



Precios Bajos Todos los Días (EDLP)

EDLP es la esencia de nuestro modelo de negocio.

Por qué EDLP es Fundamental

Nuestra ambición es clara: operar tiendas que ayuden a nuestros clientes en México y Centroamérica a encontrar precios bajos, calidad y acceso a todo nuestro catálogo de productos. Esto lo logramos a través de Precios Bajos Todos los Días (EDLP), impulsados por la escala, la ejecución disciplinada y la tecnología.

EDLP simplifica la experiencia de compra al reducir la incertidumbre sobre los precios y generar confianza. Al mismo tiempo, optimiza nuestras operaciones y genera eficiencias que podemos reinvertir para fortalecer aún más nuestro liderazgo en precios. Esta filosofía sigue siendo fundamental para Walmart a nivel global, así como para Walmart de México y Centroamérica a nivel local. Es clave para nuestra creación de valor a largo plazo.

Creemos que todas las familias merecen acceso a productos y servicios de calidad a precios accesibles. EDLP es uno de los tres pilares no negociables en Walmart de México y Centroamérica, junto con la disponibilidad y la aceleración del eCommerce. No debe considerarse como una iniciativa táctica o de corto plazo, sino como una estrategia estructural y un pilar clave para cumplir nuestro propósito de “ayudar a las personas a ahorrar dinero y vivir mejor”.



Nuestro Negocio

Prioridades de Negocio

EDLP

- [Por qué EDLP es Fundamental](#)
- [Nuestras Marcas](#)
- [EDLC](#)

[Disponibilidad](#)
[Aceleración del eCommerce](#)

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

Confianza del cliente y liderazgo en precios

EDLP no se trata solo de fijar precios a nivel de artículo. Implica estabilidad de precios y, aún más importante, la creación de una canasta de compras más amplia y de mayor valor. Cuando los clientes confían en nuestros precios, realizan más de sus compras con nosotros.

En Walmart de México y Centroamérica, el liderazgo en precios forma parte de nuestra identidad. Nos ayuda a cumplir nuestro propósito y a construir relaciones de confianza con nuestros clientes. Para atenderlos de manera consistente, debemos ofrecer precios que puedan pagar todos los días. Esto requiere fortalecer nuestra disciplina de EDLP al mejorar cómo compramos, distribuimos, planificamos y nos abastecemos, de modo que podamos fijar precios de manera más eficiente.

Nuestros clientes esperan que los precios de Walmart sean bajos, simples y confiables, sin tener que elegir entre opciones ni estar constantemente pendientes de promociones. La confianza se construye no solo con niveles de precios competitivos, sino también a través de la consistencia y la claridad a lo largo del tiempo. Para reforzar esa confianza, ejecutamos EDLP con un enfoque en la simplicidad, reduciendo la complejidad innecesaria en la arquitectura de precios, la comunicación y la ejecución en tienda. Un modelo EDLP disciplinado garantiza que los clientes puedan confiar en los precios de Walmart todos los días, lo que fortalece su lealtad y la frecuencia de visita.



Estrategias de precios para ser la opción preferida de los clientes

En 2025, continuamos fortaleciendo la percepción de valor entre nuestros clientes en un entorno altamente sensible a los precios. Lo hicimos mediante un análisis más detallado de las métricas de precios, la simplificación de los procesos comerciales y un mayor peso de los artículos con precio base dentro de las actividades promocionales. Estos esfuerzos dieron lugar a campañas que ayudaron a los clientes a tomar decisiones informadas y sentirse seguros de que su presupuesto rendiría más en nuestras tiendas.

En nuestros formatos de descuento, hipermercados, supermercados y clubes, mantenemos un compromiso unificado con los Precios Bajos Todos los Días a través de campañas específicas para cada formato. Cuando los precios son adecuados y los productos están disponibles en nuestros estantes, impulsamos tanto nuestro negocio en tiendas físicas como en el canal digital, acelerando el tráfico, la conversión y el tamaño de la canasta en todos los canales. Buscamos ser la opción integral preferida por nuestros clientes, donde puedan encontrar todo lo que necesitan a precios que puedan pagar. Las campañas clave promocionales y los programas de ahorro hicieron esto posible a lo largo del año.



