



# NUESTRO NEGOCIO

CENTRADOS EN EL CLIENTE

conectamos soluciones  
y generamos valor para  
nuestros grupos de interés

CONGELADOS



**6 millones**

de clientes visitan nuestras tiendas cada día en México y Centroamérica

Nuestra ambición es convertarnos en una Empresa Regenerativa





# MENSAJE DE LA PRESIDENTA DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, Y DEL PRESIDENTE EJECUTIVO Y DIRECTOR GENERAL

GRI 2-14

El 2023 fue un año bueno, en el que logramos nuestras metas. Nuestros clientes enfrentaron un entorno económico difícil, con alta inflación, lo que los llevó a ajustar sus hábitos de consumo.

A lo largo del año, estuvimos a su lado ofreciendo precios bajos para ayudarlos a vivir mejor y honrar la confianza que depositan en nosotros.



**KATHRYN MCLAY**

Presidenta del Consejo de Administración de Walmart de México y Centroamérica  
Presidenta y CEO de Walmart Internacional

**GUILHERME LOUREIRO**

Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart de México y Centroamérica





Agradecemos especialmente a nuestros asociados, porque ellos son quienes están en la primera línea, cerca de nuestros clientes y socios. Como decía Sam Walton, “*si quieres que la gente en las tiendas atienda bien a los clientes, primero tienes que tratarlos bien a ellos*”. Por ello seguimos **creando oportunidades de desarrollo que mejoran su calidad de vida**, incluyendo el programa Walmart Educación que permitió a **2,400 asociados terminar sus estudios de secundaria, bachillerato o licenciatura**. Con todo ello, el año pasado logramos el Índice de Compromiso más alto de nuestra historia con 90%.

Somos una empresa **liderada por personas, empoderada por la tecnología, omnicanal, dedicada a ayudar a la gente a ahorrar dinero y vivir mejor**. En ese sentido, en 2023 continuamos invirtiendo en precios bajos, logrando una **mejora en la percepción de precio de 120 puntos base en el año en México**. Asimismo, seguimos trabajando en el marco del Paquete contra la Inflación y la Carestía (PACIC) para continuar llevando a nuestros clientes los precios más bajos todos los días.

En la región, logramos un crecimiento consolidado en las ventas de 8.2%. En México, **pusimos en operación nuestra tienda número 3,000**, aumentamos las ventas en 9.3% y **superamos al mercado de autoservicios y clubes en ventas a unidades iguales en 60 puntos base en la medición de ANTAD**. De estas tiendas, ya más de 1,200 cuentan con capacidad de servicio *On Demand*, consolidando nuestra posición como un líder omnicanal.

Al mismo tiempo, estamos creando nuevas formas de servir y **ayudar a nuestros clientes a solucionar sus problemas y satisfacer sus necesidades**. Empoderados por la tecnología, continuamos brindando soluciones seguras, convenientes y a precios bajos con Bait, para dar acceso a los beneficios de la economía digital. Ofrecimos servicios financieros asequibles como créditos, envío de remesas y una cartera digital a través de Cashi. Ayudamos a las marcas a llegar más eficazmente **a los clientes** mediante Walmart Connect. Seguimos ampliando nuestra oferta de atención primaria de salud a precios accesibles, con nuestra Membresía de Salud e inaugurando nuestro primer Centro de Servicios Médicos en la Ciudad de México.



**+3,000**  
tiendas en en México

**60pb**  
por arriba del crecimiento en ventas a unidades iguales del mercado de autoservicio y clubes en la medición de ANTAD



Hemos avanzado en el camino de convertirnos en una Empresa Regenerativa, haciendo nuestra parte por la sociedad y el planeta, con más oportunidades de desarrollo para nuestros asociados y proveedores, impactando positivamente a las comunidades en donde operamos. Somos el principal donante a bancos de alimentos. A través de Fundación Walmart de México donamos más de 40,300 toneladas de alimentos a 98 bancos en todo el país. Asimismo, seguimos impulsando las **plataformas de desarrollo para PyMes y productores agrícolas**, ayudando a que su ingreso promedio creciera 40.3% en México.

Tras la devastación que dejó el Huracán Otis en la costa de Guerrero, actuamos de manera inmediata para cuidar el bienestar de nuestros asociados y el de todas las familias de la comunidad. **Donamos 100 millones de pesos**, incluyendo 50 millones de *Walmart Foundation*, habilitamos centros de acopio en nuestras tiendas, abrimos comedores comunitarios gratuitos, centros de atención médica y ofrecimos conexión gratuita en telefonía móvil e internet para clientes de Bait en la zona.



**Avanzamos también en nuestros objetivos de sustentabilidad**, logrando reutilizar el **38.2%** de agua en nuestras unidades y un avance de **78.5%** hacia nuestra meta de Cero Residuos. Hemos implementado iniciativas para mitigar el cambio climático, como la instalación de paneles solares en los techos de todas nuestras tiendas nuevas. A pesar de ello, este año no logramos nuestra meta de reducción de emisiones. Para garantizar que sigamos en la ruta correcta para lograr el objetivo de **Cero Emisiones a 2040**, hemos decidido ajustar nuestras acciones para la reducción de emisiones a mediano plazo.

Gracias a nuestros asociados por su compromiso y esfuerzo; y a nuestros clientes, socios, proveedores e inversionistas por su confianza. Nos fortaleceremos como una gran organización de excelencia, omnicanal, que cada día es impulsada por la mejor tecnología y dirigida por las mejores personas y los mejores equipos.

Todos estamos dedicados a ofrecer Precios Bajos Todos los Días para que las familias de México y Centroamérica puedan ahorrar dinero y vivir mejor.

¡Muchas gracias por confiar en nuestra compañía!

**KATHRYN MCLAY**

Presidenta del Consejo de Administración de Walmart de México y Centroamérica  
Presidenta y CEO de Walmart Internacional

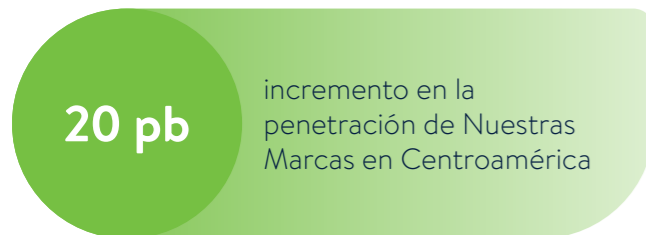
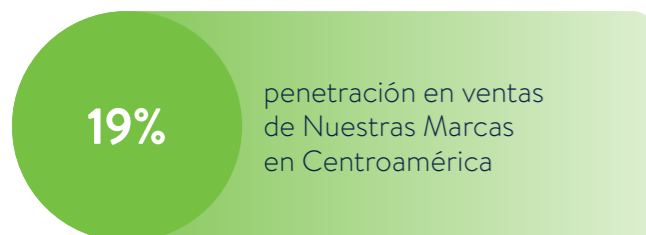
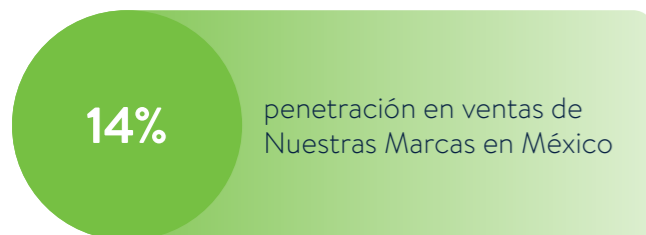
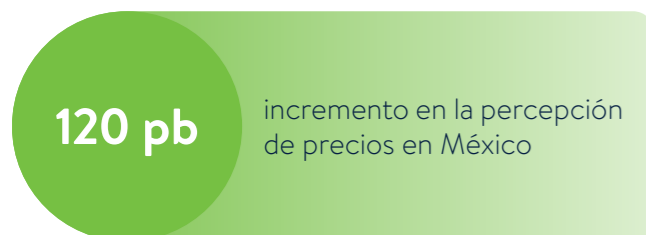
**GUILHERME LOUREIRO**

Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart de México y Centroamérica



# CIFRAS RELEVANTES

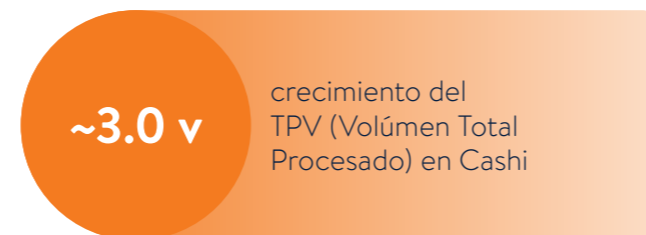
## GANAR EN DESCUENTO



## SER LÍDERES OMNICANAL



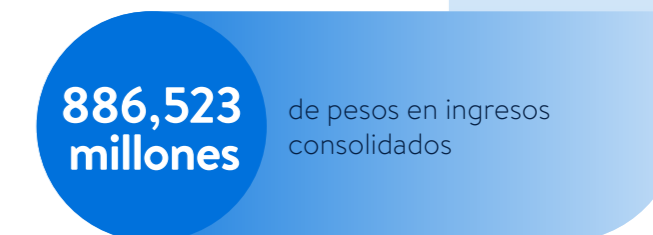
## ECOSISTEMA PREFERIDO



## HABILITADORES



## FINANCIERO



\*v=veces  
\*\* Fuente: Bloomberg

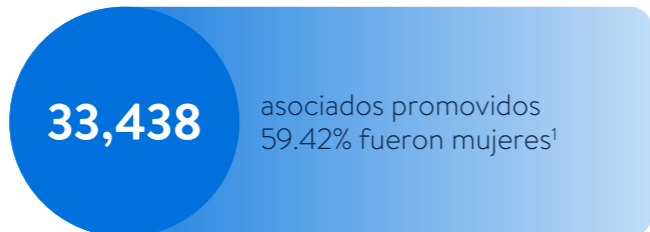
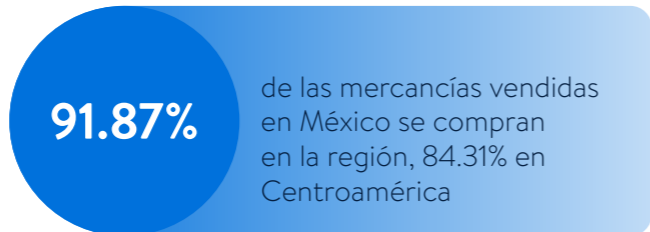




# CIFRAS RELEVANTES

DESCARGA NUESTRAS CIFRAS RELEVANTES 2023

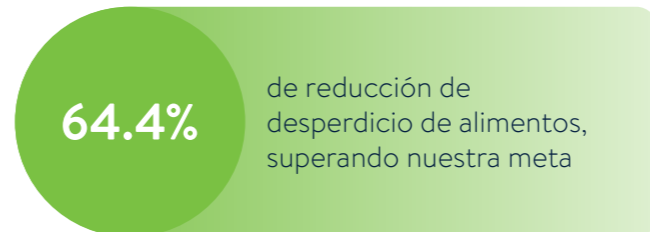
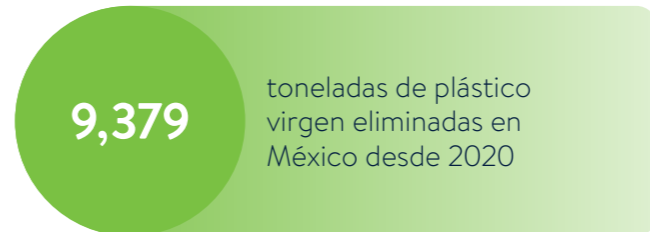
## OPORTUNIDAD



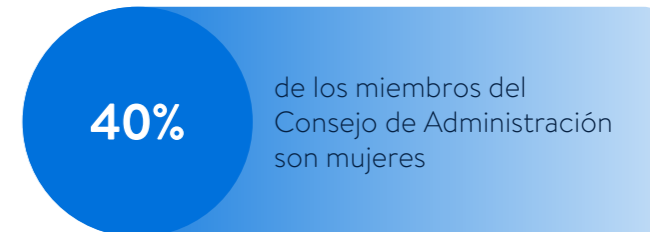
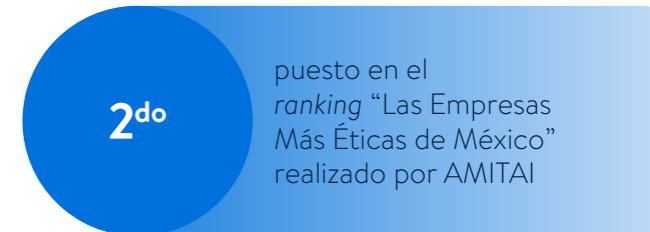
## COMUNIDAD



