

Nuestro Negocio

En Walmart de México y Centroamérica, trabajamos para mejorar la vida de nuestros clientes ofreciéndoles precios bajos todos los días (EDLP).



Cristian Barrientos Pozo
**Presidente Ejecutivo y
Director General**

GRI: 2-14

Mensaje del Presidente del Consejo de Administración y del Director Ejecutivo

El 2025 ha sido un año de retos y aprendizajes, marcado por la resiliencia y la capacidad de adaptación de nuestra compañía. En un entorno económico volátil en el que vivimos momentos de incertidumbre macroeconómica y moderación del consumo, reafirmamos nuestro propósito: **ayudar a las familias de México y Centroamérica a ahorrar dinero y vivir mejor.**



Guilherme Loureiro
Presidente del Consejo de Administración



Nuestro Negocio

- [Carta del CEO](#)
- [Perfil de la empresa](#)
- [Quiénes somos](#)
- [Presencia y desempeño](#)
- [Formatos](#)
- [Nuevos negocios:](#)
- [El ecosistema de Walmart](#)
- [Cifras Relevantes](#)

Prioridades de Negocio

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

Queremos comenzar expresando nuestro más profundo agradecimiento a nuestros asociados en México y Centroamérica. Su compromiso, disciplina y enfoque en la ejecución nos permiten servir a nuestros clientes y socios todos los días, cómo, cuándo y dónde quieran. Gracias también a nuestros clientes, proveedores, inversionistas y comunidades por su confianza en nuestra compañía.

En este año, nos enfocamos en la ejecución de los fundamentales de nuestro negocio y estamos completamente enfocados en tres grandes prioridades, no negociables e interrelacionadas, que reflejan nuestro propósito en acción: Precios Bajos Todos los Días (EDLP), disponibilidad de productos y la aceleración de eCommerce.

En primer lugar, refinamos nuestra estrategia de precios para reforzar nuestra filosofía EDLP y nuestro liderazgo en precios. Esto implicó avanzar hacia una arquitectura de precios más predecible y consistente, como extender la duración de los *rollbacks* y mejorar la estabilidad de precios en categorías clave. Todo ello nos permitió fortalecer la confianza de nuestros clientes y socios, simplificando la experiencia de compra y asegurando que los clientes identifiquen claramente a Walmart como el lugar donde pueden encontrar Precios Bajos Todos los Días.

Por otra parte, estamos llevando a cabo una serie de medidas para mejorar la disponibilidad real en nuestras tiendas y clubes. Hemos conectado el mapa de tienda, la visibilidad de inventario en tiempo real, y la gestión del mismo para ejecutar con mucha mayor precisión y productividad. Además, estamos apalancado la experiencia de Walmart U.S. para escalar automatización probada y disciplinas operativas en nuestro contexto local, elevando el nivel de cómo gestionamos la disponibilidad de nuestros productos, tanto en tiendas físicas como en línea.

Continuaremos acelerando nuestro eCommerce mejorando la rapidez, la ejecución y el alcance de las entregas, no solo mediante la apertura de nuevas tiendas, sino también ampliando el área de cobertura de nuestra red existente de tiendas. A finales de 2025 logramos la integración de nuestras plataformas digitales en Walmart Supercenter y Walmart Express bajo el concepto *One Hallway* para ofrecer una experiencia fluida en las entregas a domicilio. Adicionalmente, incrementamos en doble dígito el número de vendedores en nuestro *Marketplace* y fortalecimos nuestros *Walmart Fulfillment Services*.

Gracias a todos estos esfuerzos, los ingresos consolidados crecieron 5.5%, con un crecimiento en las ventas a unidades iguales en México de 3.3%, y superando al mercado formal de clubes y autoservicios medido por la ANTAD en 190 puntos base, por doce años consecutivos. Por su parte, el GMV de eCommerce creció 17.1%, representando ya el 8.3% del GMV total de la compañía, mientras que las ventas netas crecieron 18%.

La expansión física continuó siendo una pieza clave de nuestro crecimiento omnicanal, permitiéndonos estar más cerca de nuestros clientes y fortalecer nuestra presencia en comunidades donde nuestra propuesta de precios bajos genera un impacto positivo. En el año, abrimos 186 nuevas tiendas en México y Centroamérica, el mayor ritmo de expansión desde 2013, sumando más de 212 mil metros cuadrados de piso de venta. De igual forma, seguimos nuestra optimización logística con inversión en infraestructura, iniciando la construcción de dos centros de distribución con tecnología de punta y altamente automatizados, en Tlaxcala y Bajío, los cuales mejorarán la eficiencia y reducirán los tiempos de entrega, en beneficio de las familias de la región.



+5.5%

crecimiento de los ingresos consolidados.

+30 pb

aumento de la percepción de precios en México.

17.1%

crecimiento del GMV de eCommerce en México.



Nuestro Negocio



[Carta del CEO](#)

[Perfil de la empresa](#)

[Quiénes somos](#)

[Presencia y desempeño](#)

[Formatos](#)

[Nuevos negocios:](#)

[El ecosistema de Walmart](#)

[Cifras Relevantes](#)

Prioridades de Negocio

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas



Nuestro ecosistema continúa fortaleciendo el negocio *retail core*. Bait superó los 26 millones de usuarios activos, los cuales gastan en promedio 2.5 veces más que los clientes que no tienen Bait. Esto es evidencia de que nuestros clientes reconocen en cada uno de nuestros negocios el valor que entregamos, respondiendo con compromiso, interacción, lealtad y confianza. A su vez, nuestro programa de Beneficios nos ha permitido conocer mejor a nuestros clientes para mejorar el diseño de precios y optimizar la productividad del catálogo a nivel de artículo y tienda. *Walmart Connect*, que usa toda esa data para conectar a las marcas con nuestros clientes, incrementó sus ingresos en 17% en comparación con el año anterior, aportando utilidad que nos permite reinvertir más en nuestro negocio *core*.

En todo lo anterior, estamos apalancando las plataformas tecnológicas globales y los aprendizajes en el uso de IA de Walmart US para acelerar no sólo la automatización de procesos, sino la transformación de nuestro negocio.

Nuestro compromiso social y ambiental permanece firme. Seguimos avanzando en la ruta para reducir emisiones y promover la economía circular. En México, logramos evitar que el 83.2% de nuestros residuos terminaran en rellenos sanitarios y continuaremos trabajando para alcanzar nuestro objetivo del 90%. Por otra parte, estamos expandiendo la generación de energías renovables en nuestras unidades, contribuyendo a que el 55% de nuestro consumo eléctrico sea de fuentes renovables.

Impulsamos el desarrollo de comunidades y pequeños productores agrícolas en México y Centroamérica, beneficiando a más de 5,337 productores y fortalecimos la economía nacional al ser pioneros en la iniciativa Hecho en México, logrando que más del 90% de los productos vendidos en nuestras tiendas sean de origen nacional. También robustecimos nuestra estrategia de desarrollo y acceso omnicanal para proveedores a través de Crece con Walmart, nuestro programa de capacitación para MiPyMEs y mediante la tercera edición de *Walmart Growth Summit* en México, así como su primera edición en Centroamérica.

Nuestro objetivo es crear más historias como la de Flor de la Paz, empresa que produce infusiones, miel y aceites esenciales de manera sustentable. En 2014 se incorporaron al programa Pequeño Productor y en 2023 al *Mexico Growth Summit*, impulsando sus ventas, la expansión de su portafolio y la generación de empleo digno, contribuyendo así al desarrollo social, económico y ambiental de su comunidad.

A la par, continuamos consolidando una estrategia integral para el desarrollo de nuestros cerca de 240,000 asociados promoviendo una cultura de pertenencia, en la que todos se sientan reconocidos y valorados. Esta estrategia, acompañada de beneficios financieros, de salud y emocionales, así como del acceso a herramientas y programas de capacitación y atracción de talento, nos permite seguir fomentando el equilibrio entre la vida personal y laboral, con el objetivo de ser el mejor lugar para trabajar. Como decía Sam Walton, “si quieres que la gente en las tiendas atienda bien a los clientes, primero tienes que tratarlos bien a ellos”.

Finalmente, actualizamos nuestro Código de Conducta y preparamos nuestro primer informe de sostenibilidad bajo las normas NIIF S1 y NIIF S2, reafirmando nuestro compromiso con la transparencia, la integridad y la gestión responsable.

Mirando hacia adelante, sabemos que el 2026 traerá nuevos desafíos, pero también grandes oportunidades. Sabemos que podemos y debemos hacerlo mejor. Esa convicción es precisamente la que está impulsando las acciones que estamos tomando para elevar nuestra disciplina operativa y fortalecer la ejecución.

Sabemos qué debemos hacer y tenemos claras nuestras prioridades: EDLP, disponibilidad y aceleración de *eCommerce*. El enfoque ahora es acelerar la velocidad de ejecución y capturar las oportunidades que tenemos frente a nosotros.



Nuestro Negocio

- [Carta del CEO](#)
- Perfil de la empresa
- Quiénes somos
- Presencia y desempeño
- Formatos
- Nuevos negocios:
- El ecosistema de Walmart
- Cifras Relevantes

Prioridades de Negocio

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas



Nuestro Negocio

- [Carta del CEO](#)
- [Perfil de la empresa](#)
- [Quiénes somos](#)
- [Presencia y desempeño](#)
- [Formatos](#)
- [Nuevos negocios:](#)
- [El ecosistema de Walmart](#)
- [Cifras Relevantes](#)

Prioridades de Negocio

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

Estamos convencidos de que la clave para el éxito será mantenernos cerca de nuestros clientes, escucharlos y responder con soluciones que les permitan ahorrar dinero y vivir mejor.

Gracias a todos por su confianza y por acompañarnos en este camino.

Cristian Barrientos Pozo
**Presidente Ejecutivo y
Director General**

Guilherme Loureiro
**Presidente del Consejo de
Administración**

Perfil de la Empresa

Quiénes somos

Walmart de México y Centroamérica es una empresa dedicada al sector comercio que opera en seis países: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México y Nicaragua. Somos una empresa liderada por personas, empoderada por la tecnología, omnicanal, dedicada a ayudar a la gente a ahorrar dinero y vivir mejor.

Nuestras Prioridades de Negocio

Nuestro propósito se basa en tres principios fundamentales no negociables que definen cómo ejecutamos y cumplimos nuestra promesa al cliente:

1. Precios bajos todos los días (EDLP)

2. Disponibilidad de productos

3. Aceleración de eCommerce

Estos principios sustentan nuestro modelo de negocio y guían cada decisión en toda la organización.

Nuestros principios fundamentales reflejan quiénes somos y cómo generamos valor de manera consistente y sostenible: liderando en precio a través de nuestra filosofía de precios bajos todos los días, asegurando que los productos estén disponibles cuando y donde el cliente los necesite y acelerando nuestro crecimiento en eCommerce al aprovechar una ventaja competitiva única a través de soluciones omnicanal. En conjunto, esto nos permite fortalecer nuestro negocio core, mejorar la experiencia del cliente y expandir nuestra posición de liderazgo en el mercado.



Nuestro Negocio

Carta del CEO

➔ [Perfil de la empresa](#)

Quiénes somos

Presencia y desempeño

Formatos

Nuevos negocios:

El ecosistema de Walmart

Cifras Relevantes

Prioridades de Negocio

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

Presencia y
Desempeño

Consolidado

1,011,598
millones de pesos mexicanos de ingresos totales



4,265
tiendas



770
ciudades



33
centros de
distribución



4
formatos

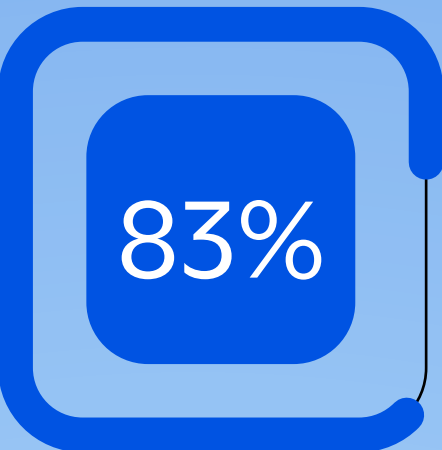


240,779
asociados



6
países

México



de ingresos totales

3,316
tiendas

203,024
asociados

611
ciudades

3
aplicaciones

Centroamérica



de los ingresos totales

949
tiendas

37,755
asociados

159
ciudades

5
países

Estamos presentes en
770 ciudades
de México y Centroamérica.



Nuestro Negocio

- Carta del CEO
- Perfil de la empresa
- Quiénes somos
- Presencia y desempeño
- Formatos
- Nuevos negocios:
- El ecosistema de Walmart
- Cifras Relevantes

Prioridades de Negocio

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

Formatos

Contamos con diversos formatos de compra adaptados a diferentes necesidades, ocasiones y preferencias, con el objetivo de ofrecer a nuestros clientes distintas propuestas de valor:

Enfoque por nivel socioeconómico



A/B

C+

C

Supermercados: la mejor calidad en productos perecederos a precios bajos todos los días a través de una experiencia ágil y moderna, enfocada en un surtido inteligente y la proximidad a los clientes en ubicaciones estratégicas.



A/B

C+

C

C-

D+

Walmart Supercenters: el surtido más amplio de productos a Precios Bajos Todos Los Días.



A/B

C+

C

C-

D+

D

Sam's Club: clubes de precios para socios enfocados en empresas y hogares. Buscamos ser líderes en volumen y en un surtido de productos nuevos y diferenciados.



C

C-

D+

D

E

Bodegas y tiendas de descuento: mercancías generales básicas, alimentos y artículos para el hogar a los mejores y más bajos precios del mercado. Estos formatos se centran en productos básicos de consumo.



Nuestro Negocio

- Carta del CEO
- Perfil de la empresa
- Quiénes somos
- Presencia y desempeño
- Formatos
- Nuevos negocios:
- El ecosistema de Walmart
- Cifras Relevantes

Prioridades de Negocio

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

Nuevos Negocios: El Ecosistema de Walmart

Nuestros nuevos negocios forman parte de un ecosistema integrado de creación de valor diseñado para fortalecer y ampliar nuestro negocio minorista *retail core*, sentando las bases para un crecimiento sostenible en el largo plazo.



Bait

Qué es

Servicio de telefonía móvil de prepago e internet residencial que ofrece conectividad accesible e incluyente a nivel nacional en todos los formatos de Walmart.

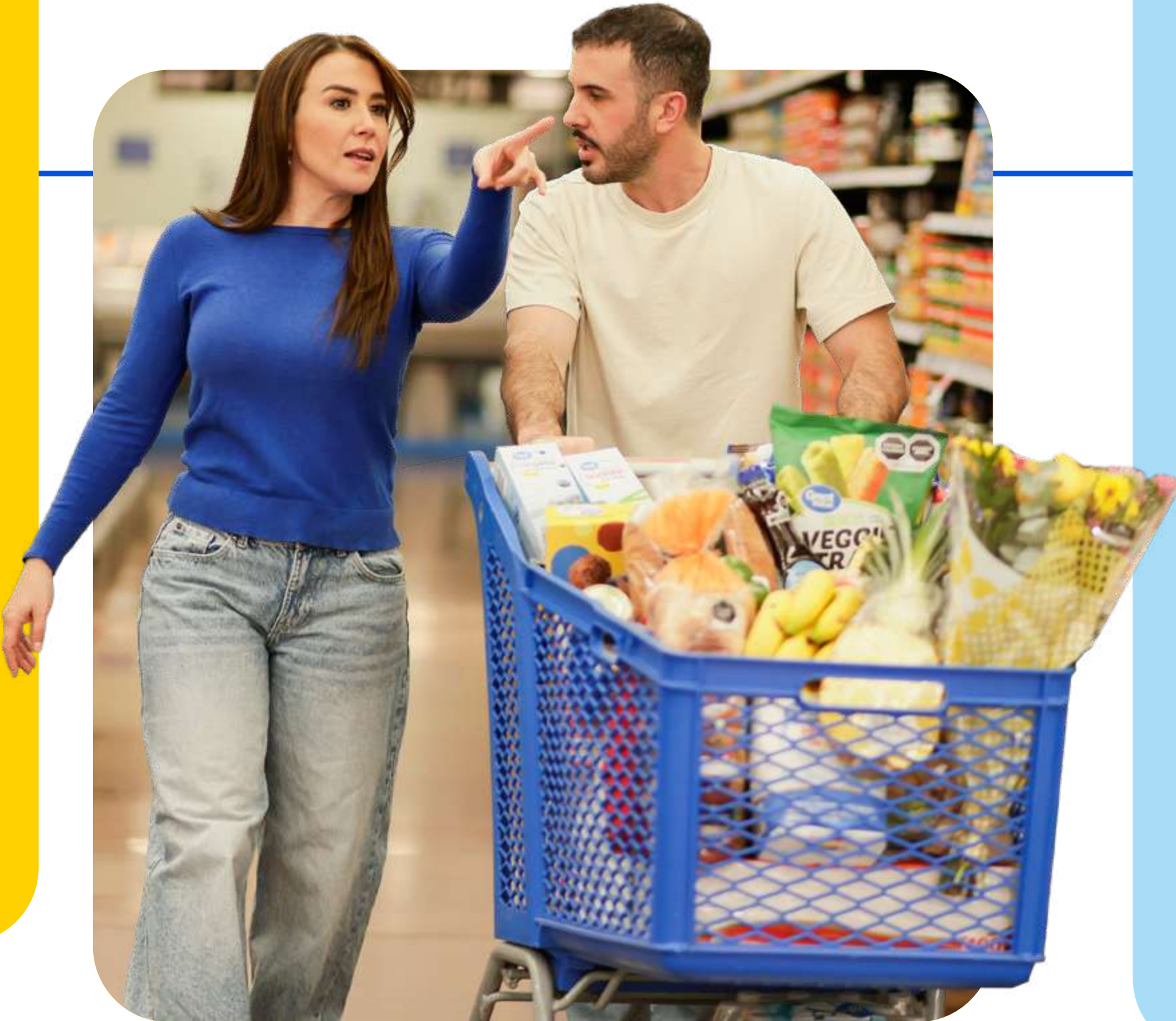
Qué hace

Bait impulsa una mayor frecuencia de visitas y participación digital, generando más puntos de contacto con nuestros clientes y apoyando sus compras de manera más eficiente.

Impacto positivo en nuestro negocio principal

Bait alcanzó más de 26 millones de usuarios activos* en 2025. Hemos observado que estos usuarios gastan, en promedio, 2.5 veces más que los clientes que no tienen Bait. Esto refuerza nuestra convicción de que cuando ofrecemos un valor claro y relevante, como conectividad a precios bajos, los clientes responden con mayor participación, lealtad y confianza.

*Los usuarios activos se refieren a usuarios con al menos una transacción en los últimos 6 meses, incluidas las transacciones económicas (ventas a distribuidores). Incluye líneas de banda ancha para el hogar y MiFi.



Walmart Connect

Qué es

Plataforma omnicanal de comunicación que ofrece a los anunciantes soluciones publicitarias de gran alcance y basadas en datos, tanto en canales digitales, como físicos.

Qué hace

Walmart Connect nos permite generar ingresos de alto margen que reinvertimos en precios y asequibilidad para nuestros clientes, mientras ayudamos a nuestros proveedores a llegar mejor a sus audiencias y medir con mayor precisión el impacto de sus campañas.

Impacto positivo en nuestro negocio principal

Walmart Connect logró un sólido impulso año contra año, con un crecimiento en ingresos de 17 % en México, alcanzando 4,400 millones de pesos, mientras que Centroamérica sumó más de 550 millones de pesos en ingresos. Estos resultados estuvieron significativamente por encima del crecimiento del mercado publicitario, lo que refleja la solidez de nuestra propuesta y cómo podemos diversificar las fuentes de ingresos del negocio core.



Nuestro Negocio

- Carta del CEO
- Perfil de la empresa
- Quiénes somos
- Presencia y desempeño
- Formatos
- Nuevos negocios:
- El ecosistema de Walmart
- Cifras Relevantes

Prioridades de Negocio

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

Beneficios



Qué es

Programa de beneficios y recompensas para clientes que ofrece ahorros, experiencias personalizadas y ventajas basadas en datos, a partir de los hábitos de compra.

Qué hace

Nuestro programa Beneficios conecta todos los nuevos negocios de Walmart a través de datos que nos permiten actuar de forma más rápida e inteligente. Esta información nos ayuda a tomar mejores decisiones de comercialización, cadena de suministro y operaciones en las tiendas, lo que nos permite responder más rápidamente a los cambios en las necesidades de los clientes y operar con mayor disciplina.

Impacto positivo en nuestro negocio principal

Los datos generados ya se están utilizando para mejorar la arquitectura de precios y optimizar la productividad del catálogo a nivel artículo y tienda. A finales de 2025, conectamos con 49.6 millones de clientes activos* y ahora somos capaces de identificar más del 70% de nuestras ventas omnicanal, pasando de transacciones anónimas, a relaciones más personalizadas y profundas con nuestros clientes y socios.

*Un cliente valioso que ha proporcionado su número de teléfono al momento de pagar (a través de TPV y/o autopago, y en eCommerce) al menos una vez en los últimos 90 días.



Soluciones financieras

cashi

Qué es

Plataforma centrada en el cliente que integra una cuenta bancaria digital con Cashi, crédito, remesas y factoraje.

Qué hace

Las soluciones financieras amplían el acceso a servicios bancarios incluyentes, permitiendo a nuestros clientes ahorrar dinero de forma segura, pagar y realizar transacciones de manera simple, mientras aprovechan nuestros puntos de contacto en eCommerce y tiendas físicas. Esto genera una conveniencia que pocos jugadores exclusivamente digitales pueden igualar, al tiempo que fortalece sus metas personales y familiares.

Impacto positivo en nuestro negocio principal

Permite a nuestros clientes acceder a los productos que necesitan a través de soluciones financieras alineadas con sus necesidades y presupuestos. Al ampliar la inclusión financiera, Cashi permitió que más clientes accedieran al crédito digital por primera vez, ayudándolos a integrarse más plenamente en nuestra propuesta de valor y comprar sin problemas en todos nuestros formatos de tienda física y plataformas digitales. Al cierre de 2025, los créditos otorgados crecieron 130%.

Programa de salud



Qué es

Programa integral de salud que combina nuestra amplia red de clínicas y farmacias con asistencia médica remota y beneficios de salud adicionales.

Qué hace

Nuestro programa de salud ofrece a nuestros clientes beneficios y servicios asequibles relacionados con la prevención y la mejora de su salud y bienestar.

Impacto positivo en nuestro negocio principal

Cerramos el año con 6.2 millones de programas vendidos, respaldados por nuestra red de 568 clínicas y 1,574 farmacias, entre otros beneficios. Esto fortalece nuestra percepción como un *retailer* en donde los clientes pueden encontrar todo en un solo lugar, y donde pueden confiar en nuestras opciones de salud presenciales, en tienda y canales digitales. Estos esfuerzos se tradujeron en una tasa de renovación de programas del 23% durante 2025.

Más allá de estas cifras, lo que más importa es cómo los nuevos negocios fortalecen el negocio core.



Nuestro Negocio

Carta del CEO
Perfil de la empresa
Quiénes somos
Presencia y desempeño
Formatos
➔ Nuevos negocios:
El ecosistema de Walmart
Cifras Relevantes

Prioridades de Negocio

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

Cifras Relevantes

EDLP

Disponibilidad

Aceleración del eCommerce *

Valor Financiero

+30 pb

incremento en percepción de precios en México.

+130 pb

Disponibilidad total en México. (4T25 vs 3T25)

17%

crecimiento del GMV en México. 18% crecimiento en las ventas netas en México.

1,011,598 millones

de pesos de ingresos totales consolidados. + 5.5% en ingresos comparado con 2024.

17.2%

penetración de Nuestras Marcas en México.

95.8%

in stock en México.

8.3%

GMV de eCommerce del GMV total en México.

19.2%

ROIC (Retorno sobre el capital invertido).

+70 pb

incremento en penetración de Nuestras Marcas en México.

4.4 días

mejora de días de inventario.

22%

crecimiento del GMV de On Demand en México

10.2%

margen EBITDA consolidado.

19.5%

penetración de Nuestras Marcas en Centroamérica.

4,265

tiendas Walmart de México y Centroamérica. México: 3,316 | Centroamérica: 949

13%

crecimiento del GMV en Marketplace de México.

38,982 millones

de pesos en inversión en proyectos estratégicos.

+70 pb

incremento en penetración de Nuestras Marcas Centroamérica.

33

Cedis Walmart de México y Centroamérica. México: 21 | Centroamérica: 12

42%

de crecimiento del GMV en Centroamérica.

*(GMV: Gross Merchandise Value) Valor bruto de la mercancía: el valor total de los productos vendidos.

Nuevos Negocios

26.4

millones de usuarios activos en Bait.

17%

de crecimiento en ventas de Walmart Connect.

49.6 millones

de clientes activos del programa Beneficios.

130%

crecimiento en créditos otorgados.

6.2

millones de Programas de Salud vendidos.



Nuestro Negocio

- Carta del CEO
- Perfil de la empresa
- Quiénes somos
- Presencia y desempeño
- Formatos
- Nuevos negocios:
- El ecosistema de Walmart
- Cifras Relevantes

Prioridades de Negocio

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas

Cifras Relevantes

Oportunidad	Comunidad	Sustentabilidad	Ética e Integridad
90.2%* de la mercancía que vendemos en nuestras tiendas y clubes es Hecha en México.	+4,287 millones de pesos canalizados en beneficio de las comunidades en México y Centroamérica.	+4.6 millones de pesos invertidos en iniciativas ambientales.	1,279 tiendas y clubes con cero accidentes. 942 en México 337 en Centroamérica
39,294 proveedores en la región. 25,191 en México 14,103 en Centroamérica	+54,282 toneladas de alimentos y mercancías generales canalizados. +47,625 en México +6,657 en Centroamérica	55% del porcentaje estimado de nuestras necesidades de electricidad son suministradas por fuentes renovables. 51.6% en México 77.9% en Centroamérica	54.5% de los miembros del Consejo de Administración son mujeres, 45.5% son independientes.
11,515 empleos generados. 7,601 en México 3,914 en Centroamérica	30,958 voluntarios. 28,495 asociados 2,464 externos	73.4% de nuestros empaques son reciclables, reutilizables o compostables industrialmente.	
23,315 promociones. 16,078 en México 7,237 en Centroamérica			

*Cálculo realizado con base en la metodología para productos hechos en México emitida por la Secretaría de Economía 17 de febrero 2025: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5749333&fecha=17/02/2025#gsc.tab=0; 84.4% considerando todas las categorías de productos vendidos en Walmart México.



- Nuestro Negocio
- Carta del CEO
 - Perfil de la empresa
 - Quiénes somos
 - Presencia y desempeño
 - Formatos
 - Nuevos negocios: El ecosistema de Walmart
 - Cifras Relevantes

Prioridades de Negocio

Valor Financiero

Valor Compartido

Anexos

Descargas