Nuestro Negocio

Prioridades de Negocio

EDLP

- [Por qué EDLP es Fundamental](#)
- Nuestras Marcas
- EDLC

Disponibilidad
Aceleración del eCommerce

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

México

En México, nuestra estrategia de precios bajos siguió teniendo una fuerte resonancia entre los clientes de todos los formatos. Este año, renovamos nuestro compromiso con la estabilidad de precios al firmar la renovación del Paquete Contra la Inflación y la Carestía (PACIC), manteniendo la canasta básica en 910 pesos. Este esfuerzo, combinado con operaciones disciplinadas en las tiendas y una sólida disponibilidad, se tradujo en una mayor satisfacción y lealtad de los clientes.

Entre las iniciativas más representativas se encuentra Morralla, un programa permanente que ofrece miles de productos con precios entre 5 y 35 pesos. Este programa continuó demostrando su relevancia al aliviar la presión económica de las familias y ampliar el acceso a canastas completas a precios accesibles.

Con Los Básicos de tu Canasta de Walmart Supercenter y los eventos de valor para los socios de Sam’s Club, fortalecimos de manera constante la percepción de precios y el tráfico. Estas palancas comerciales crearon un ecosistema cohesivo donde cada formato contribuye a una propuesta de valor compartida, haciendo de los precios bajos una expectativa universal y predecible para los clientes.

También regresamos a la campaña El Buen Fin después de seis años. Aunque el evento no alcanzó nuestras expectativas iniciales, la participación de los clientes se mantuvo fuerte. Registramos más de 76 millones de transacciones en tiendas y clubes, más de 180 millones de visitas en eCommerce, y el 17 de noviembre marcó el día de mayores ventas en nuestra historia.

Estos resultados nos dejan aprendizajes valiosos a medida que continuamos perfeccionando nuestra ejecución y nuestro catálogo para futuros eventos.

Durante El Fin Irresistible, el desempeño comercial se mantuvo sólido en todos los formatos, con Walmart Supercenter, Bodega Aurrera y Sam’s Club liderando la intención de compra de los clientes durante todo el evento. El Fin Irresistible también generó mejoras operativas que respaldan nuestro compromiso continuo con la excelencia en el servicio y la ejecución.

En 2025, Bodega Aurrerá reforzó su liderazgo en engagement digital y construcción de marca. El Interactive Advertising Bureau (IAB) nos reconoció como la Mejor Marca del Año en comunicación digital. Nuestra campaña Morralla obtuvo el premio a la Mejor Campaña Digital en todos los sectores, demostrando nuestra capacidad para conectar con los clientes a través de mensajes innovadores y orientados al valor. También nos clasificaron como la tercera mejor marca en México en construcción de marca digital, posicionando a Bodega Aurrerá entre los principales líderes digitales del país.



Nuestro Negocio

Prioridades de Negocio
EDLP

➤ [Por qué EDLP es Fundamental](#)
Nuestras Marcas
EDLC

Disponibilidad
Aceleración del eCommerce

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas



Programa Beneficios

Habilitando EDLP

En los últimos años, nuestras campañas comerciales han desempeñado un papel decisivo para mantener nuestra posición en el mercado y fortalecer las preferencias de los clientes y socios. En 2025, las campañas se mantuvieron firmemente centradas en el cliente, promoviendo soluciones de ahorro directo y defendiendo de manera constante nuestra posición como líderes en precios bajos. La Oficina del Cliente, en estrecha colaboración con Marketing, desarrolló campañas alineadas con el propósito de cada formato. Utilizaron los conocimientos de nuestro Programa de Beneficios y herramientas de análisis avanzadas para asegurar que el recorrido de cada cliente fuera personalizado, significativo y fluido. Esto permitió una interacción más precisa con segmentos como el cliente de Bodega, reforzando el mensaje de que nuestros formatos ayudan a los clientes a ahorrar dinero y a vivir mejor.



