportunidades de desarrollo que contribuyan a mejorar su calidad de vida.

Todos los días buscamos fomentar la pertenencia, diversidad, equidad e inclusión, en un entorno donde cada asociado pueda ser, crecer y pertenecer.

CONOCE MÁS ACERCA DE NUESTRO TALENTO EN EL CAPÍTULO DE OPORTUNIDAD