## SUSTENTABILIDAD



## ÉTICA E INTEGRIDAD



<sup>1</sup>México y Centroamérica



# NUESTRA ESTRATEGIA

Prioridades estratégicas y habilitadores para acelerar el crecimiento

## PRIORIDADES ESTRATÉGICAS



Ganar en descuento



Ser líderes omnicanal



Ecosistema preferido

## HABILITADORES



Centricidad en el cliente



Cadena de suministro



Tecnología



Mejor talento

Regeneración y confianza

Precios y costos bajos todos los días

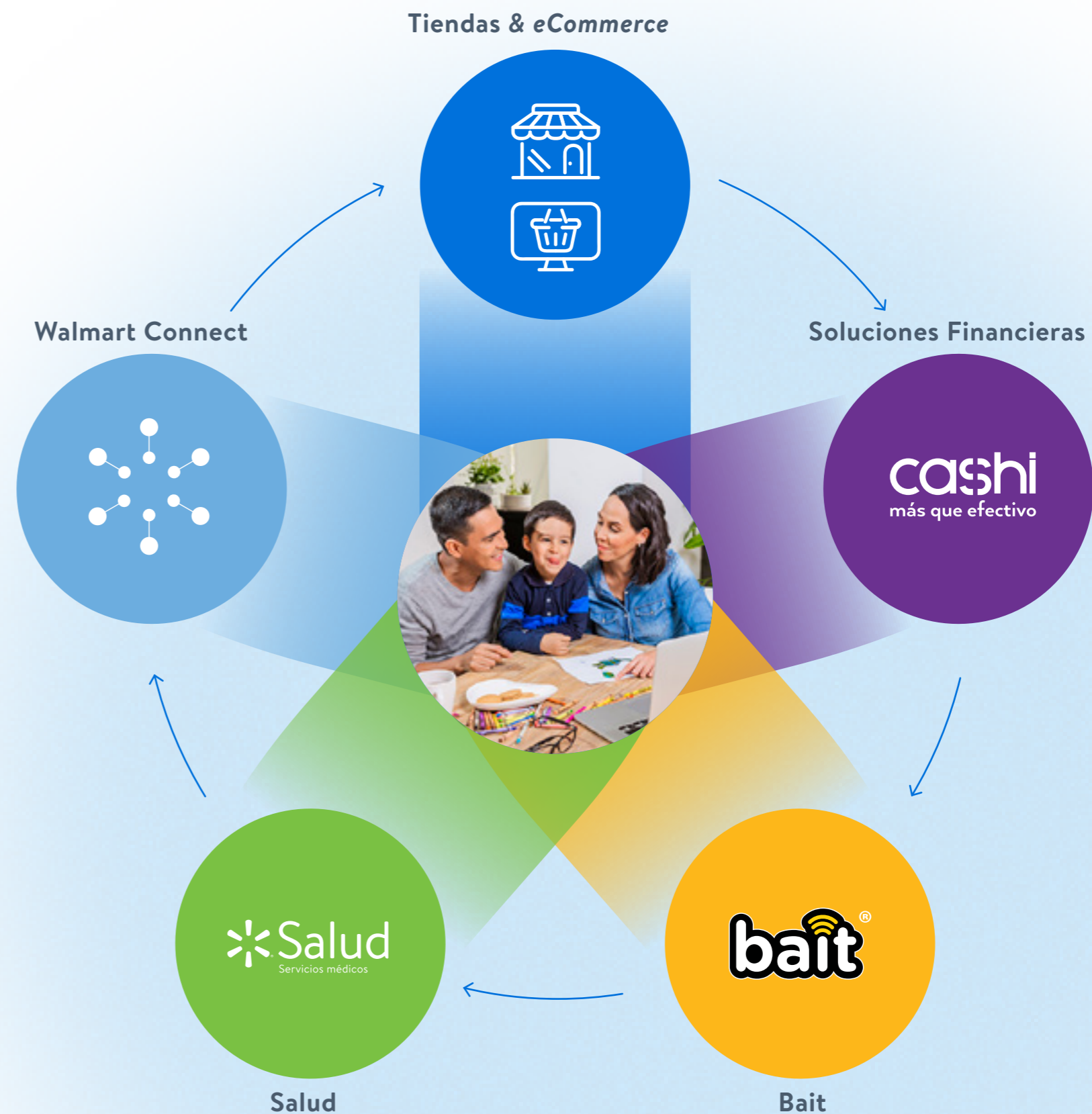




# EL ECOSISTEMA WALMART

En los últimos años, nuestra empresa ha experimentado un cambio significativo, evolucionando de ser una compañía de tiendas físicas a una compañía omnicanal. Este cambio ha sido un viaje emocionante y desafiante, con un objetivo claro: atender las necesidades de nuestros clientes en un mismo lugar y a un precio que puedan pagar.

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.







# EMPRESA REGENERATIVA

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

En 2023, seguimos avanzando en nuestra ambición de convertirnos en una Empresa Regenerativa para el año 2040, poniendo al planeta y a la sociedad en el centro de nuestras decisiones. Nuestros esfuerzos se enfocan en cuatro prioridades estratégicas: Oportunidad, Comunidad, Sustentabilidad, Ética e Integridad.

Hacer que la Regeneración sea parte de nuestra forma de trabajar, colocando a las personas y al planeta en el centro para cumplir nuestro propósito de ayudar a las personas a ahorrar dinero y vivir mejor.







# DOBLE MATERIALIDAD

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

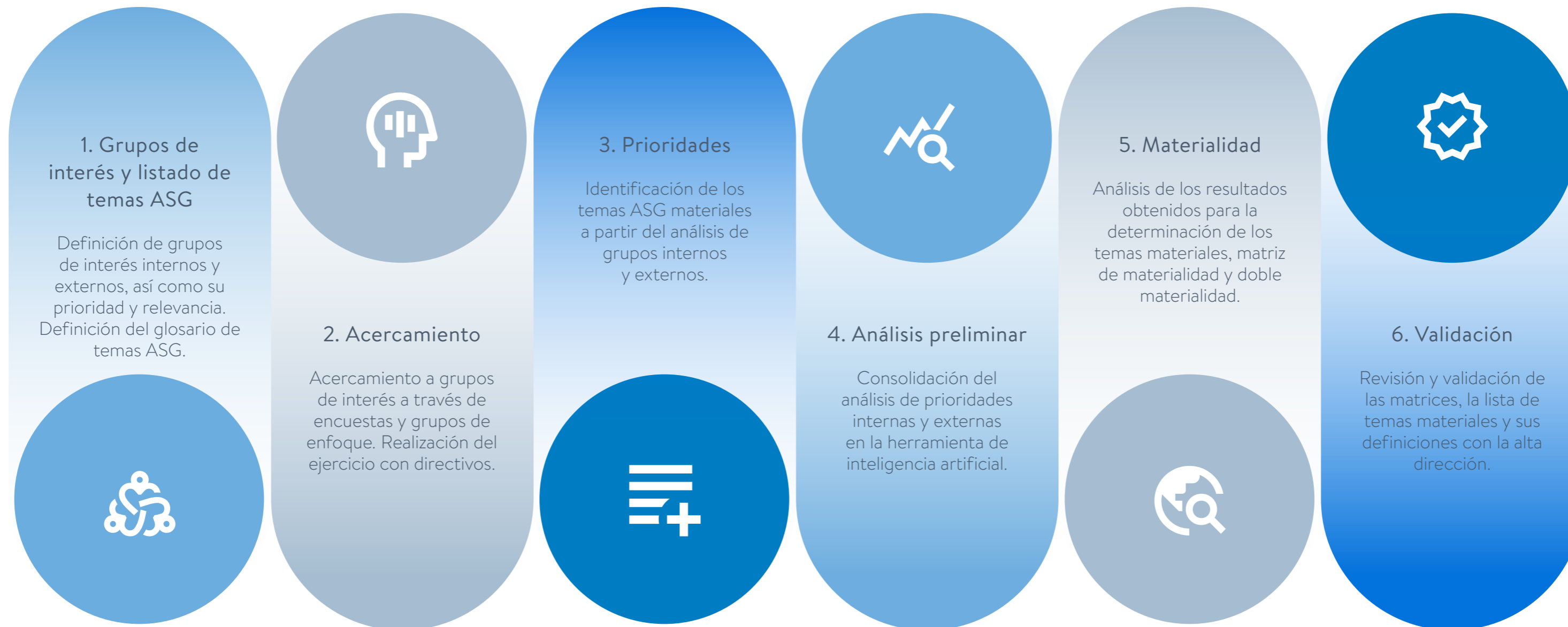
La Doble Materialidad es un análisis que enfatiza la necesidad de que las organizaciones consideren no solo cómo sus actividades inciden en su entorno, tanto a nivel social como ambiental, sino también cómo estos factores externos pueden afectar su rendimiento financiero. Durante el 2023, de la mano de Deloitte, realizamos nuestro primer Análisis de Doble Materialidad en México y Centroamérica.







## Metodología del Análisis de Doble Materialidad







# 1 GRUPOS DE INTERÉS Y LISTADO DE TEMAS ASG

GRI 2-29



## ASOCIADOS

Oportunidades de carrera y ambientes de trabajo seguros e inclusivos.



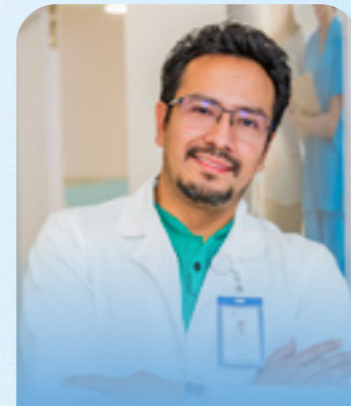
## CLIENTES

Acceso conveniente a productos y servicios asequibles, confiables y sustentables.



## PROVEEDORES

Acceso a los mercados y capacidad para acelerar la sustentabilidad de la cadena de suministro.



## SOCIOS COMERCIALES

Alianzas estratégicas para fortalecer el ecosistema.



## ACCIONISTAS

Rendimientos superiores a largo plazo a través del liderazgo financiero y ASG.



## PLANETA

Liderazgo para preservar, restaurar y regenerar al planeta.



## COMUNIDADES

Recursos para construir comunidades más fuertes e inclusivas.



## GOBIERNO Y SINDICATOS

Alianzas estratégicas para el beneficio de las comunidades y nuestros asociados.



## Listado de temas ASG

Los temas ASG que se evaluaron en los diferentes acercamientos con los grupos de interés son:

### Oportunidad

Tema	Subtemas	Definición	INDICADORES	
			GRI	SASB
Diversidad, equidad e inclusión	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oportunidades justas y equitativas, incluyendo equidad de género</li> <li>Talento con discapacidad</li> <li>No discriminación</li> <li>Diversidad sexual y de género</li> <li>Igualdad en la remuneración</li> </ul>	Procesos y mecanismos de la empresa para generar condiciones adecuadas para incrementar y mantener la diversidad de la fuerza laboral, asegurando la igualdad de oportunidades y no discriminación de sus asociados. Incluye la compensación justa, transparente y equitativa sin distinción de raza, género, edad, origen cultural, religión y orientación sexual.	405 Diversidad e igualdad de oportunidades 406 No discriminación	TC-IM-330a CG-EC-330a SV-AD-330a CG-MR-330a
Salud y seguridad en el trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Salud y seguridad ocupacional</li> </ul>	Mecanismos para garantizar espacios y condiciones de trabajo seguros y saludable para los asociados, incluyendo el Sistema de Gestión de Salud y Seguridad. Aborda los protocolos y capacitación en materia de salud y seguridad con el fin de promover la prevención de riesgos y mitigar las lesiones y enfermedades laborales. Garantiza el cumplimiento legal en materia de salud y seguridad ocupacional.	403 Salud y seguridad en el trabajo	CG-AA-430b CF-AA-430b
Prácticas laborales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beneficios e incentivos a los asociados</li> <li>Derechos laborales</li> <li>Libertad de asociación</li> </ul>	Abarca las prácticas de empleo, el cumplimiento de los regímenes regulatorios y las normas laborales internacionalmente aceptadas en el lugar de trabajo. Captura los derechos laborales mínimos, el respeto a la libertad de asociación y la compensación justa. De igual forma, incluye las actividades para promover el bienestar físico, mental y emocional de los asociados, considerando el balance de vida-trabajo.	401 Empleo 402 Relaciones trabajador-empresa 407 Libertad de asociación y negociación colectiva	TC-IM-330a CG-EC-330a CG-AA-430b CG-MR-310a CG-TS-430a CG-MR-310a
Atracción, desarrollo y retención de talento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Satisfacción de los asociados</li> <li>Capacitación y planes de crecimiento</li> <li>People analytics/future of work</li> <li>Gestión de cambios organizacionales</li> </ul>	Procesos y medidas para garantizar que la fuerza laboral funcione en sus niveles más productivos y haga frente a los cambios organizacionales. Incluyendo prácticas de contratación, retención, satisfacción y desarrollo de asociados, procurando un buen ambiente laboral y un diálogo abierto.	401 Empleo 404 Formación y educación	TC-IM-330a CG-EC-330a CG-MR-310a
Gestión de la cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación a la cadena de suministro</li> <li>Compras responsables y eficientes</li> <li>Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro</li> </ul>	Definición de compromisos y políticas diseñadas para rastrear, evaluar, monitorear y dar seguimiento al desempeño e impacto de los proveedores en materia ASG y de cumplimiento normativo. Incluye estrategias para mantener una comunicación fluida y colaboración entre el negocio y sus proveedores. Abarca los procesos para fomentar el abastecimiento responsable de productos y servicios.	204 Prácticas de abastecimiento 301 Materiales 308 Evaluación ambiental a proveedores 407 Libertad de asociación y negociación colectiva	CG-AA-440a CG-BF-430a CG-HP-430a CG-MR-410a CG-TS-430a CG-AA-430a CG-AA-430b HC-MC-260a CG-BF-410a
Desarrollo inclusivo de proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crecimiento de proveedores locales, incluyendo PyMes</li> <li>Capacitaciones y asesorías a proveedores</li> <li>Mejora en el desempeño ASG de proveedores</li> </ul>	Desarrollo de proveedores mediante la selección de pequeños productores, PyMes y proveedores locales y a través de iniciativas de capacitación, apoyo y asesoría. Esto, con el fin de mejorar su acceso al mercado y su desempeño ASG.	408 Trabajo infantil 409 Trabajo forzoso u obligatorio 414 Evaluación social a proveedores	





# Comunidad

Tema	Subtemas	Definición	INDICADORES	
			GRI	SASB
Acceso a productos/servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Productos y servicios asequibles</li> <li>■ Precios competitivos</li> <li>■ Acceso a servicios de salud</li> <li>■ Acceso a servicios financieros</li> </ul>	<p>Procesos utilizados para garantizar un surtido adecuado de productos y servicios de calidad disponibles y accesibles para los consumidores sin importar su raza, capacidad física o género. Incluye los procedimientos que permiten establecer precios de forma competitiva tanto para los productos vendidos, como para los servicios ofrecidos en las verticales.</p> <p>Para la vertical Salud, incluye los procesos y mecanismos que aseguran que los servicios de salud sean accesibles para los clientes. De mismo modo, en la vertical de Soluciones Financieras, este tema incluye los procesos que permiten garantizar la accesibilidad de los clientes a productos y servicios financieros.</p>	No aplica	HC-MC-240a
Calidad y seguridad del producto y/o servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Pruebas de producto</li> <li>■ Productos saludables y nutrición de los consumidores</li> <li>■ Inocuidad alimentaria</li> <li>■ Calidad del servicio</li> <li>■ Organismos genéticamente modificados (OGM)</li> </ul>	<p>Se refiere a las iniciativas, políticas, procedimientos, capacitación del personal y criterios de selección para garantizar la calidad de los productos y servicios y la seguridad de los consumidores finales. Incluyendo las consideraciones sobre el origen y los ingredientes del producto y sus posibles efectos en la salud del cliente. En este tema se incluyen referencias a incumplimientos de la calidad y seguridad del producto o servicio.</p>	416 Salud y seguridad de los clientes	CG-AA-250a CG-TS-250a CG-HP-250a CG-AM-250a
Mercadotecnia y etiquetado responsable	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Certificaciones/ecoetiquetas</li> <li>■ Transparencia en el etiquetado y disponibilidad de información</li> <li>■ Publicidad responsable</li> </ul>	<p>Requisitos, normas, certificaciones y prácticas establecidas para la presentación de información clara y transparente en la publicidad, etiquetado y venta tanto de productos (tiendas e eCommerce), como de servicios (Soluciones Financieras, Bait y Salud). Incluye la gestión de los desafíos sociales relacionados con la falta de información transparente (precio correcto, promociones claras, etiquetado correcto, etc.), precisa y completa.</p>	417 Marketing y etiquetado	CG-AM-250a CG-MR-410a CG-AA-440a CG-AM-410a CG-BF-430a CG-HP-430 SV-AD-220a CG-EC-220a TC-IM-220a SV-AD-270a
Relación con la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mecanismos de diálogo con las comunidades</li> <li>■ Apoyo y desarrollo de la comunidad</li> <li>■ Voluntariado</li> <li>■ Apoyo a desastres naturales</li> <li>■ Combate al hambre</li> </ul>	<p>Este tema describe cómo la empresa gestiona su relación con la comunidad, incluyendo los mecanismos de diálogo y apoyo en caso de desastres a las comunidades locales. Incluye los proyectos implementados para mejorar el desarrollo y bienestar de la comunidad, así como las actividades de voluntariado de la organización. Considera las contribuciones y donativos para procurar la seguridad alimentaria y combatir el hambre.</p>	413 Comunidades locales	No aplica
Inversión en comunidades locales	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Inversión en infraestructura</li> <li>■ Fomento del empleo local</li> </ul>	<p>Proyectos de inversión que permiten fortalecer las capacidades y resiliencia de la comunidad. Incluye por ejemplo, inversiones en infraestructura y el fomento de la economía local a través de oportunidades de empleo para la comunidad.</p>		
Satisfacción y experiencia del cliente/socio	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Experiencia de compra buena y ágil</li> <li>■ Satisfacción del cliente</li> </ul>	<p>Procesos para garantizar la satisfacción y lealtad de los clientes, así como proteger la reputación de la marca a través de buenas y ágiles experiencias de compra. De igual forma, incluye los mecanismos de trato y atención al cliente que permiten que éstos puedan dar retroalimentación a la compañía sobre sus necesidades y preferencias.</p>	No aplica	HC-MC-250a
Innovación y tecnología	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Inteligencia artificial</li> <li>■ Innovación del modelo de negocio</li> <li>■ Transformación digital</li> <li>■ Gestión de la innovación</li> </ul>	<p>Estrategias internas para el desarrollo y uso de tecnologías avanzadas e innovaciones digitales que contribuyen a mejoras en la eficiencia de los procesos y experiencia del cliente y otras partes interesadas.</p>	No aplica	TC-TL-520a



# Sustentabilidad

Tema	Subtemas	Definición	INDICADORES	
			GRI	SASB
Gestión del cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de riesgos y oportunidades físicas del cambio climático</li> <li>Gestión de riesgos y oportunidades de transición a una economía de bajo carbono</li> <li>Estrategias de adaptación al cambio climático</li> </ul>	Identificación, clasificación y gestión de riesgos y oportunidades climáticas, tanto físicos como de transición. Considera la cuantificación del impacto de los riesgos climáticos en la organización y su cadena de valor. Aborda también las estrategias establecidas para hacer frente a los riesgos identificados y la gobernanza necesaria para implementar los planes de adaptación al cambio climático.	201 Desempeño económico	HC-MC-450a CG-AA-440a
Energía	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uso, conservación y reducción de la energía</li> <li>Eficiencia energética en inmuebles</li> <li>Combustibles alternos</li> <li>Transición a energía renovable</li> </ul>	Gestión del consumo energético, producción, diversificación, recuperación y reducción. Incluye la obtención de energía de fuentes renovables y combustibles alternos.	302 Energía	CG-MR-130a CG-EC-130a CG-BF-130a TC-TL-130a TC-IM-130a
Agua	<ul style="list-style-type: none"> <li>Extracción, consumo y vertido de agua</li> <li>Contaminación del agua</li> </ul>	Gestión, conservación y consumo eficiente y responsable de los recursos hídricos para satisfacer las necesidades propias y las de la cadena de valor (clientes y proveedores). Adicionalmente, captura el consumo de agua, los esfuerzos para reducirlo y los efluentes de agua. Incluye la recuperación, reciclaje y tratamiento de aguas residuales.	303 Agua y Efluentes	CG-HP-140a TC-IM-130a CG-EC-130a CG-AA-430a
Capital natural	<ul style="list-style-type: none"> <li>Protección de la biodiversidad</li> <li>Conservación y remediación del ecosistema</li> </ul>	Gestión de los impactos de cada una de las verticales y el negocio en la biodiversidad y el ecosistema, incluyendo iniciativas de protección, cuidado, remediación y restauración de ecosistemas.	304 Biodiversidad	CG-BF-430a CG-HP-430a CG-AA-440a
Emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emisiones y reducción de GEI</li> <li>Flotilla de distribución y transporte bajo en emisiones</li> </ul>	Emisiones de gases de efecto invernadero que la organización genera de sus actividades bajo su control (Alcance 1), de la energía que utiliza y compra (Alcance 2) y de actividades relacionadas con el negocio que se crean a partir de fuentes fuera de su propiedad y control (Alcance 3). Además, incluye la divulgación sobre reducciones de emisiones de GEI, así como de sistemas de transporte más inteligentes y ecológicos, planificación de infraestructura y gestión logística.	305 Emisiones	CG-AA-430a CG-EC-410a
Gestión de residuos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de residuos peligrosos, incluyendo residuos farmacéuticos (medicamentos) y biológico-infecciosos</li> <li>Gestión de residuos no peligrosos</li> <li>Reciclaje, recuperación y reducción</li> </ul>	Prácticas de economía circular con el fin de alcanzar cero residuos a rellenos sanitarios en operaciones, plásticos y empaques para 2025. Disposición, tratamiento, recuperación, reciclaje y reducción de residuos peligrosos y no peligrosos, así como el manejo y almacenamiento de materiales peligrosos. Incluye la gestión y minimización de desperdicios de alimentos.	306 Residuos	TC-TL-440a CG-HP-410a
Diseño y gestión del ciclo de vida del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de plásticos</li> <li>Economía circular</li> <li>Empaque sustentable</li> </ul>	Integración de criterios ambientales en el ciclo de vida de los productos, desde la producción y el consumo/uso, hasta el final de su vida útil. Abarca prácticas, medidas y procesos que minimizan o eliminan los impactos negativos de los productos y/o empaques en el medio ambiente.	301 Materiales	CG-MR-410a CG-AM-410a CG-BF-410a TC-TL-440a CG-HP-410a CG-EC-410a CG-HP-250a





# Ética e Integridad

Tema	Subtemas	Definición	INDICADORES	
			GRI	SASB
Comportamiento ético	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ética corporativa</li> <li>■ Cultura corporativa</li> <li>■ Reputación corporativa</li> <li>■ Anticorrupción</li> <li>■ Mecanismos de denuncias</li> <li>■ Diversidad en el Consejo de Administración</li> <li>■ Evaluación del desempeño del Consejo de Administración</li> <li>■ Cumplimiento regulatorio</li> <li>■ Prácticas fiscales responsables</li> </ul>	Este tema se refiere al código moral de conducta y principios rectores para garantizar un comportamiento ético y generar confianza entre clientes, proveedores y al interior de la empresa. Captura la gestión de riesgos y oportunidades asociados con consideraciones éticas, comportamiento legal y práctica de cumplimiento, así como la relación con los organismos reguladores.	205 Anticorrupción 207 Fiscalidad 415 Política pública	CG-AA-430b SV-AD-270a HC-MC-250a
Gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Efectividad de los órganos de gobierno</li> <li>■ Estructura de gobernanza ASG</li> </ul>	Mecanismos, procedimientos y reglas relacionados con el sistema de control interno, supervisión, presentación de informes y toma de decisiones que generen valor para todos los grupos de interés.	2 Contenidos generales	No aplica
Prácticas de mercado y competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Competencia justa</li> <li>■ Propiedad intelectual</li> <li>■ Acceso justo al mercado</li> </ul>	Prácticas para prevenir actividades y comportamientos anticompetitivos. De igual forma, se incluyen los procesos para proteger los derechos de propiedad intelectual de la empresa.	206 Competencia desleal	TC-IM-520a TC-TL-220a TC-TL-520a
Transparencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Relación con inversionistas</li> <li>■ Divulgación de información no financiera</li> <li>■ Vinculación/acercamiento con grupos de interés</li> </ul>	Gestión integral de la comunicación corporativa, interna y externa, a través del monitoreo, reporte y divulgación de información financiera y no financiera a los grupos de interés. Permite rendir cuentas a los grupos de interés sobre los avances, resultados y desempeño de la empresa.	2 Contenidos generales	No aplica
Gestión de riesgos en la operación y en la cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Resiliencia y continuidad del Negocio</li> <li>■ Gestión de desastres y crisis</li> <li>■ Gestión de riesgos físicos, sociopolíticos y ASG</li> <li>■ Creación de valor a largo plazo</li> <li>■ Adaptación a tendencias demográficas</li> </ul>	Identificación y gestión adecuada de los riesgos ambientales, sociales y económicos, de la operación y de la cadena de suministro, como parte de la planeación del modelo de negocio. Incluye cómo la empresa responde y se adapta a las principales tendencias para continuar generando valor para sus grupos de interés. Asimismo, el tema integra los protocolos, planes y acciones para permitir la continuidad del negocio en situaciones de crisis.	201 Desempeño económico	TC-TL-550a CG-AA-440a CG-AA-430b CG-HP-430a
Privacidad y seguridad de la información	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ciberseguridad</li> <li>■ Seguridad de datos</li> </ul>	Incluye los procesos, procedimientos y herramientas para garantizar la privacidad y protección de datos personales de los asociados, clientes, socios y terceros. Además, aborda los procesos de ciberseguridad que permiten proteger las computadoras, redes y programas de la empresa en caso de enfrentar incidentes de seguridad. Asimismo, el tema describe los mecanismos de consolidación, almacenamiento, procesamiento y envío de información personal y sensible. En el caso de la vertical de Salud, incluye la gestión específica de datos personales y sensibles relacionados con el estado de salud de los clientes / pacientes.	418 Privacidad del cliente	CG-MR-230a HC-MC-230a TC-TL-230a TC-IM-230a TC-TL-550a CG-EC-230a TC-IM-220a CG-EC-220a SV-AD-220a TC-TL-220a
Derechos humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Riesgos a los derechos humanos en la operación</li> <li>■ Riesgos a los derechos humanos en la cadena de suministro</li> </ul>	Respeto a los derechos y libertades fundamentales inherentes a todos los seres humanos que aseguren que puedan vivir con dignidad, libertad, igualdad, justicia y paz, y las medidas necesarias para hacer efectivos dichos derechos con los asociados, proveedores, clientes y ciudadanos de las comunidades donde se opera.	408 Trabajo infantil 409 Trabajo forzoso u obligatorio 410 Prácticas en materia de seguridad 411 Derechos de los pueblos indígenas	CG-AA-430b



## 2 ACERCAMIENTO

Para el acercamiento con los grupos de interés, se utilizaron dos canales: encuestas digitales y grupos de enfoque.

A través de estos, se recopiló información sobre las prioridades de cada grupo con el objetivo de realizar un análisis tanto cuantitativo como cualitativo de los temas materiales para Walmart de México y Centroamérica.

# 5,352

Encuestas Totales

# 3,446

México

# 1,906

Centroamérica

GRUPOS DE ENFOQUE CON: **9** Grupos de enfoque totales



# 1

Asociados de operaciones (México)



# 2

Asociados de Staff (México y Centroamérica)



# 2

ONG (México y Centroamérica)



# 4

Clientes y socios (Walmart Supercenter, Walmart Express, Bodega Aurrera y Sam's Club)

## 3 4

## PRIORIDADES Y ALINEACIÓN

Se identificaron los temas ASG relevantes para la compañía a partir de análisis de reportes de grupos internos y externos.

Esta identificación se dio a través de una herramienta de inteligencia artificial que detecta los temas ASG más relevantes en la industria, adicionalmente se elaboró un *benchmark* con el objetivo de analizar el nivel de madurez de la gestión ASG de empresas líderes del sector y, finalmente se incluyeron en el estudio nuestras verticales de salud, conectividad y servicios financieros, analizando los temas más relevantes en cada uno de sus sectores.

De esta manera se seleccionaron los temas prioritarios a incluir en el análisis.





# 5 MATERIALIDAD

De acuerdo con los resultados obtenidos en nuestro análisis de doble materialidad, identificamos los temas ASG materiales para la empresa y para nuestros grupos de interés, así como los riesgos, oportunidades e impactos financieros.

## TEMAS MATERIALES DE WALMART MÉXICO Y CENTROAMÉRICA



### OPORTUNIDAD

- 4 Prácticas laborales
- 5 Salud y seguridad en el trabajo
- 10 Desarrollo inclusivo de proveedores
- 14 Atracción, desarrollo y retención de talento
- 16 Gestión de la cadena de suministro
- 22 Diversidad, equidad e inclusión



### COMUNIDAD

- 1 Acceso a productos/servicios
- 2 Calidad y seguridad del producto y/o servicio
- 15 Inversión en comunidades locales
- 17 Relación con la comunidad
- 18 Mercadotecnia y etiquetado responsable
- 21 Satisfacción y experiencia del cliente/socio
- 26 Innovación y tecnología



### SUSTENTABILIDAD

- 6 Diseño y gestión del ciclo de vida del producto
- 7 Energía
- 9 Gestión del cambio climático
- 12 Gestión de residuos
- 13 Emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)
- 20 Agua
- 24 Capital natural



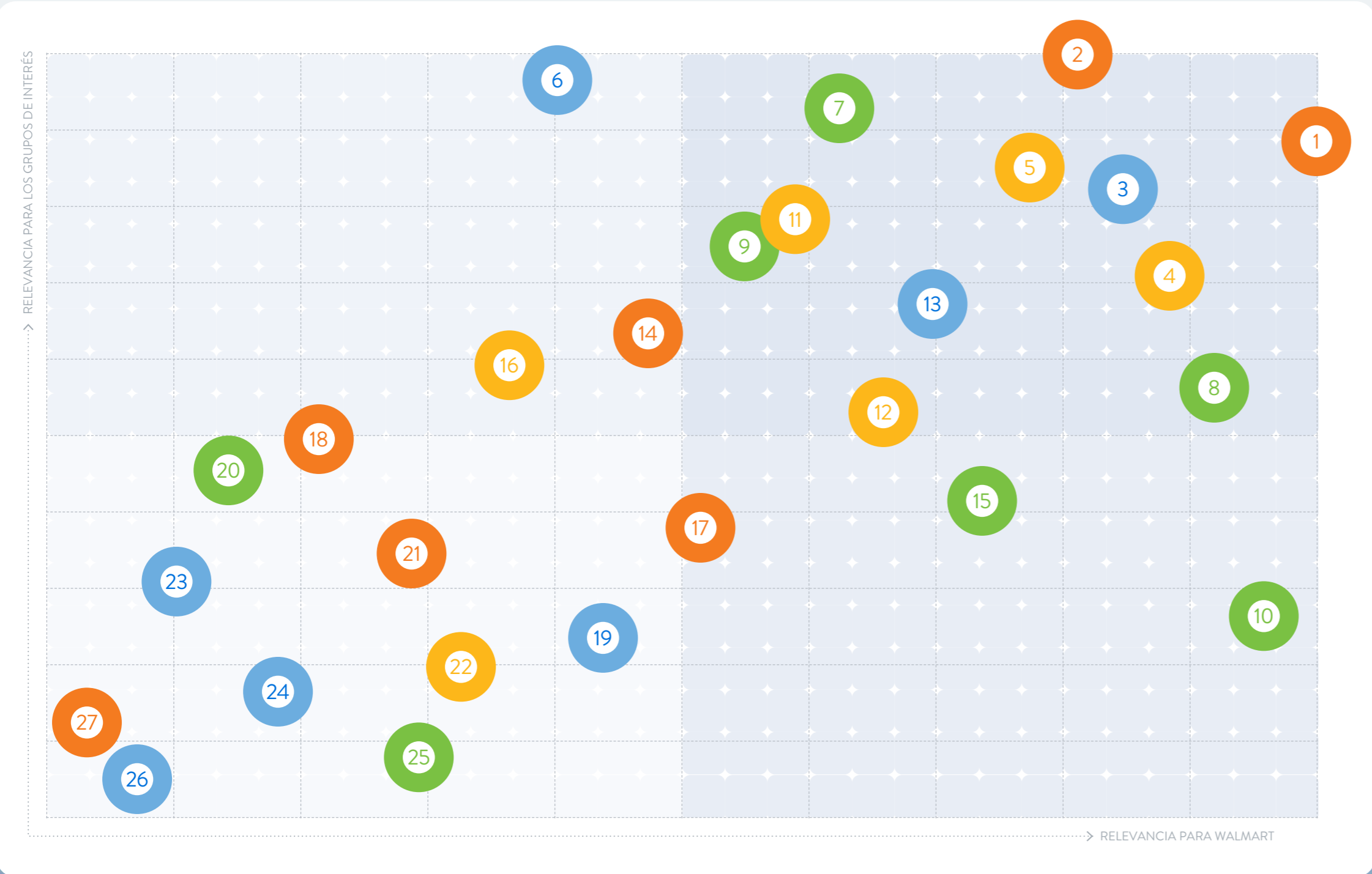
### ÉTICA E INTEGRIDAD

- 3 Privacidad y seguridad de la información
- 8 Derechos humanos
- 11 Comportamiento ético
- 19 Prácticas de mercado y competencia
- 23 Gobierno corporativo
- 25 Gestión de riesgos en la operación y cadena de suministro
- 27 Transparencia



# Materialidad tradicional

Nuestra matriz de Materialidad tradicional muestra los temas materiales desde una perspectiva de impacto, es decir, los impactos significativos que Walmart de México y Centroamérica puede generar en la sociedad o el medio ambiente a través de sus operaciones.



Oportunidad



Comunidad



Sustentabilidad



Ética e Integridad



- I. Comunicar de manera interna
- II. Desarrollar estrategia y comunicar de manera externa
- III. Mantener en observación
- IV. Continuar con esfuerzos internos

- 4 Salud y seguridad en el trabajo
- 5 Prácticas laborales
- 11 Desarrollo inclusivo de proveedores
- 12 Atracción, desarrollo y retención de talento
- 16 Gestión de la cadena de suministro
- 22 Diversidad, equidad e inclusión

- 1 Acceso a productos/servicios
- 2 Calidad y seguridad del producto y/o servicio
- 14 Inversión en comunidades locales
- 17 Relación con la comunidad
- 18 Mercadotecnia y etiquetado responsable
- 21 Satisfacción y experiencia del cliente/socio
- 27 Innovación y tecnología

- 7 Diseño y gestión del ciclo de vida del producto
- 8 Energía
- 9 Gestión de residuos
- 10 Gestión del cambio climático
- 15 Emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)
- 20 Agua
- 25 Capital natural

- 3 Privacidad y seguridad de la información
- 6 Derechos humanos
- 13 Comportamiento ético
- 19 Prácticas de mercado y competencia
- 23 Gobierno corporativo
- 24 Gestión de riesgos en la operación y cadena de suministro
- 26 Transparencia





# Doble Materialidad

Nuestra matriz de Doble Materialidad representa gráficamente la relación entre el impacto de la empresa en su entorno y la relevancia financiera de factores externos en la empresa. Esta matriz ayuda a visualizar y ponderar la importancia de diferentes temas ASG, lo que facilita la toma de decisiones estratégicas.

- 4 Salud y seguridad en el trabajo
- 5 Prácticas laborales
- 11 Desarrollo inclusivo de proveedores
- 12 Atracción, desarrollo y retención de talento
- 16 Gestión de la cadena de suministro
- 22 Diversidad, equidad e inclusión

- 1 Acceso a productos/servicios
- 2 Calidad y seguridad del producto y/o servicio
- 14 Inversión en comunidades locales
- 17 Relación con la comunidad
- 18 Mercadotecnia y etiquetado responsable
- 21 Satisfacción y experiencia del cliente/socio
- 27 Innovación y tecnología

- 7 Diseño y gestión del ciclo de vida del producto
- 8 Energía
- 9 Gestión de residuos
- 10 Gestión del cambio climático
- 15 Emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)
- 20 Agua
- 25 Capital natural

- 3 Privacidad y seguridad de la información
- 6 Derechos humanos
- 13 Comportamiento ético
- 19 Prácticas de mercado y competencia
- 23 Gobierno corporativo
- 24 Gestión de riesgos en la operación y cadena de suministro
- 26 Transparencia



Oportunidad



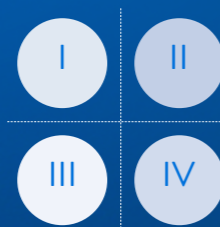
Comunidad



Sustentabilidad



Ética e Integridad

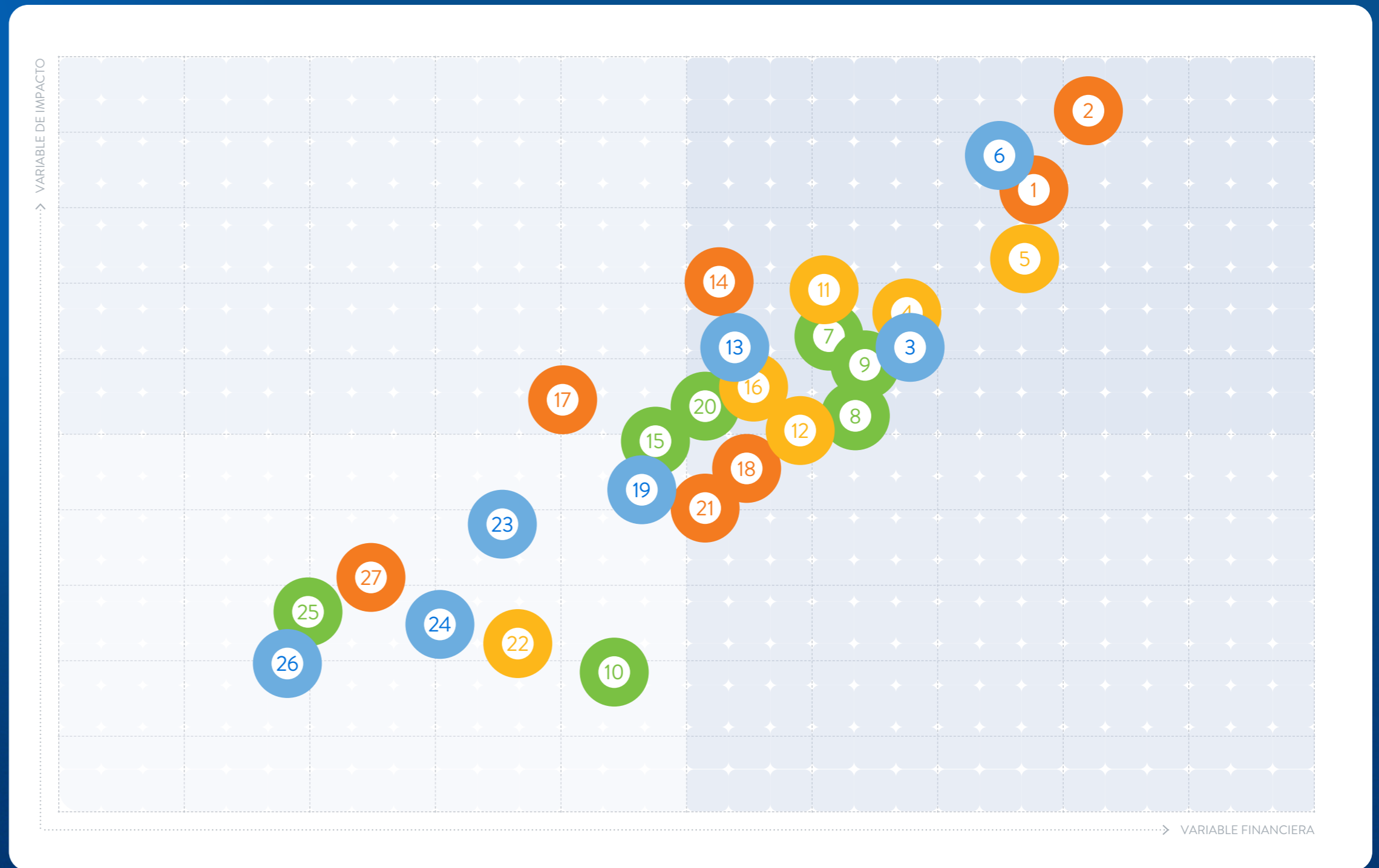


I. Comunicar de manera interna

II. Desarrollar estrategia y comunicar de manera externa

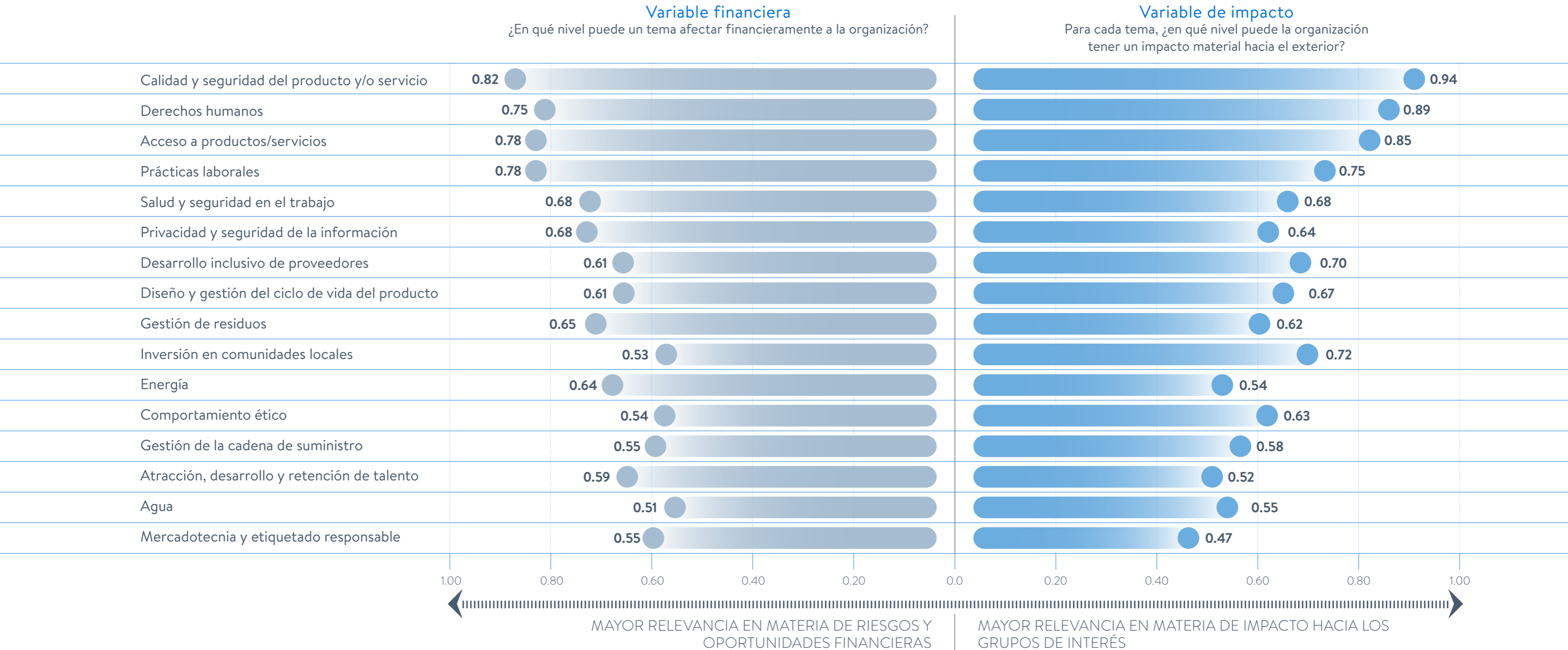
III. Mantener en observación

IV. Continuar con esfuerzos internos

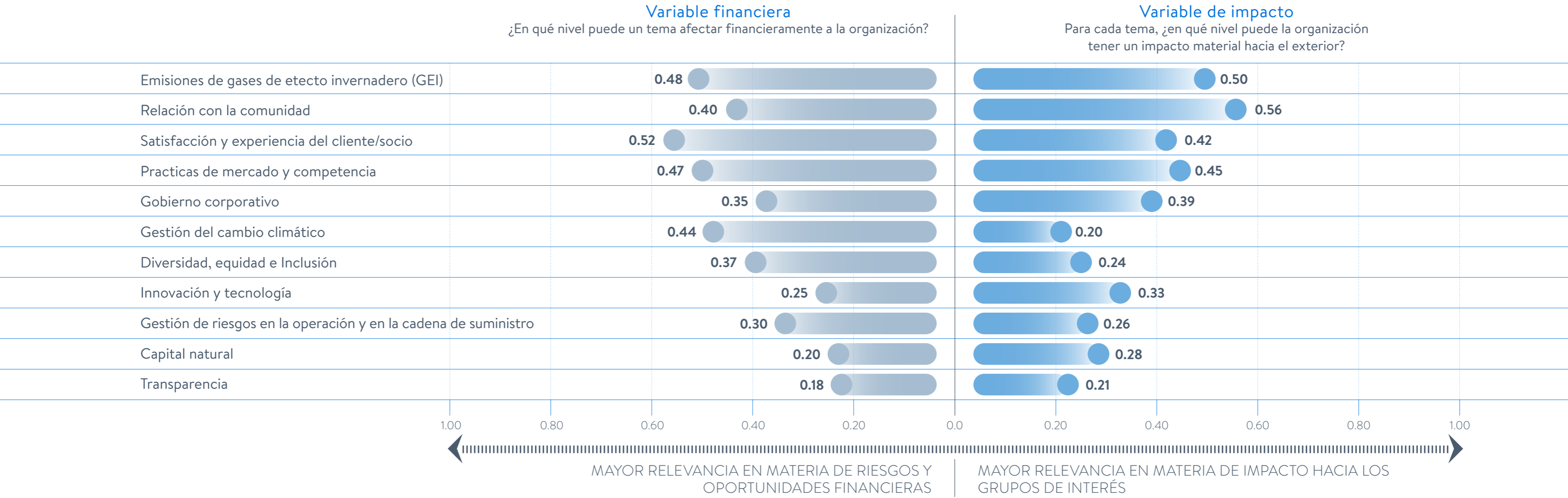




En este gráfico de Doble Materialidad se muestra de manera numérica el nivel en el que un tema material puede afectar financieramente a la compañía y el nivel en el que puede tener un impacto material hacia el exterior.







Con base en los resultados se implementarán las siguientes acciones:

Mejorar la medición de los temas materiales utilizando variables financieras y de impacto.

Desarrollar métricas, estrategias y sistemas de gobernanza relacionados con los temas identificados.

Gestionar los riesgos y aprovechar las oportunidades.

Mejorar el reporte de los temas materiales basándonos en estándares internacionales.

PARA CONOCER LOS AVANCES EN 2023 SOBRE NUESTRA ESTRATEGIA DE EMPRESA REGENERATIVA, HAZ CLIC AQUÍ