Centroamérica

En respuesta a un entorno inflacionario y a una mayor sensibilidad al gasto, lanzamos la campaña Aquí Sí te Alcanza en toda Centroamérica para reforzar la percepción de precios y apoyar el poder adquisitivo de las familias. Basada en la idea de que muchos consumidores sienten que deben visitar varias tiendas para estirar su presupuesto, la campaña comunica claramente que pueden realizar todas sus compras en un solo lugar, con precios bajos, predecibles y sostenidos, sin depender de promociones temporales. Estratégicamente, esta iniciativa tiene como objetivo reducir la fragmentación de las compras, aumentar el tamaño de la canasta y ganar una mayor participación de gasto frente a los esquemas promocionales de corto plazo.

El NPS alcanzó niveles históricos, impulsado por mejoras en limpieza, amabilidad, velocidad en cajas, disponibilidad y precios. La mayoría de los esfuerzos de los equipos de operaciones se centraron en las tres primeras dimensiones, al tiempo que se mantuvieron brechas de precios competitivas y procesos que aseguraron una mayor disponibilidad.

Los avances en el abastecimiento directo de productores locales ayudaron a reducir la volatilidad, aumentar la relevancia de los surtidos de producción local y apoyar las economías agrícolas regionales, al tiempo que se mantenían precios competitivos en artículos clave.

Año tras año, la empresa priorizó la asequibilidad en categorías esenciales, utilizando una combinación de canastas de precios estables, surtidos de precio fijo y ofertas de temporada específicas para proteger el poder adquisitivo de los clientes.



Nuestro Negocio

Prioridades de Negocio EDLP

➤ [Por qué EDLP es Fundamental](#)
Nuestras Marcas
EDLC

Disponibilidad
Aceleración del eCommerce

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

Percepción de precios

Hemos observado una clara mejora en la forma en que los clientes perciben nuestro liderazgo en precios, lo que confirma que nuestros esfuerzos por mantener precios bajos resonaron en un entorno altamente consciente del valor. Esto es importante porque una percepción sólida de precios se traduce en mayor confianza y lealtad, una mayor frecuencia de visitas y un negocio más resiliente a lo largo de los ciclos, lo que respalda tanto el desempeño a corto plazo como la resiliencia a largo plazo.

Reforzamos nuestra promesa en todos los formatos y canales, priorizando la claridad y la consistencia. Queremos que los clientes sepan que pueden contar con el mismo excelente precio siempre que compren, sin importar cuándo o cómo lo hagan.

+30 puntos base
en la percepción de precios en
México.

En México, las inversiones dirigidas a las categorías de abarrotes, perecederos y mercancías generales fortalecieron aún más la percepción de precios relativos, incluso mientras enfrentábamos presiones de costos en logística, mano de obra y energía. Estas decisiones reflejaron nuestro compromiso a largo plazo de proteger el bolsillo de los clientes.

En Bodega, el formato de tienda que lideró el crecimiento a lo largo de 2025, nuestra propuesta de valor destacó aún más en el contexto económico actual. Bodega Aurrera se ha consolidado como una de las marcas más valiosas de México, con más de 2,600 tiendas y una experiencia omnicanal que rompe las barreras económicas y sociales para millones de familias.

En Sam's, simplificamos y fortalecimos nuestra propuesta de valor al reducir la dependencia de las promociones de corto plazo y reforzando un enfoque claro en EDLP. Esta claridad permite a los socios comprar con confianza, sabiendo que tendrán acceso

a sus productos favoritos durante todo el año sin tener que esperar a las ofertas. Con el respaldo de esquemas financieros sencillos que fomentan compras de mayor valor y canastas más grandes, mejoramos la asequibilidad manteniendo el liderazgo en precios. En conjunto, este enfoque disciplinado mejoró la experiencia de los socios, impulsó la lealtad y reforzó la capacidad de Sam's para triunfar a gran escala.



