



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**