Nuestro Negocio

Prioridades de Negocio

EDLP

➤ [Por qué EDLP es Fundamental](#)
Nuestras Marcas
EDLC

Disponibilidad

Aceleración del eCommerce

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

Rollbacks

Los programas de *rollbacks* se están convirtiendo en un complemento estratégico de nuestra filosofía de Precios Bajos Todos los Días, ya que nos permite ofrecer reducciones de precios significativas y temporales, al tiempo que mantenemos intacta nuestra promesa de valor a largo plazo. Las rebajas nos permiten bajar los precios de artículos seleccionados de alta demanda durante períodos definidos, estimulando el tráfico, incrementando la frecuencia de visitas y reforzando nuestro liderazgo en asequibilidad. Ofrecemos a los clientes ahorros en categorías como abarrotes, electrónica, ropa y artículos para el hogar, tanto en la tienda como en línea, manteniendo estos artículos como parte de nuestro surtido habitual en lugar de como inventario de liquidación. Al implementar rebajas de forma selectiva, también podemos gestionar el inventario de manera eficiente, probar la elasticidad de los precios y mantenernos ágiles en un entorno minorista altamente competitivo.

Una palanca fundamental para la ejecución de EDLP es la disciplina de precios, con un cambio deliberado hacia menos ajustes y una mayor duración de los precios. Este enfoque reduce la complejidad operativa, mejora la ejecución en tienda y aumenta la confianza de los clientes.

En 2025, el número de cambios de precios en tiendas se redujo en 15%.



BAIT
Habilitando a las inversiones en precio

Bait desempeña un papel clave en el refuerzo de nuestra estrategia de inversión en precios. Como el segundo operador de telefonía móvil de prepago más grande de México, alcanzó 26.4 millones de usuarios activos y una red ampliada de 1.5 millones de puntos de recarga, con ingresos que crecieron más rápido que su base de usuarios. En 2025, el negocio generó 11.5 mil millones de pesos en ingresos, un aumento del 60% año contra año. El flujo de efectivo generado por Bait y otros nuevos negocios fortalece nuestro liderazgo en precios, permitiendo una inversión continua en valor para el cliente, respaldando una percepción de precios más sólida y sosteniendo las mejoras en el inventario. Esto demuestra la creciente capacidad de nuestros nuevos negocios para respaldar la rentabilidad.



Nuestro Negocio

Prioridades de Negocio
EDLP

➤ Por qué EDLP es Fundamental
Nuestras Marcas
EDLC

Disponibilidad
Aceleración del eCommerce

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

Nuestras Marcas

Ampliamos y perfeccionamos Nuestras Marcas para ofrecer un valor atractivo y consistente en las canastas esenciales y en las necesidades estacionales. Apostar por Marcas Propias nos permite reducir intermediarios y estabilizar costos. Nuestro portafolio abarca desde productos básicos de despensa hasta categorías de productos frescos y salud y bienestar, y está diseñado para generar confianza entre los clientes al tiempo que diferenciamos nuestro surtido. Este enfoque está totalmente alineado con la estrategia global de Walmart, donde la profundidad en marcas propias y el abastecimiento directo refuerzan el modelo EDLP.

A lo largo del año, fortalecimos la presencia de Nuestras Marcas en todos los formatos, aumentando su penetración y mejorando su percepción gracias a su combinación de calidad, precios competitivos y relevancia para las necesidades diarias de las familias en todas las regiones donde operamos. Otra prioridad fue comprender mejor las similitudes y diferencias entre las preferencias de los clientes en cada formato, con el fin de atender de manera más efectiva a nuestra diversa base de clientes.

El portafolio de Nuestras Marcas se consolidó en tres niveles:



Bueno: productos muy asequibles de calidad aceptable, especialmente relevantes para los formatos de Bodega.



Mejor: Great Value y Aurrera, que combinan buena calidad con un claro diferencial de precio frente a las marcas líderes.



Excelente: segmentos especializados enfocados a ofrecer una experiencia más completa.

Priorizamos la profundidad sobre la proliferación, agregando nuevos artículos mediante la expansión de las líneas existentes en lugar de crear nuevas marcas. Nos enfocamos en categorías donde los clientes pudieran encontrar fácilmente las mejores alternativas en relación calidad-precio para ayudarles a ahorrar. El abasto consolidado también nos permitió responder a la alta demanda en categorías clave. Entre los ejemplos más destacados se incluyeron productos de bienestar, desde cuidado de la piel hasta vitaminas y suplementos de venta libre (OTC), extensiones en alimentos congelados (pizzas y helados), embutidos y botanas a precios bajos, así como formatos empacados de manera más eficiente, como leche en bolsa y presentaciones más pequeñas de jamón.

Seis
de Nuestras Marcas alcanzaron los niveles más altos de *Net Promoter Score (NPS)* del mercado.



Nuestro Negocio

Prioridades de Negocio

- EDLP
- Por qué EDLP es Fundamental
- Nuestras Marcas
- EDLC

Disponibilidad
Aceleración del eCommerce

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

México

Aumentamos la penetración de Nuestras Marcas tanto en autoservicio como en Sam's Club, lo que generó ahorros significativos en comparación con las marcas nacionales sin comprometer la calidad, la variedad ni la innovación. Ampliamos el portafolio en categorías de alto impacto (alimentos no perecederos, productos de consumo diario y productos frescos) y aceleramos en segmentos de valor agregado (hogar, ropa y mercadería general).

Al consolidar los conocimientos de la Oficina del Cliente, que analiza los patrones y preferencias de compra, priorizamos la relevancia, la calidad y la consistencia por encima del crecimiento de SKUs. Este enfoque se fortaleció mediante la asignación optimizada del espacio en anaqueles, brechas de precios competitivas frente a los *hard discounters* y un modelo de abastecimiento más confiable respaldado por acuerdos de suministro de largo plazo.

Las ganancias en penetración fueron particularmente sólidas en Sam's Club y Bodega Aurrera Express, donde los socios y clientes continuaron reconociendo la fortaleza de la oferta exclusiva de Nuestras Marcas.

En México, la penetración aumentó 70 pb, impulsada por lanzamientos focalizados en categorías estratégicas como productos de papel, agua y botanas. Estas iniciativas mejoraron el posicionamiento de precios, fortalecieron la calidad percibida y atendieron espacios en blanco clave del mercado.

17.2%
de penetración de Nuestras Marcas en México.

Centroamérica

Nuestras Marcas ganaron relevancia como una alternativa atractiva para ahorrar, respaldadas por una mayor visibilidad en tiendas, mayor presencia en eventos comerciales y una innovación adaptada a las preferencias locales. En conjunto, estos avances contribuyeron a una mejor percepción de los precios y permitieron a los clientes acceder a una canasta de compras más asequible. En general, la penetración de Nuestras Marcas creció 70 puntos base año contra año.

Un factor clave fue la continua expansión de Suli, nuestra marca de precio de entrada, que conectó eficazmente con los consumidores que enfrentaban presupuestos familiares más ajustados durante 2025. A pesar de las presiones del mercado, Suli siguió creciendo de manera consistente y fue reconocida en toda la región por ofrecer precios bajos con una calidad percibida superior.

Además, se lanzaron más de 90 innovaciones que sentaron las bases para un crecimiento futuro más allá de la marca insignia.

La innovación siguió siendo una prioridad en toda la región. Seis de los diez productos mejor valorados en la región forman parte del portafolio de Nuestras Marcas.

19.5%
de penetración de Nuestras Marcas en Centroamérica.



Nuestro Negocio

Prioridades de Negocio

EDLP

Por qué EDLP es Fundamental



Nuestras Marcas

EDLC

Disponibilidad

Aceleración del eCommerce

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

**Nuestro Negocio****Prioridades de Negocio****EDLP**

Por qué EDLP es Fundamental

Nuestras Marcas

➤ **EDLC****Disponibilidad****Aceleración del eCommerce****Valor Financiero****Valor Compartido****Anexos****Descargas**

EDLC

Ofrecer Precios Bajos Todos los Días solo es sostenible si está respaldado por Costos Bajos Todos los Días en toda la empresa. Estamos transformando nuestra estructura de costos a través de iniciativas estratégicas de productividad impulsadas por tecnología, incluyendo etiquetas electrónicas en los estantes, *smart receiving* (un proceso de recepción rediseñado) y la automatización de actividades administrativas como la gestión de efectivo y las operaciones administrativas de las tiendas.

Un ciclo virtuoso

EDLP beneficia tanto a nuestras operaciones como a nuestros clientes al reducir la complejidad de los precios y la volatilidad promocional, lo que permite una planificación de la demanda más estable, menos interrupciones y menores costos de inicio a fin en toda nuestra cadena de suministro y tiendas. Esto se traduce en pronósticos y reposiciones más precisas, una mejor planeación de la mano de obra y una gestión de inventario mejorada.

Mantener el crecimiento de los gastos generales (SG&A) en cifras de un dígito en México sigue impulsando nuestra capacidad para mantener precios bajos a pesar de la inflación salarial, los costos de energía y la inversión continua en crecimiento. Al mismo tiempo, compensamos los mayores gastos en Centroamérica mediante eficiencias operativas. Estos esfuerzos ejemplifican cómo el modelo EDLP nos posiciona para ganar en el segmento de descuento. Tener los mejores precios requiere una ejecución impecable que haga tangible nuestra promesa a través de la disponibilidad, rapidez y una experiencia de compra fluida en la que trasladamos los ahorros a los clientes.

Eficiencias operativas

EDLP se fortalece gracias a eficiencias operativas que permiten Costos Bajos Todos los Días (EDLC). La disciplina en costos sigue siendo un diferenciador estructural. En 2025, simplificamos procesos en el área de ventas, la cadena de suministro y las operaciones de última milla con un doble objetivo: aumentar la productividad y liberar recursos para seguir invirtiendo en precios.

A lo largo del año, aceleramos la adopción de la plataforma global (*merchandising*, precios, inventario) e implementamos herramientas basadas en datos en las tiendas y centros de distribución para aumentar la disponibilidad y reducir costos unitarios. Algunos ejemplos incluyen el flujo de trabajo de fijación de precios, los modelos predictivos de inventario para ajustar días de inventario y la trazabilidad integrada desde la tienda hasta eCommerce. Estas iniciativas redujeron el trabajo manual, los errores y el desperdicio, al tiempo que reforzaron sosteniblemente nuestras diferentes brechas de precios.



Tecnología Habilitando EDLC

Las herramientas de fijación de precios y el análisis de datos nos permiten tomar decisiones de precios más inteligentes y rápidas, alineadas con la demanda de los clientes y la dinámica competitiva. La implementación de etiquetas electrónicas en los estantes mejoró la precisión de los precios en los formatos de Walmart y Walmart Express, lo que redujo las brechas en la ejecución y aumentó la productividad de los empleados al reducir en un 40 % el tiempo dedicado a los ajustes manuales de precios. Esta mejora también elevó la percepción del servicio en tienda, ya que ahora los equipos pueden centrarse en ofrecer una experiencia de compra excepcional. En las tiendas, también ampliamos la automatización, la digitalización y las soluciones de autopago, reduciendo los tiempos de procesamiento, mejorando la experiencia y aumentando la proporción de transacciones atendidas por estos canales. Al aprovechar el análisis avanzado y las herramientas basadas en IA, como Scintilla, estamos ofreciendo mejores resultados a nuestros clientes.

Excelencia en la ejecución

La ejecución desempeña un papel fundamental a la hora de ofrecer precios bajos de manera constante. Nuestros índices de *Net Promoter Score* (NPS) alcanzaron niveles históricamente altos, impulsados por mejoras sostenidas en la limpieza, la actitud de los empleados, la velocidad en cajas y la disponibilidad de productos. Los equipos de operaciones siguen enfocados en garantizar que haya cajas abiertas durante las horas pico, contar con empleados bien

capacitados y asegurar niveles de existencias confiables, lo que refuerza el vínculo entre precios bajos y una experiencia de compra fluida. Al garantizar una disponibilidad constante en los estantes, una comunicación clara del valor y una experiencia de compra simplificada, posicionamos a nuestras tiendas como el destino más confiable para que los clientes compren una canasta completa al mejor precio.



Nuestro Negocio

Prioridades de Negocio

EDLP

Por qué EDLP es Fundamental

Nuestras Marcas

➔ EDLC

Disponibilidad

Aceleración del eCommerce

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas