

Walmart
México y Centroamérica



INFORME
FINANCIERO
Y DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL
2013

contenido

Mensaje del Presidente del Consejo de Administración	2
Mensaje del Presidente Ejecutivo y Director General	4
Resultados Financieros 2013	7
El Negocio	12
La Clienta	16
Productividad	25
Crecimiento Futuro	30
Responsabilidad	35
Gobierno Corporativo	55
Comentarios y Análisis de la Administración	58
Informe de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias	61
Glosario	63
Dictamen de los Auditores Independientes	64
Lineamientos GRI	86



Mensaje del Presidente del Consejo de Administración

En Walmart de México y Centroamérica el compromiso de mejorar la calidad de vida de las familias de la región sigue siendo nuestra prioridad. Para seguir cumpliendo esta promesa en un año de grandes retos, nos apoyamos en el talento de nuestros asociados, en nuestra estrategia comercial y en nuestra prudencia financiera. Este año vimos el beneficio de la integración de la región y en conjunto con la implementación de cambios estratégicos, seguimos invirtiendo en el crecimiento de la Compañía, incluso en un entorno difícil.

NUESTRO OBJETIVO
es claro

**Contribuir a mejorar la calidad de vida
de las familias de México y Centroamérica.**

Mantenemos nuestra estrategia comercial basada en Precios Bajos Todos los Días y en una creciente operación multiformato que nos permite atender de forma consistente las cambiantes necesidades de nuestras clientas, mientras ahorran dinero para vivir mejor.

Una vez lograda la unificación de los procesos, sistemas y homologados los formatos, este año observamos, los beneficios de la integración de la región, mismos que se vieron reflejados en la recuperación del crecimiento y la rentabilidad de Centroamérica, con lo que ahora podemos delinear la positiva perspectiva futura de la Compañía. Si bien nuestros procesos y operación son cada vez más productivos, en especial este año que logramos importantes avances, todavía vemos un gran potencial de mejora para lograr mayores eficiencias.

Para superar las expectativas de nuestras clientas realizamos cambios e inversiones estratégicas que asegurarán el cumplimiento de nuestra visión a largo plazo: mantuvimos el liderazgo en precio, simplificamos el negocio con miras a una mayor eficiencia e invertimos para asegurar el negocio actual y futuro.

Los ingresos consolidados alcanzaron los 425,161 millones de pesos, cifra récord a pesar del retador panorama económico. Como una estrategia para simplificar el negocio, decidimos vender nuestra división de restaurantes y concentrarnos en el negocio detallista. Siguiendo la estrategia de invertir en el futuro del negocio en junio de este año exitosamente lanzamos walmart.com.mx, que de acuerdo con la firma Comscore es el sitio de comercio electrónico en la categoría de retail con mayor audiencia en todo México.

Con la solidez de nuestra estructura financiera, representada en un robusto balance y la capacidad que tenemos de generar efectivo, podemos retribuir la confianza de nuestros accionistas mediante el pago de dividendos y la recompra de acciones. En 2013 se destinó la cifra récord de 19,384 millones de pesos en dividendos y recompra de acciones. El Consejo de Administración propuso a la Asamblea de Accionistas el pago de un dividendo ordinario y extraordinario de 0.92 pesos por acción, lo que representó 16,056 millones de pesos e invertimos 3,328 millones de pesos en la recompra de 96 millones de acciones. Asimismo, en 2013 invertimos 13,987 millones de pesos en la modernización y expansión de nuestra capacidad instalada, confirmando así nuestra confianza en las oportunidades de crecimiento que brindan los seis países en los que operamos.

Nuestra Compañía reconoce el talento y liderazgo del equipo directivo y de nuestros asociados. El compromiso con los 226,289 asociados de Walmart de México y Centroamérica permanece inalterable: brindarles día a día un ambiente laboral de reto, igualdad de oportunidades, equidad de género y crecimiento profesional. Con ello, nos aseguramos de retener y desarrollar el talento dentro de la Compañía y así cimentar una organización de alto desempeño que dé soporte a nuestras operaciones en el largo plazo.

Conscientes de ser un ciudadano corporativo responsable reafirmamos nuestro compromiso con las comunidades y el medio ambiente de los seis países en donde tenemos presencia. Fundación Walmart de México cumple diez años de ser el brazo de la Compañía a través del cual nos enfocamos en apoyar programas de desarrollo que favorecen la alimentación, la productividad para combatir la pobreza, la participación de asociados y clientas en actividades comunitarias y el apoyo a personas afectadas por desastres naturales. Tenemos una clara estrategia de sustentabilidad enfocada en reducir nuestro consumo de agua, energía y generación de residuos, con lo cual queremos asegurarnos que nuestras operaciones favorezcan el cuidado y la conservación del entorno.

En reconocimiento a nuestro desempeño como un ciudadano corporativo responsable y nuestro liderazgo en los ámbitos económico, social y ambiental, Walmart de México y Centroamérica participa por segundo año consecutivo en el Índice de Sustentabilidad de Mercados Emergentes de Dow Jones y por tercer año consecutivo, en el IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores.

Reitero nuestro compromiso permanente de que todas nuestras actividades estén apegadas a los más altos estándares éticos y legales, para generar valor y certidumbre a nuestros diversos grupos de interés.

Estimados accionistas, una vez más agradezco la confianza que han depositado en este Consejo de Administración. Gracias al trabajo, la perseverancia y el compromiso de consejeros, equipo ejecutivo, proveedores y asociados. Estoy seguro de que juntos continuaremos fortaleciendo nuestra empresa y reforzando nuestro compromiso con nuestras clientas para que puedan vivir mejor.

Eduardo Solórzano
Presidente del Consejo de Administración
Wal-Mart de México S.A.B. de C.V.

Mensaje del Presidente Ejecutivo y Director General

En 2013, consistentes con nuestra visión de mejorar la calidad de vida de las familias de la región, colocamos a la clienta en el centro de nuestra actividad, implementamos estrategias para simplificar el negocio, fuimos más productivos, invertimos en nuestro crecimiento futuro y en nuestro estilo Walmart de trabajar con responsabilidad. Estas acciones nos permitieron responder a las necesidades de nuestras clientas al mismo tiempo que nos adecuamos a un entorno difícil. Confiamos en que nuestra estrategia, aunada al compromiso y la dedicación de cada uno de nuestros asociados contribuirá a enfrentar con éxito los retos del futuro.



Con el objetivo de simplificar nuestra estructura comercial, dividimos la operación de México en dos unidades de negocio: autoservicio y negocios especializados; también centralizamos compras en autoservicio y dimos la responsabilidad de la división de ropa del autoservicio a Suburbia. Además, centralizamos los procesos administrativos de México y Centroamérica en el Centro de Servicios Compartidos para Latinoamérica (GSSLA), ubicado en Costa Rica. Por otra parte, en junio lanzamos nuestro portal de comercio electrónico walmart.com.mx, ampliando nuestros canales de comunicación y venta con nuestras clientas. Asimismo, tomamos la relevante decisión de vender nuestro segmento de restaurantes para enfocarnos en nuestro negocio principal.

Como resultado de la ejecución de estas estrategias el total de ingresos del año alcanzó los 425,161 millones de pesos, mientras que el flujo operativo (EBITDA) ascendió a 40,222 millones de pesos, 9.5% con respecto a los ingresos. Con los resultados obtenidos en un año lleno de retos, reafirmamos nuestro compromiso de seguir invirtiendo para aprovechar las múltiples oportunidades de crecimiento que ofrecen los seis países en los que operamos.

En México, logramos crecer a pesar de un entorno económico retador:

- El total de ingresos ascendió a 367,731 millones de pesos, esto representa un crecimiento de 3.4% respecto a 2012.
- Aumentamos 7.2% nuestra capacidad instalada al incorporar 405,065 m² de piso de ventas como resultado de la apertura de 214 unidades, la mayoría de ellas en el cuarto trimestre e incrementamos nuestra presencia en 29 nuevas localidades.
- Nuestra constante búsqueda de mejoras operativas nos permitió alcanzar un flujo operativo (EBITDA) de 36,778 millones de pesos, que representa 10.0% con respecto a los ingresos.

En Centroamérica, registramos una mejora en los resultados de crecimiento en ventas y rentabilidad, debido a que se concluyó exitosamente la integración de la región y a los esfuerzos por ser más productivos y mejorar nuestra propuesta de valor para nuestras clientas:

- El total de ingresos alcanzó los 57,430 millones de pesos, un crecimiento de 2.1% frente a 2012 y de 5.7% sin fluctuaciones cambiarias.
- El flujo operativo (EBITDA) se incrementó 24.3% a 3,444 millones de pesos, como resultado de nuestra recuperación de rentabilidad y eficiencia operativa, lo que representó 6.0% con respecto a los ingresos.

Somos más de 226,000 asociados que conforman la mayor fortaleza de nuestra Compañía. En 2013 fueron promovidos más de 26,200 asociados e invertimos más de 2.7 millones de horas hombre en capacitación.

El éxito comercial de nuestra Compañía es también logro de nuestros proveedores. Los productos que comercializamos son comprados a más de 27,308 socios comerciales. Continuamos ofreciendo programas de capacitación y consultoría a proveedores así como acceso a financiamiento con el objetivo de fortalecer la cadena de valor y generar ahorros a nuestras clientas.

Nuestro liderazgo comercial se extiende también al terreno de la responsabilidad corporativa. En el ámbito de la sustentabilidad, seguimos impulsando la eficiencia en temas de agua, energía y residuos. Fundación Walmart de México, organismo a través del cual hemos logrado cambios en las comunidades donde operamos, cumple diez años. Ejemplo del trabajo de la Fundación en 2013, fue la instalación de 887 centros de acopio a través de los cuales se logró canalizar 1,888 toneladas de alimento a la Cruz Roja Mexicana para los damnificados por los huracanes Ingrid y Manuel, con lo que se auxilió a más de 170 mil familias durante la contingencia.

Agradezco a nuestros asociados su compromiso y esfuerzo, a nuestros socios comerciales su apoyo continuo, a nuestros accionistas su confianza y a nuestras clientas su preferencia, motor para continuar mejorando de manera que nos permitan ofrecerles la mejor propuesta de valor con los precios más bajos para que puedan vivir mejor.



Scot Rank
Presidente Ejecutivo y Director General
Walmart de México y Centroamérica



Es una de las cadenas comerciales más importantes de la región

NUESTRA VISIÓN

Contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias de México y Centroamérica

2,861 UNIDADES
en 6 países



540 ciudades

México
Costa Rica
Guatemala
Honduras
El Salvador
Nicaragua

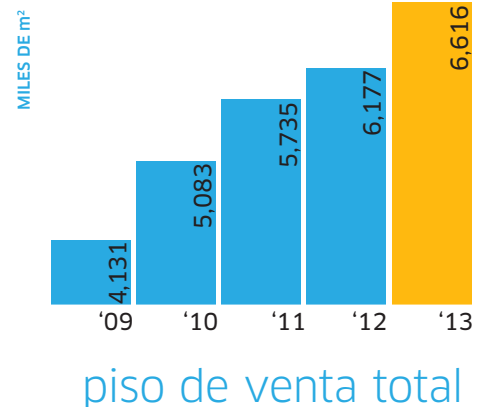
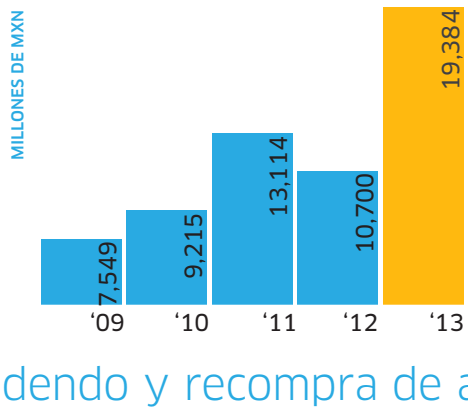
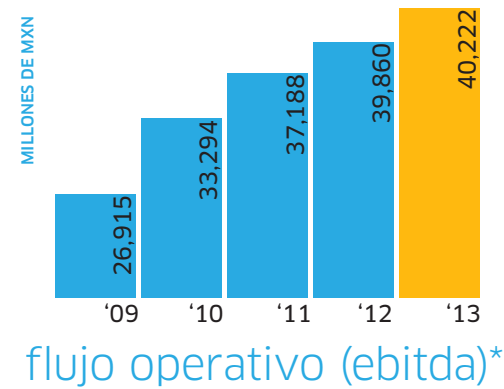
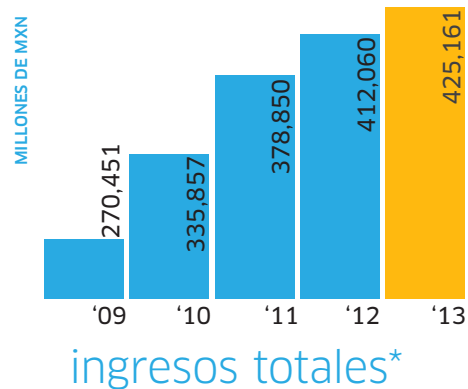


226,289 ASOCIADOS

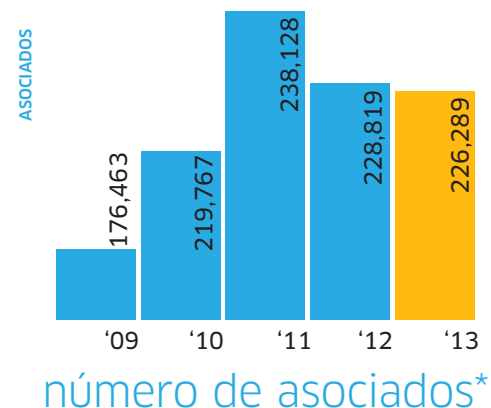
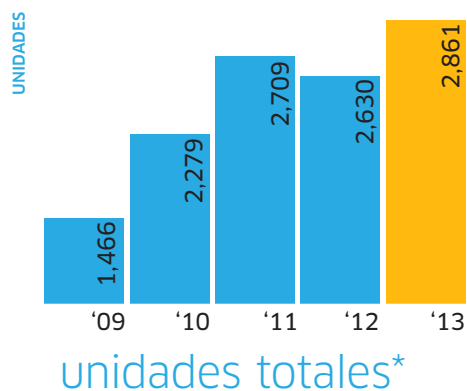
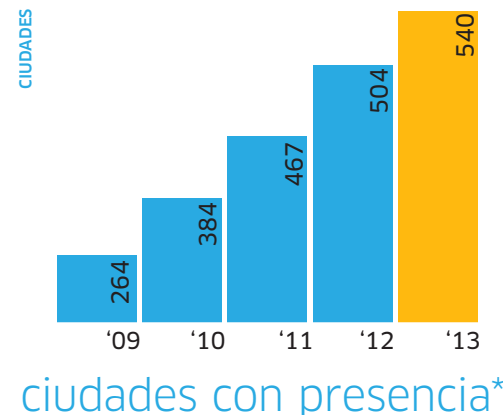
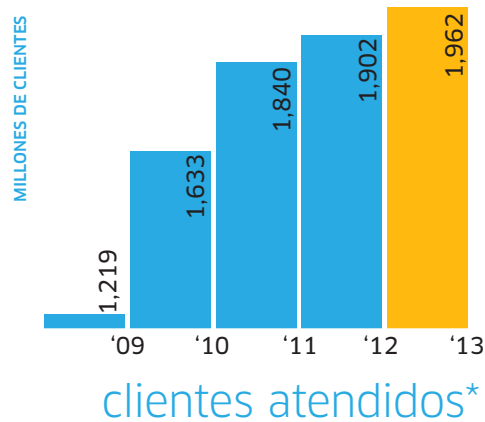
resultados financieros 2013

PRINCIPALES INDICADORES

ESTE AÑO, EN WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA LOGRAMOS CRECER LAS VENTAS Y EL FLUJO OPERATIVO INCLUSO EN UN ENTORNO COMPLEJO. EXPANDIMOS NUESTRA PRESENCIA CON NUEVAS UNIDADES, INVERTIMOS EN LA REMODELACIÓN Y MANTENIMIENTO DE NUESTRA BASE DE TIENDAS Y LANZAMOS NUEVOS CANALES QUE NOS PERMITIRÁN SEGUIR ATENDIENDO A UN CRECIENTE NÚMERO DE CLIENTAS EN EL FUTURO. ADEMÁS, RETRIBUIMOS CON CIFRAS RÉCORD A NUESTROS ACCIONISTAS EN PAGO DE DIVIDENDO Y RECOMPRA DE ACCIONES.



* No incluye Vips en 2012 y 2013



A NIVEL CONSOLIDADO:

- Los ingresos totales registraron 425,161 millones de pesos, un crecimiento de 3.2%.
- El flujo operativo (EBITDA) ascendió a 40,222 millones de pesos.
- La generación de efectivo sumó 40,042 millones de pesos, lo que permitió financiar:
Inversión en activo fijo por 13,987 millones de pesos, destinados a la apertura de 235 unidades, remodelaciones, mantenimiento de nuestra capacidad instalada y en el negocio futuro: eCommerce.
- Cifra récord en la historia de Walmex en pago de dividendos y recompra de acciones por 19,384 millones de pesos, 16,056 y 3,328 millones respectivamente.
- Los gastos generales excluyendo el cargo no recurrente por gasto de arrendamiento crecieron 5.2%, menos que el 7.1% de la expansión en nuestro piso de ventas.
- Nuestro balance cerró con 21,129 millones de pesos en efectivo.

* No incluye Vips en 2012 y 2013

En México, seguimos creciendo a pesar de un entorno macroeconómico retador:

- Los ingresos totales ascendieron a 367,731 millones de pesos, creciendo 3.4%.
- El flujo operativo (EBITDA) registró 36,778 millones de pesos, 10.0% como porcentaje de los ingresos.
- La capacidad instalada aumentó 7.2% gracias a la apertura de 214 unidades.

En Centroamérica, recuperamos la rentabilidad como reflejo de los beneficios de la integración de sistemas, procesos y formatos a los de la operación en México:

- Los ingresos totales alcanzaron los 57,430 millones de pesos, incrementando 2.1% y 5.7% sin efecto cambiario.
- El margen creció 10.1% y representó 22.4% de los ingresos.
- La utilidad de operación aumentó a 2,116 millones de pesos al crecer 45.0%.
- El flujo operativo (EBITDA) generó 3,444 millones de pesos, creciendo 24.3%.
- La capacidad instalada creció 6.1% por la apertura de 21 unidades, permitiendo apalancar nuestros gastos generales que crecieron 5.8%.

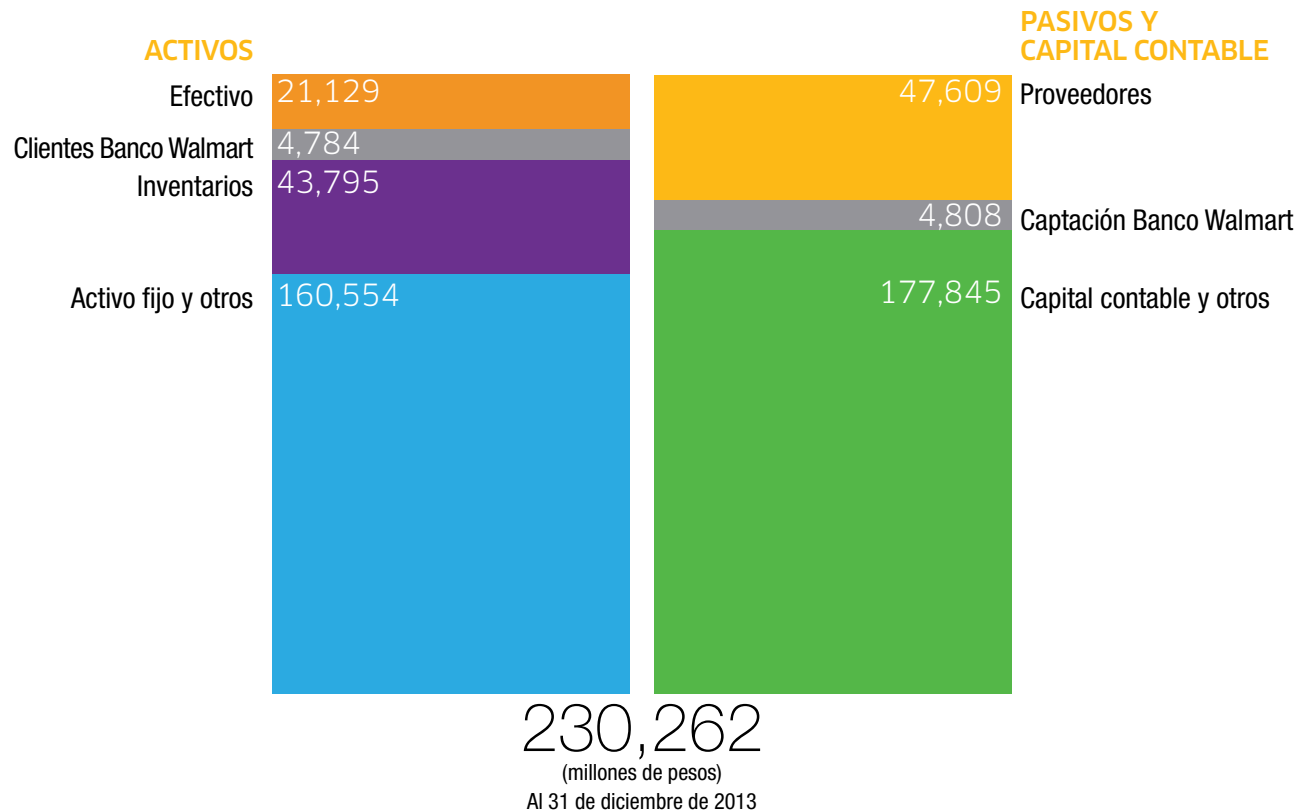
Los resultados del 2013, son el producto de significativos ajustes estratégicos dado el desafiante entorno económico. Estos confirman nuestra solidez financiera que permitió expandirnos y retribuir la confianza a nuestros accionistas.

resultados financieros 2013

ESTADO DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL

CONSOLIDADO (Excluyendo Vips)				
		2013	2012	% CREC.
Total ingresos (millones de pesos)		425,161	412,060	3.2
% de los ingresos	Margen bruto	22.0	21.9	3.8
	Gastos generales	14.6	14.2	6.1
	Utilidad de operación	7.4	7.6	0.3
	Flujo operativo (EBITDA)	9.5	9.7	0.9

Información financiera bajo las Normas Internacionales de Información Financiera



resultados financieros 2013

Millones de pesos

	*NIIF			**NIF							
	2013 ⁽¹⁾	2012 ⁽¹⁾	2011	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004
PIB México (Crecimiento anual, %)	1.1	3.9	3.9	3.9	5.5	(6.1)	1.5	3.3	5.2	3.2	4.1
Inflación México (Anual, %)	4.0	3.6	3.8	3.8	4.4	3.6	6.5	3.8	4.1	3.3	5.2
Apreciación (Devaluación) (Anual, %)	1.4	(7.9)	12.9	12.9	(5.6)	(4.5)	25.5	0.8	1.7	(4.7)	(1.2)
Tipo de Cambio (Promedio, pesos por dólar)	12.8	13.1	12.5	12.5	12.6	13.4	11.2	10.9	10.9	10.9	11.3
Tipo de Cambio (Fin de periodo, pesos por dólar)	13.0	12.9	14.0	14.0	12.4	13.1	13.7	10.9	10.8	10.6	11.1
Tasas de interés México (Cetes 28 días, Promedio anual, %)	3.8	4.2	4.2	4.2	4.4	5.4	7.7	7.2	7.2	9.2	6.8
ESTADO DE RESULTADOS											
VENTAS NETAS	420,577	407,843	375,280	379,021	334,511	269,397	244,029	219,714	193,969	161,423	136,546
% de crec. vs. año anterior, U. Totales	3	N/D	12	13	24	10	11	13	20	18	16
% de crec. vs. año anterior, U. Iguales	(1)	4	4	4	3	3	5	6	10	10	9
OTROS INGRESOS	4,584	4,217	3,570	1,885	1,346	1,054	888	787	711	640	582
% de crecimiento vs. año anterior	9	N/D	N/D	40	28	19	13	11	11	10	117
TOTAL INGRESOS	425,161	412,060	378,850	380,906	335,857	270,451	244,917	220,501	194,680	162,063	137,128
% de crecimiento vs. año anterior	3	N/D	N/D	13	24	10	11	13	20	18	16
UTILIDAD BRUTA	93,624	90,228	85,109	83,698	74,059	58,600	53,284	47,751	42,032	34,540	28,840
% de margen de utilidad	22.0	21.9	22.5	22.0	22.1	21.7	21.8	21.7	21.6	21.3	21.0
GASTOS GENERALES	62,102	58,541	55,574	53,619	47,015	36,332	33,533	29,428	26,237	22,480	19,514
% sobre total de ingresos	14.6	14.2	14.7	14.1	14.0	13.4	13.7	13.3	13.5	13.9	14.2
UTILIDAD DE OPERACIÓN	31,532	31,422	29,591	30,079	27,044	22,268	19,751	18,323	15,795	12,060	9,326
% sobre total de ingresos	7.4	7.6	7.8	7.9	8.1	8.2	8.1	8.3	8.1	7.4	6.8
% de crecimiento vs. año anterior	0	N/D	N/D	11	21	13	8	16	31	29	28
FLUJO OPERATIVO (EBITDA)	40,222	39,860	37,188	37,415	33,294	26,915	23,887	21,973	19,019	15,109	11,877
% sobre total de ingresos	9.5	9.7	9.8	9.8	9.9	10.0	9.8	10.0	9.8	9.3	8.7
(GASTOS) INGRESOS FINANCIEROS - NETO	(15)	401	189	191	460	662	474	1,468	1,378	1,369	998
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A LA UTILIDAD	31,517	31,823	29,780	30,198	27,630	23,018	19,857	19,536	17,119	13,110	10,090
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	9,517	9,237	7,695	7,939	8,066	6,212	5,184	5,574	4,943	3,796	2,407
OPERACIONES DISCONTINUAS ⁽¹⁾	713	683	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD NETA (PARTICIPACIÓN CONTROLADORA)	22,717	23,275	22,080	22,254	19,550	16,806	14,673	13,962	12,176	9,314	7,683
% de crecimiento vs. año anterior	(2.4)	5.4	N/D	13.8	16.3	14.5	5.1	14.7	30.7	21.2	43.0

	*N I I F			**N I F							
	2013 ⁽¹⁾	2012 ⁽¹⁾	2011	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004
POSICIÓN FINANCIERA											
CAJA	21,129	28,163	25,166	25,166	24,661	19,483	11,350	8,984	14,985	14,161	11,846
INVENTARIOS	43,795	39,092	39,336	40,163	29,023	22,507	22,794	20,865	18,045	14,084	11,955
OTROS ACTIVOS	19,510	12,909	13,579	13,249	9,056	6,256	5,034	5,373	4,383	3,138	2,308
ACTIVO FIJO	121,083	117,377	111,372	116,680	102,300	84,893	79,286	71,522	61,449	53,396	45,762
CRÉDITO MERCANTIL	24,745	24,745	29,768	29,768	29,768	-	-	-	-	-	-
TOTAL ACTIVO	230,262	222,286	219,221	225,026	194,808	133,139	118,464	106,744	98,862	84,779	71,871
PROVEEDORES	47,609	44,770	50,854	50,854	38,000	30,378	27,005	25,381	25,864	20,429	16,017
OTROS PASIVOS	39,702	37,679	39,184	40,894	33,948	19,613	17,183	15,179	13,502	12,549	8,906
CAPITAL CONTABLE	142,931	139,701	128,867	132,962	122,531	83,148	74,276	66,184	59,496	51,801	46,948
PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA	20	136	316	316	329	-	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVO, CAPITAL CONTABLE Y PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA	230,262	222,286	219,221	225,026	194,808	133,139	118,464	106,744	98,862	84,779	71,871
NÚMERO DE UNIDADES MÉXICO											
Bodega Aurrerá	1,589	1,423	1,204	1,204	899	684	442	313	258	203	162
Walmart	243	227	213	213	192	169	153	136	118	105	89
Sam's Club	156	142	124	124	108	98	91	83	77	69	61
Superama	92	90	88	88	75	69	67	64	60	55	48
Suburbia	109	100	94	94	90	86	84	76	62	53	50
Farmacías Medimart	10	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Restaurantes Vips	-	365	364	364	366	360	360	348	311	286	268
TOTAL UNIDADES	2,199	2,353	2,087	2,087	1,730	1,466	1,197	1,020	886	771	678
NÚMERO DE UNIDADES CENTROAMÉRICA											
Tiendas de Descuento	466	459	453	453	401	377	-	-	-	-	-
Supermercados	100	97	96	96	94	92	-	-	-	-	-
Bodegas	75	67	54	54	36	32	-	-	-	-	-
Walmart	20	17	17	17	16	16	-	-	-	-	-
Club de Precios	1	2	2	2	2	2	-	-	-	-	-
TOTAL UNIDADES	662	642	622	622	549	519	-	-	-	-	-
BANCO WALMART											
Sucursales bancarias	201	263	263	263	263	190	38	16	-	-	-
OTROS DATOS AL FIN DE AÑO											
Número de asociados	226,289 ⁽³⁾	248,246	238,128	238,128	219,767	176,463	170,014	157,432	141,704	124,295	109,057
Precio de la acción ⁽²⁾ (pesos)	34.26	42.33	38.23	38.23	35.44	29.35	18.50	18.85	23.78	14.76	9.58
Número de acciones en circulación ⁽²⁾ (millones)	17,627	17,722	17,747	17,747	17,848	16,752	16,870	16,946	17,144	17,292	17,480
Valor de mercado	603,901	750,172	678,471	678,471	632,533	491,671	312,095	319,347	407,684	255,143	167,371
Utilidad por acción ⁽²⁾ (pesos)	1.284	1.312	1.240	1.250	1.105	0.999	0.866	0.817	0.705	0.532	0.434
Dividendo decretado	16,056	9,612	9,659	9,659	5,743	5,040	4,902	4,313	3,223	2,708	1,917
Número de acciones recompradas ⁽²⁾ (millones)	96	27	103	103	112	117	152	288	307	409	426
Inversión en recompra de acciones	3,328	1,088	3,455	3,455	3,472	2,509	2,869	6,065	4,842	4,663	3,824

1 Los Resultados de Vips se presentan en Operaciones Discontinuas

2 Información ajustada por el split realizado en abril de 2010

3 No incluye Vips

*N I I F = Información financiera bajo las Normas Internacionales de Información Financiera

**N I F = Información financiera bajo las Normas de Información Financiera de México



SIMPLIFICAR

el negocio

Contar con un negocio flexible, capaz de responder y dar soluciones específicas a cada tipo de cliente de manera ágil y adaptarnos a la evolución de sus necesidades, es el primer paso para continuar siendo líderes en nuestro sector. Así, teniendo a nuestra cliente como eje, simplificamos nuestra estructura comercial e impulsamos eficiencias operativas.



SIEMPRE ATENTOS A MEJORAR NUESTRA OPERACIÓN EN BENEFICIO DE LAS CLIENTAS, EN 2013 MODIFICAMOS LA ESTRUCTURA COMERCIAL Y OPERATIVA DE LA COMPAÑÍA. LA SIMPLIFICACIÓN CONSISTIÓ EN DIVIDIR LA OPERACIÓN EN MÉXICO EN DOS UNIDADES DE NEGOCIO: AUTOSERVICIOS Y NEGOCIOS ESPECIALIZADOS, CADA UNA CON UN ENFOQUE A REALIZAR CAMBIOS Y ADAPTARSE A LAS TENDENCIAS ECONÓMICAS Y DE CONSUMO MOSTRADAS DURANTE EL AÑO.

Esta nueva división, que incluye a Bodega, Walmart y Superama, nos permite alinear el potencial del Autoservicio al centralizar las funciones de compras antes divididas por negocio.

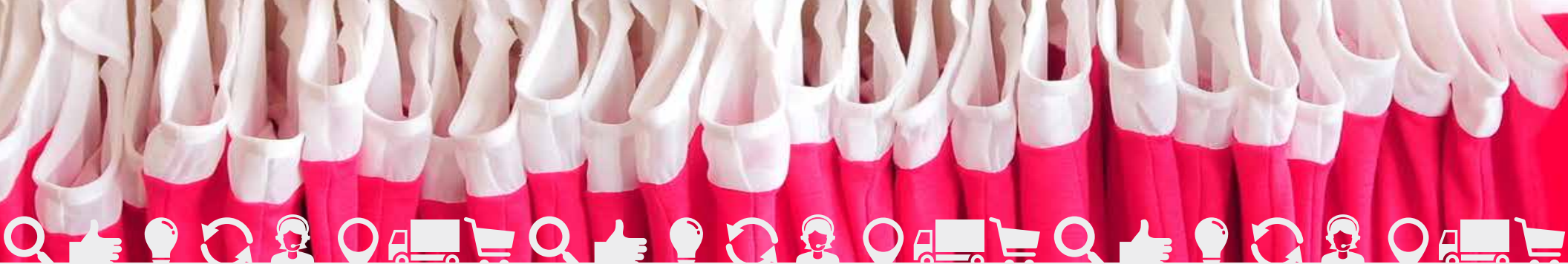
La centralización de compras tiene como propósito contar con compradores especializados en su área, dotados de las herramientas necesarias para ser más eficientes al integrar las compras de los formatos de Autoservicio y diferenciar la oferta de cada uno. Un apoyo fundamental para el cumplimiento de sus funciones es la nueva área de inteligencia del cliente y del mercado, que permite construir la propuesta comercial diferenciada para cada uno de nuestros formatos. Con este mayor conocimiento de la clientela y la creación del proceso de planeación único, se fortalece la oferta regional. Ahora, los asociados elaboran una estrategia integral por categoría, siendo responsables de los productos, de la planeación, del diseño de modulares y de la determinación de precios.

DIVISIÓN Autoservicios

Por otra parte, la centralización de compras en Autoservicio nos permite apalancar nuestras relaciones con proveedores, al diseñar con ellos programas más eficientes y de mayor impacto. Uno de ellos es la planeación comercial con una calendarización de ciclos definidos de compras, un proceso más proactivo y eficiente para el proveedor, ya que puede programar su producción, entregas y esquema comercial con anticipación.

La estructura actual no sólo ha contribuido significativamente a simplificar nuestra operación a través de una mayor especialización y una mejor alineación comercial, sino que ha demostrado resultados positivos, principalmente una oferta comercial más enfocada en nuestras clientas y a mejores precios.

La organización operativa por formato se mantiene intacta, con lo que cada negocio puede enfocarse en manejar sus unidades tal y como se había estado haciendo antes de la centralización de compras.



DIVISIÓN Negocios Especializados

La división Negocios Especializados agrupa a Sam's Club y Suburbia, negocios que por su naturaleza atienden diferentes necesidades.

El cambio de estructura ha resultado muy positivo para los negocios de esta división, ya que ha agilizado la toma de decisiones al tener claramente diferenciadas las estrategias y acciones para cada uno; esto nos permite darle soluciones específicas a cada negocio y enfocarnos en cada tipo de cliente y socio.

En Sam's Club, nos reenfoCAMOS en la propuesta de valor para el socio individual y de negocio con el propósito de atender sus necesidades particulares. Con ello, nuestros socios podrán estar convencidos del gran valor que tiene su membresía, ya que hemos reforzado nuestra oferta con mercancía básica a precios muy competitivos y productos altamente diferenciados.

A Suburbia se le asignó la responsabilidad de la división de ropa para Autoservicio, con lo que hemos logrado alinear los procesos de todas las divisiones de ropa, beneficiando así a las clientas que compran en nuestras tiendas de Autoservicio, ya que ahora cada formato les ofrece justamente lo que ellas esperan y necesitan. Asimismo, al alinear los procesos de todas nuestras divisiones de ropa, generamos importantes ahorros que se reflejan en mejores precios.

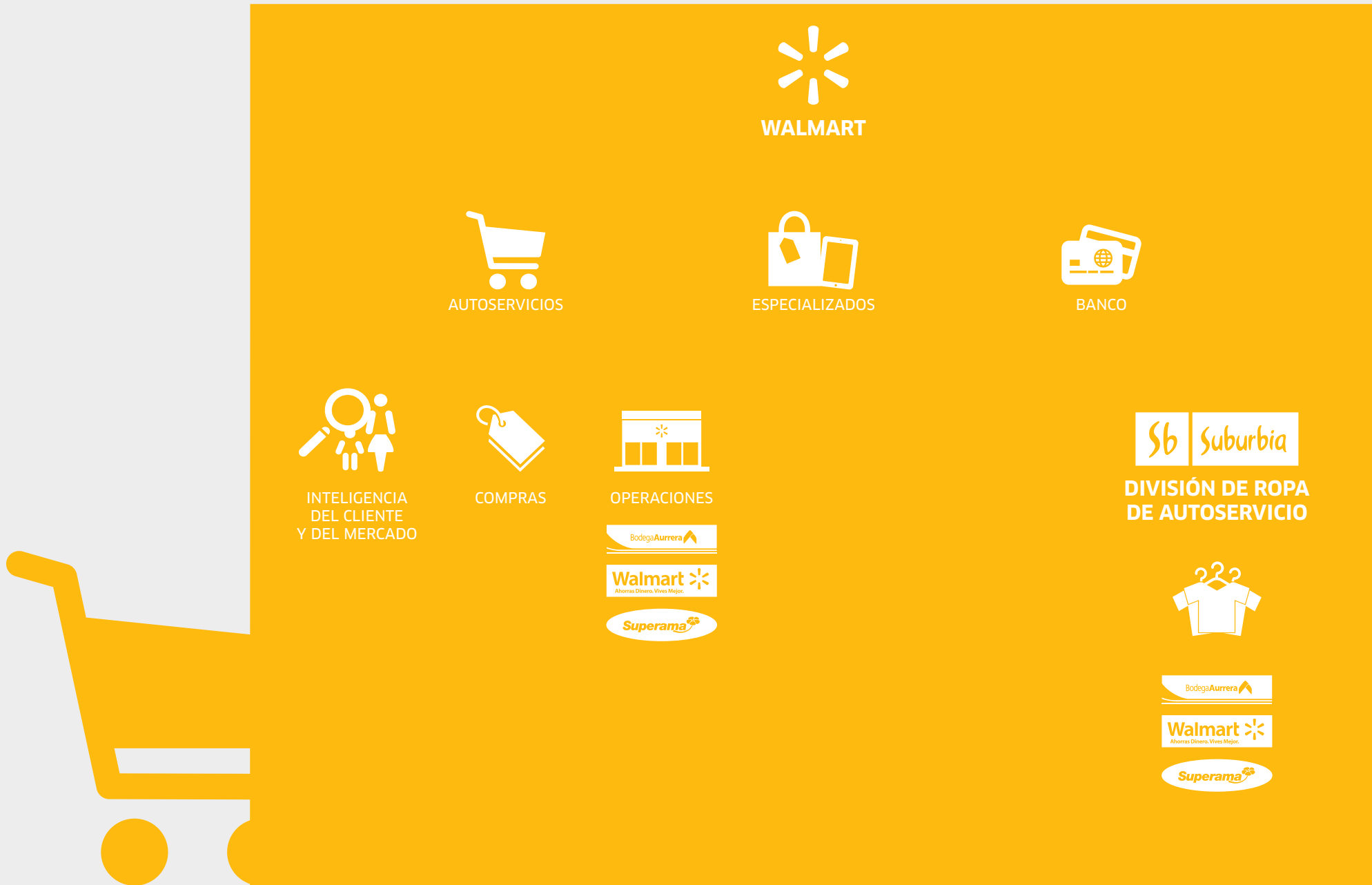
La reorganización y alineación de áreas nos permite diseñar estrategias más eficientes con proveedores, optimizar el uso de materias primas, potenciar las marcas propias y trabajar en equipo como verdaderos mercaderes para ofrecer a nuestras clientas y socios ropa de moda con el mejor precio, surtido y calidad.

Por otra parte, tomamos la importante decisión de vender nuestro segmento de restaurantes conformado por: Vips, El Portón y Ragazzi, con el fin de enfocar nuestros esfuerzos comerciales en el negocio de ventas al detalle. Se llegó a un acuerdo de venta y sólo queda pendiente la aprobación de las autoridades competentes para concretar la operación. Está asegurada la continuidad de la operación dados los acuerdos de soporte mientras se concreta la escisión de esta división.

CENTROAMÉRICA

En Centroamérica, simplificamos el negocio abordando varias estrategias. Implementamos la herramienta de "Tiendas Hermanas", que consiste en seleccionar tiendas con similar desempeño para homologar niveles de inventario, hacer compras por volumen de mercancía y buscar eficiencias operativas. Con esto, se han logrado en seis meses importantes ahorros, gracias a la mejor administración de las horas trabajadas por nuestros asociados en tienda. Otra acción fue la programación eficiente de jornadas laborales en todas las tiendas para asegurar la disciplina operativa. También implementamos el resurtido automático en mercancías generales y centralizamos las áreas de compras de mercancías generales y textil en una sola unidad de negocio que atiende a los cuatro formatos. De esta manera, se obtienen sinergias que impulsan las ventas y los márgenes en estos departamentos.

estructura comercial





ENFOCARNOS EN

la cliente

Nuestras clientas siempre han sido la razón de ser del negocio, este año de manera más puntual, hemos colocado a nuestra cliente en el centro de todo lo que hacemos, con el fin de escucharla y conocerla cada vez mejor para desarrollar una oferta acorde a sus cambiantes necesidades, cumpliendo con sus expectativas y continuar siendo líderes de sus preferencias.



CONOCER, ENTENDER Y SATISFACER A NUESTRAS CLIENTAS ES LA BASE PARA BRINDARLES UNA EXPERIENCIA DE COMPRA ÚNICA. ESTE AÑO IMPLEMENTAMOS DIVERSAS ACCIONES PARA HACER REALIDAD ESTA PROPUESTA.



Creamos la Vicepresidencia de Inteligencia del Cliente y del Mercado, dedicada a analizar cada aspecto involucrado en la satisfacción de nuestras clientas para ofrecerles en anaquel el producto que desean, a precio acorde con sus necesidades y expectativas.



Obtuvimos a través de paneles, información de sus opiniones respecto a nuestros distintos formatos de negocio desde una perspectiva nacional y regional con la que se generan nuevas ofertas comerciales para lograr mantenernos a la vanguardia en el sector detallista.



Para verificar la experiencia de compra, fortalecimos la práctica de “mystery shopper”, que nos permite monitorear los estándares de ejecución en puntos de venta, observar el cumplimiento de procesos de servicio establecidos en todas las tiendas del grupo y asesorar a los equipos operativos para que lleven a cabo procesos de mejora continua en la atención a clientas y exhibición de productos.



Para tener contacto directo con la clienta, pusimos a su disposición un centro de atención telefónica, que funciona como punto de enlace y lleva a cabo gestiones para atender y solucionar los comentarios e inquietudes comunicadas.

Con estas medidas se logró un avance considerable en el entendimiento de los cambios en el mercado y en los nuevos hábitos de compra de nuestras clientas, así como la mejora en la comunicación e interacción con ellas. A partir de esto, hemos implementado un proceso de regionalización con información de mercado y compras a proveedores regionales; con lo que ahora nuestras clientas encontrarán en nuestras tiendas productos que anteriormente adquirirían en un mercado tradicional.

Por otra parte, hemos reforzado en nuestros formatos la diferenciación que los caracteriza, ya que cada uno se enfoca en las necesidades específicas de determinados segmentos con una propuesta de valor distinta.

crecimiento

1,962

MILLONES DE
CLIENTAS ATENDIDAS



LLEGAMOS A
36 NUEVAS
CIUDADES

PRESENCIA WALMART:
540
CIUDADES
EN 2013

2,861

UNIDADES EN OPERACIÓN



2,199 MÉXICO
1,589 BODEGAS AURRERÁ
243 WALMARTS
156 SAM'S CLUBS
92 SUPERAMAS
109 SUBURBIAS
10 FARMACIAS MEDIMART

662 CENTROAMÉRICA

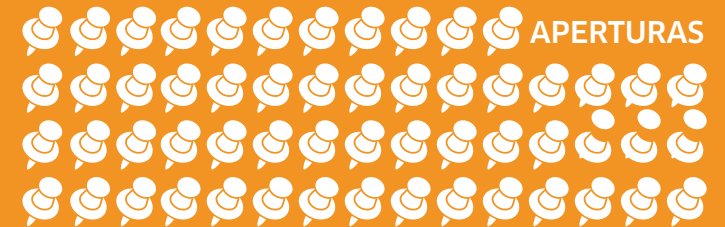
AMPLIACIÓN DEL PISO DE VENTA (m²)

7.1%



235

APERTURAS



214
MÉXICO

21
CENTROAMÉRICA

Bodegas y Tiendas de Descuento

A través de este formato, seguimos ofreciendo mercancía de primera necesidad, alimentos y artículos para el hogar a los precios más bajos del mercado.



2,130 UNIDADES



Este año, en las Bodegas simplificamos nuestro catálogo de artículos, concentrándonos en los más relevantes para la cliente, incrementamos la participación de nuestras marcas propias y reforzamos nuestra estrategia comercial ampliando el diferencial de precios contra la competencia. De esta manera, apoyamos a nuestras clientas con programas de puntos de precio bajo y campañas como "Precio Bodega" y "Surte tu despensa con morralla", con la cual vendimos cerca de 80 millones de piezas de artículos de 5, 10, 15 y 20 pesos.

Durante este año, abrimos 183 tiendas nuevas. En el mes de agosto, abrimos nuestra unidad 1,500 en México en el Estado de Michoacán. Asimismo, creamos una estructura dedicada a fortalecer la diferencia de la propuesta comercial de nuestros tres formatos, orientando la oferta de productos y precios de acuerdo a momentos de compra y lugares distintos. Lo anterior nos permitirá acelerar el crecimiento de nuestros formatos en 2014.

OFERTA DE VALOR:
precio



Nivel Socioeconómico
d • e



Con una propuesta de valor de surtido y precio, en los hipermercados Walmart ofrecemos la más amplia variedad de mercancía: abarrotes, percederos, ropa y mercancías generales.



263 UNIDADES



Asimismo, continuamos mejorando la experiencia de compra de nuestras clientas, ofreciéndoles artículos regionales y de temporada en 263 tiendas en los seis países.

Apegados a nuestra propuesta de apoyar a nuestras clientas para que ahorren dinero y vivan mejor, durante el año implementamos diversas estrategias comerciales que complementamos con campañas publicitarias. Desde “Ahorra más en Walmart”, con la que ofrecimos precios muy atractivos principalmente en alimentos y consumibles. Los “Viernes de Frescura” se adicionaron a los ya tradicionales martes, con atractivos puntos de precio en frutas y verduras. “Siempre encuentras TODO y pagas menos”, una exitosa campaña de reposicionamiento orientada a destacar nuestra principal fortaleza, el surtido, fue protagonizada por “Carrito”, un simpático y colorido personaje que guía a las clientas hacia los precios más bajos en una amplia gama de productos. Gracias a nuestras estrategias bien implementadas, observamos una respuesta favorable con resultados positivos ya que consistentemente se revisan miles de precios frente a la competencia, con el fin de garantizarle a nuestras clientas Precios Bajos Todos los Días.



OFERTA DE VALOR:
surtido y precio



Nivel Socioeconómico
b • c • d

A través del nivel de servicio y pensando en el beneficio de la cliente, los Supermercados se caracterizan por ofrecer una amplia gama de productos básicos y diferenciados.



Es por ello que durante este año se implementaron diversas campañas buscando seguir superando las expectativas de la cliente. En especial se destacó: la oferta de valor en frutas y verduras y otros perecederos, la extensa selección en vinos y licores, la ampliada variedad de alimentos preparados y la especialización de farmacia.

Gracias a la apertura de cinco unidades, los supermercados cuentan con 192 tiendas en 45 ciudades. En la búsqueda de seguirse distinguiendo por innovar en la atención y el servicio a la cliente y tomando en cuenta la evolución de su estilo de vida, ha desarrollado exitosos medios para seguir llevando su propuesta de valor. En México, Superama ofrece el servicio de entrega a domicilio realizando pedidos desde superama.com.mx, por teléfono y a través de la aplicación Superama Móvil para iOS, Android y Windows.

192 UNIDADES



OFERTA DE VALOR:
calidad,
conveniencia
y servicio



Nivel Socioeconómico
a • b • c



2013 fue un año retador para el formato, registrando una contracción en sus resultados. Por ello, Sam's Club se enfocó en profundizar el conocimiento de los socios para brindarles una propuesta de valor acorde con sus expectativas.



157 UNIDADES



OFERTA DE VALOR:

precio líder, volumen,
mercancía nueva
y diferenciada



Nivel Socioeconómico

a • b • c • negocios



Se logró la retroalimentación mediante indicadores de experiencia y satisfacción evaluando aspectos generales, intención de recomendación y renovación; se fortaleció la relación con los socios a través de estrategias de recuperación, con las que hemos recobrado más socios.

Además, para cada segmento de socios implementamos medidas focalizadas. Para el socio individual lanzamos programas de Precios Bajos Todos los Días en artículos básicos, fortalecimos nuestra propuesta en artículos diferenciados de proveedores globales, mejoramos nuestros catálogos en artículos para el hogar, hicimos más atractivas las compras en volumen y lanzamos nuevos eventos con conceptos temáticos de tecnología, belleza y alimentos. Para el socio de negocio, invertimos en precio en artículos relevantes, garantizamos el surtido en la mercancía líder en ventas, mejoramos la propuesta de artículos para los mayoristas y lanzamos planes de afiliación a socios potenciales cercanos a nuestros clubes.

Durante este año logramos inaugurar 14 clubes en 11 estados ampliando nuestra presencia a 87 ciudades en México y Centroamérica, reconociendo el potencial comercial que tiene el segmento de clubes de precio.

En nuestras tiendas de ropa, la propuesta de valor es moda con la mejor relación de valor, precio y calidad para toda la familia.



Con la apertura de 10 nuevas tiendas en México, hoy ofrecemos “Moda para la vida real” a más familias mexicanas a través de 109 unidades en 42 ciudades y 29 estados. Además de llegar a un mayor número de poblaciones, hemos incrementado la eficiencia y productividad en nuestros pisos de venta.

Por otra parte, se decidió centralizar en Suburbia la compra de ropa para los formatos de autoservicio. Ahora nuestros equipos especialistas en ropa apalancan su fortaleza en la negociación con proveedores mientras se consiguen eficiencias en nuestra cadena de abasto y se reducen costos que pueden ser trasladados a la cuenta de todos nuestros formatos y así consolidar nuestra clara diferenciación de surtido y Precios Bajos Todos los Días.

109 UNIDADES



OFERTA DE VALOR:
moda, valor,
precio y calidad



Nivel Socioeconómico
c • d



Centroamérica

Un importante logro del año fue haber concluido la homologación de procesos, sistemas y formatos, así como la de protocolos de servicio con los de México.

Con el propósito de incrementar nuestro conocimiento de los gustos, preferencias y hábitos de compra de nuestras clientas, ajustamos nuestros planes comerciales, de comunicación en medios y en puntos de venta. Nos enfocamos en mejorar nuestros niveles de abasto, especialmente en mercancía importada; incorporamos productos que anteriormente sólo se encontraban en los mercados tradicionales y garantizamos el mejor precio en los artículos más relevantes para nuestras clientas. Comprometidos con mejorar constantemente nuestra propuesta de valor, reforzamos nuestra estrategia de Precios Bajos Todos los Días.

Particularmente, este año observamos los beneficios de la integración de la región, reflejados en el crecimiento y la recuperación de la rentabilidad de Centroamérica, que fueron temporalmente sacrificados para cimentar la estrategia de largo plazo de la Compañía, reconociendo que todavía existe un gran potencial para materializar sinergias y eficiencias.

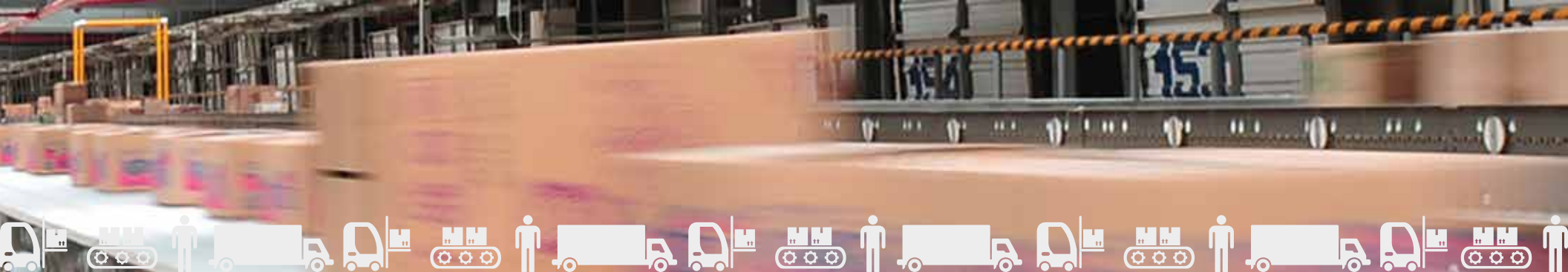




IMPULSAR

la productividad

Un entorno económico complejo trae consigo nuevos retos, para poder enfrentarlos exitosamente, en 2013 nos exigimos y logramos ser un negocio más eficiente al optimizar recursos, reducir gastos y ampliar nuestra base de proveedores, lo que nos permite mantener nuestros costos bajos.



HISTÓRICAMENTE, NUESTRA FORTALEZA SE HA BASADO EN GRAN MEDIDA EN TENER UNA OPERACIÓN EFICIENTE. ESTA POSICIÓN EXIGE TENER COSTOS BAJOS PARA PODER OFRECER LOS PRECIOS CORRECTOS, ESTO ES POSIBLE AL MEJORAR CONTINUAMENTE NUESTROS PROCESOS PARA ASEGURAR UNA EJECUCIÓN Y OPERACIÓN EFICIENTES. POR ELLO, DURANTE 2013 CREAMOS UN ÁREA QUE DE MANERA FORMAL SE ENCARGA CENTRALIZADAMENTE DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS DE EFICIENCIA Y COORDINA LAS INICIATIVAS DE PRODUCTIVIDAD DE TODOS LOS FORMATOS Y ÁREAS EN LOS SEIS PAÍSES.

AVANCES EN PRODUCTIVIDAD EN TIENDAS, CLUBES Y CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

En nuestras tiendas y clubes en México la productividad de nuestros asociados registró una mejoría de 3.0% a unidades comparables. Esto gracias a que logramos incrementar el número de unidades vendidas por hora trabajada.

Un pilar esencial para apoyar el crecimiento rentable del negocio y lograr ahorros importantes es nuestra operación logística, conformada por una extensa red de distribución y soportada en centros de distribución en México y Centroamérica. Con esta infraestructura aseguramos el manejo eficiente y la entrega puntual de la mercancía que las clientas buscan en nuestras tiendas de todos los formatos. En los centros de distribución localizados en seis ciudades de México, operamos un volumen de más de 1,800 millones de cajas y mejoramos nuestra productividad cajas por hora hombre en 12.2% en relación a 2012. Recorrimos más de 200 millones de kilómetros y efectuamos cerca de 700 mil viajes de entrega de mercancía hacia nuestras tiendas y otros centros de distribución.

En los centros de distribución de Centroamérica, logramos el 100% de integración a los sistemas Walmart, mejorando la administración de nuestros inventarios y de la información, logrando una mayor productividad. De igual manera, incrementamos la eficiencia en el manejo de mercancía moviendo más cajas por hora hombre.

En los centros de distribución localizados en seis ciudades de México, operamos un volumen de más de 1,800 millones de cajas y mejoramos nuestra productividad cajas por hora hombre en 12.2% en relación a 2012.





PRODUCTIVIDAD EN ENERGÍA Y ÁREAS DE COMPRAS

Otro avance en productividad en México es el ahorro derivado de la reducción en el consumo de energía en tiendas, una disminución de 3.3% y 61 millones de kWh; lo que equivale al consumo anual de 34 mil casas y a dejar de emitir 30 mil toneladas de CO₂ al ambiente. Estos ahorros se lograron con iniciativas como la instalación de puertas en vitrinas de refrigeración en tienda, la modernización en el sistema de iluminación con focos LED en unidades, entre otras.

Por otra parte, gracias a la nueva estructura comercial, la productividad de nuestros departamentos de compras mejoró significativamente debido a la nueva dinámica de centralización. Al enfocarse en el área de su especialidad, se logran mayores eficiencias en los procesos, la selección y segmentación de mercancía. La atención se enfoca a los proveedores al tener ahora un único contacto, en vez de diferente comprador en cada formato.

A nivel consolidado, las iniciativas de productividad descritas y el manejo disciplinado de los gastos nos han permitido incrementarlos a menor ritmo que el crecimiento del piso de venta. Los gastos generales excluyendo el cargo no recurrente por gasto de arrendamiento crecieron 5.2%, mientras que nuestro piso de ventas aumentó 7.1%.

Otro avance en productividad en México es el ahorro derivado de la reducción en el consumo de energía en tiendas, una disminución de 3.3% y 61 millones de kWh; lo que equivale al consumo anual de 34 mil casas y a dejar de emitir 30 mil toneladas de CO₂ al ambiente.

MIGRACIÓN DE PROCESOS ADMINISTRATIVOS A COSTA RICA

Tener una empresa flexible, preparada para adecuarse a las necesidades siempre cambiantes de las clientas también exige contar con una administración de alto rendimiento. Esto se ha logrado con el Centro de Servicios Compartidos para Latinoamérica (GSSLA), ubicado en San José, Costa Rica, donde se consolidó el procesamiento de las operaciones y transacciones financieras no sólo de la operación de México y Centroamérica, sino de otros países Latinoamericanos donde Walmart tiene presencia.

GSSLA es una organización orientada al servicio, que brinda soporte a nuestros clientes internos al consolidar procesos contables, sistemas y operaciones transaccionales. Entre las operaciones que se migraron destacan: la administración de cuentas por pagar y por cobrar, la gestión de activos y datos maestros, la contabilidad central, el procesamiento de la nómina, el análisis de pago y aclaración a proveedores. Los beneficios que se obtienen de esta migración son: ahorros operativos, estandarización de procesos, implementación de mejores prácticas y apalancamiento de costos de dirección y soporte.





PROCESOS ESTANDARIZADOS QUE GENERAN PRODUCTIVIDAD: ISO 9001 DESDE 2008

En Walmart de México y Centroamérica buscamos siempre la forma de hacer más eficientes nuestros procesos para mantener y elevar la calidad en todas nuestras operaciones, en beneficio de nuestras clientas y asociados. Como reconocimiento a esta constante búsqueda de la eficiencia y la productividad, este año recibimos el Certificado del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2008 otorgado por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) por el proceso de recuperación y guardado de documentos fiscales como facturas de compraventa de mercancía para las tiendas de autoservicio, restaurantes y clubes de precio, así como de consumo interno y pago de proveedores. Con este certificado sumamos 14 procesos con ISO en las áreas de Logística, Administración y Finanzas, Contabilidad, Finanzas Operativas, Cumplimiento Fiscal e Impuestos de Nómina. Otros seis procesos certificados con ISO 9001:2008 se han transferido al GSSLA.

CAPACITACIÓN Y ASESORÍA A PROVEEDORES

Conscientes de que nuestros proveedores son socios fundamentales para llevar a cabo nuestras estrategias, buscamos con ellos una relación de mutuo beneficio, siempre en favor de nuestras clientas. Trabajamos con micro, pequeños, medianos y grandes proveedores, con quienes establecemos relaciones estratégicas de largo plazo, con el fin de obtener siempre productos de la mejor calidad y buen precio.

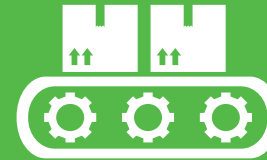
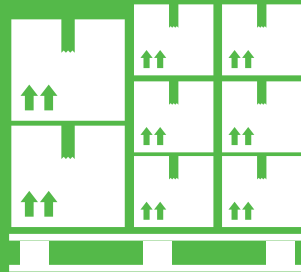
En Walmart buscamos constantemente ampliar la base de proveedores regionales, así como de pequeños y medianos proveedores, brindándoles apoyo a través de oportunidades de mejora y el acceso a programas que incrementen su capacidad. Durante el año, ofrecimos capacitación y consultoría a 1,700 proveedores en México para que pudieran determinar el valor comercial de sus productos y elementos para competir. Además, impartimos más de 800 horas hombre de consultoría comercial gratuita a través de nuestra página de internet y tuvimos presencia en eventos para detectar PyMEs. En Centroamérica, apoyamos a 299 proveedores en 17 sesiones.

Impulsar el crecimiento de los proveedores también implica apoyarlos financieramente. Es por ello que redujimos los periodos de pago a más de 600 pequeños y medianos proveedores impulsando su liquidez. A través del programa Credimpulsa de Banco Walmart, otorgamos financiamiento a tasas competitivas y con procesos de autorización muy ágiles, basados en la relación comercial que tienen con Walmart en cualquiera de sus formatos.

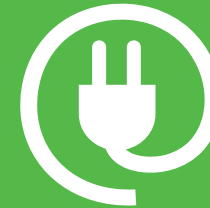


eficiencia y productividad

MÁS DE 1,800 MILLONES DE CAJAS PROCESADAS EN LOS CEDIS QUE TENEMOS EN SEIS CIUDADES DE MÉXICO



LOS CEDIS DE CENTROAMÉRICA SE INTEGRARON AL 100% A LOS SISTEMAS WALMART



AHORRO DE CONSUMO DE ENERGÍA EN MÉXICO

-3.3% EN TIENDAS

EQUIVALE A:

61 MILLONES DE kWh

- CONSUMO ANUAL DE 34 MIL CASAS
- DEJAR DE EMITIR 30 MIL TONELADAS DE CO₂ AL AMBIENTE



IMPARTIMOS MÁS DE 800 HORAS HOMBRE DE CONSULTORÍA COMERCIAL GRATUITA A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA DE INTERNET

EN CENTROAMÉRICA, APOYAMOS A **299 PROVEEDORES EN 17 SESIONES**



CERCA DE 700 MIL VIAJES REALIZADOS

200 MILLONES DE KILÓMETROS RECORRIDOS

EN LA ENTREGA DE MERCANCÍA HACIA NUESTRAS TIENDAS Y OTROS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

CAPACITACIÓN Y CONSULTORÍA A **1,700 PROVEEDORES EN MÉXICO**



PRODUCTIVIDAD EN MÉXICO



+3.0%
EN TIENDA Y CLUB

UNIDADES VENDIDAS POR HORA HOMBRE



+12.2%
EN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

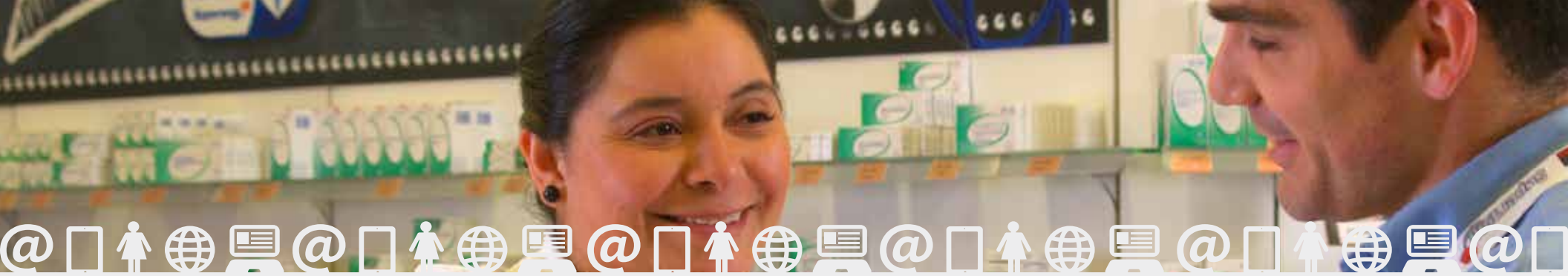
CAJAS POR HORA HOMBRE



INVERTIR EN NUESTRO

crecimiento futuro

Una de nuestras ventajas competitivas ha sido la constante inversión para crecer a largo plazo. Para construir el negocio del futuro este año realizamos algunos cambios entre ellos: la integración de procesos, sistemas y homologación de formatos en Centroamérica, la migración de procesos administrativos al GSSLA, la inversión en nuevas unidades y en infraestructura sustentable, la modernización de los centros de distribución y el lanzamiento de walmart.com.mx con lo que evolucionamos y abrimos nuevos canales de comunicación y venta para nuestras clientas.



INTEGRACIÓN DE SISTEMAS EN CENTROAMÉRICA

Durante el 2013 se concluyó la integración de procesos, sistemas y la homologación de formatos en Centroamérica a los existentes en México. Ahora tenemos mayor visibilidad de la operación e inventarios, reflejando mejores resultados comerciales. A futuro, la información generada por nuestros sistemas en Centroamérica nos ayudará a comprender mejor los hábitos de consumo de nuestras clientas, segmentar el negocio, optimizar la propuesta de valor, manejar flexiblemente los precios y alinear los formatos.



CENTRO DE SERVICIOS COMPARTIDOS PARA LATINOAMÉRICA (GSSLA)

Con la visión de continuar creciendo y optimizar nuestros procesos, creamos el Centro de Servicios Compartidos para Latinoamérica (GSSLA) ubicado en San José, Costa Rica, donde centralizamos los procesos administrativos de la empresa relacionadas con el manejo de transacciones, tales como: administración de cuentas por pagar y por cobrar, la gestión de activos, la contabilidad central, el procesamiento de la nómina, el análisis de pago y la aclaración a proveedores.

La estrategia del GSSLA, alineada a los tres pilares estratégicos de crecimiento, apalancamiento y retorno de la inversión, creará beneficios en los países de la región, organizaciones, áreas diversas y asociados que atiende.





INVERSIÓN EN NUEVAS UNIDADES

Confiados en las oportunidades de crecimiento que nos brindan los seis países donde operamos, decidimos continuar extendiendo nuestra propuesta de valor, durante el año invertimos 13,987 millones de pesos en 235 unidades nuevas de nuestros diferentes formatos de negocio, lo que representó un incremento de 7.1% en la capacidad instalada con respecto al año anterior. Esto nos permitió llevar nuestra propuesta de valor a 36 nuevas ciudades, teniendo ahora presencia en 540 ciudades con las 2,861 unidades en México y Centroamérica que en conjunto suman 6,616,009 m² de piso de venta.

INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA SUSTENTABLE

Para continuar creciendo sustentablemente sin que nuestra operación impacte en el medio ambiente es imperativo que las estrategias de crecimiento contemplen reducir el consumo de agua y energía, optimizar el manejo de residuos, promover la sustentabilidad ambiental en la cadena de suministro y cuidar de la biodiversidad.

Es por ello que durante 2013 en México realizamos inversiones como: la ampliación del número de plantas de tratamiento de agua a 642, que permitió la reducción en 7.9% del consumo de agua en tiendas comparables respecto a 2012. En unidades del país se instalaron puertas en vitrinas de refrigeración y se modernizó la iluminación con tecnología LED reduciendo el consumo de energía eléctrica en 61 millones de kWh, un ahorro del 3.3% frente a 2012. Inició operaciones en México una nueva planta de energía eólica en el Istmo de Tehuantepec que tendrá capacidad de proveer energía a 886 unidades. También promovemos mejores prácticas sustentables de nuestros proveedores para reducir el uso de materias primas e incrementar el uso de materiales reciclados y renovables. También hemos implementado estrategias, políticas y procedimientos que garantizan la protección de la biodiversidad tanto durante las etapas de construcción como a lo largo de la vida operativa de nuestras unidades.

INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA EN CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

Durante el 2013 implementamos múltiples proyectos de inversión que contribuyeron a hacer más eficiente nuestra operación logística e incrementar nuestra capacidad de distribución para el servicio a tiendas y clubes. En los centros de distribución de la zona metropolitana de la ciudad de México mejoramos la atención a más de 100 clubes y optimizamos el flujo de recepción de proveedores y la transferencia de mercancía entre centros de distribución.

Implementamos programas para optimizar la utilización de nuestra flota de remolques sin afectar nuestras operaciones, colocamos GPS en cada una de nuestras unidades mejorando la rastreabilidad para la mejor toma de decisiones y automatizamos más procesos que nos permiten aumentar nuestra capacidad de reacción en periodos de alto volumen y asegurar la mercancía en las unidades para tener temporadas exitosas.

En México realizamos inversiones como: la ampliación del número de plantas de tratamiento de agua a 642, que permitió la reducción en 7.9% del consumo de agua en tiendas comparables respecto a 2012.



ECommerce

Cada vez más clientes prefieren la conveniencia de realizar sus compras en línea por lo que, conscientes de esta creciente tendencia en sus hábitos de compra, en junio lanzamos nuestro portal de comercio electrónico walmart.com.mx. En tan sólo siete meses de operación, nuestro sitio tuvo más de 28 millones de visitas. De hecho, de acuerdo con la firma Comscore, walmart.com.mx es hoy el sitio de comercio electrónico en la categoría de retail con mayor audiencia en todo México. Con más de 60 kioscos de eCommerce en algunas unidades, nuestras clientes pueden interactuar con nosotros realizando sus pedidos desde la tienda y pagando en nuestra amplia línea de cajas.

El lanzamiento de walmart.com.mx se sumó a los otros portales de comercio electrónico con los que ya contamos: sams.com.mx, superama.com.mx y vudu.mx. Este año, se realizaron mejoras a superama.com.mx y relanzamos la aplicación de Superama para iOS, Android y Windows. De hecho, a través de su portal, del teléfono y de la aplicación en smartphone, Superama tuvo un tráfico de más de 7.5 millones de visitas. De acuerdo con Euromonitor International, superama.com.mx se consolidó como líder en la venta de abarrotes a través de un sitio web.

Vudu, nuestro sitio de películas en línea, mostró un avance respecto al año anterior, con un tráfico de casi 5.2 millones de visitas.

Cabe resaltar que, dado el creciente volumen de ventas por estos canales, ahora contamos con un centro de distribución dedicado a eCommerce. Con ello comprobamos que estamos trabajando para convertirnos en una de las mejores compañías de comercio electrónico en México, con el mejor surtido, el mejor precio, la mejor experiencia y la mayor seguridad de compra para nuestras clientes.

Walmart.com.mx

MEDIMART

Medimart, nuestra amplia línea de medicamentos genéricos lanzada en mayo 2007, es comercializada en todos nuestros formatos y en una red de más de 1,150 farmacias en todo el país. Con más de 350 medicamentos para diferentes padecimientos de mayor incidencia en el país como: diabetes, hipertensión, obesidad, depresión, gastritis, respiratorios, entre otros, Medimart garantiza a sus clientes ahorros de por lo menos 50% respecto al medicamento líder en el mercado. Los medicamentos son elaborados por 25 laboratorios farmacéuticos líderes en la fabricación de genéricos, que son auditados conforme a estrictas normas de calidad antes de ser comercializados por Walmart de México y Centroamérica.

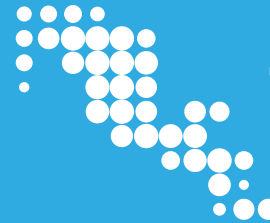


Medimart cuenta con más de 350 medicamentos elaborados por 25 laboratorios farmacéuticos líderes en la fabricación de genéricos, comercializados en todos nuestros formatos y en una red de más de 1,150 farmacias en todo el país.

crecimiento y nuevas plataformas



INVERTIMOS 13,987 MILLONES
DE PESOS PARA LOGRAR:
235 APERTURAS
214 EN MÉXICO
21 EN CENTROAMÉRICA



+ 7.1%
MÉXICO Y
CENTROAMÉRICA
AMPLIACIÓN PISO
DE VENTA

PRESENCIA WALMART
LLEGAMOS A 36 NUEVAS CIUDADES

2013	540 CIUDADES 6,616,009 m ² DE PISO DE VENTA
2012	504 CIUDADES 6,177,458 m ² DE PISO DE VENTA



VUDU, NUESTRO SITIO DE PELÍCULAS
EN LÍNEA RECIBIÓ A CASI
5.2 MILLONES DE VISITAS



EN TAN SÓLO 7 MESES DE OPERACIÓN,
walmart.com.mx
RECIBIÓ MÁS DE
28 MILLONES DE VISITAS

SUPERAMA TUVO UN
TRÁFICO DE MÁS DE 7.5
MILLONES DE VISITAS
A TRAVÉS DE MEDIOS
ELECTRÓNICOS



MÁS DE 350 MEDICAMENTOS
EN VENTA EN MÁS DE 1,150
FARMACIAS EN MÉXICO





NUESTRO ESTILO DE TRABAJAR CON

responsabilidad

Respeto por el individuo, servicio al cliente, actuar con integridad y buscar la excelencia son los principios que integran el estilo Walmart de trabajar con responsabilidad.



SOMOS UNA EMPRESA DE GRAN VALOR Y NUESTRAS ACCIONES
IMPACTAN A LA SOCIEDAD EN MUCHOS SENTIDOS...



asociados

No sólo generamos empleo, sino impulsamos el desarrollo de nuestros asociados para ser talento comprometido, además de promover su calidad de vida tanto en el ámbito laboral como en lo familiar.



proveedores

A nuestros proveedores, en especial, a los pequeños y medianos que son socios fundamentales para llevar a cabo nuestras estrategias, les brindamos herramientas para crecer su negocio y ser más competitivos.



comunidad

Con la comunidad, financiamos proyectos de largo plazo que construyan en las personas capacidades productivas para combatir la pobreza y así aportar nuestro conocimiento, gente e infraestructura para su bienestar.



medio ambiente

Reducimos el impacto de nuestra operación en el medio ambiente haciendo un uso responsable de los recursos que consumimos, mejoramos el manejo de residuos, promovemos la sustentabilidad ambiental y cuidamos de la biodiversidad.

nuestro impacto



31%
DE NUESTROS
EJECUTIVOS SON
MUJERES EN
MÉXICO



379 MDP
EN AHORROS GENERADOS
POR INICIATIVAS DE
SUSTENTABILIDAD



139,045
VOLUNTARIOS
COLABORANDO EN MÁS
DE 3,700 JORNADAS

“LA BOLSA VERDE”
REDUJO 10.3% EL
CONSUMO DE BOLSAS
PLÁSTICAS



27,308 PROVEEDORES
EN LA REGIÓN



PROMOVEMOS
LA SUSTITUCIÓN
DE MATERIALES
RECICLABLES



LA OPERACIÓN Y NUESTROS asociados

WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA ES UN GRAN EMPLEADOR QUE BRINDA OPORTUNIDADES DE DESARROLLO A SUS 226,289 ASOCIADOS. IMPULSAMOS UNA CULTURA DE INTEGRIDAD, RESPETO, SERVICIO Y EXCELENCIA, CON UN ENFOQUE EN LA EQUITAD Y EL BALANCE DE VIDA PARA NUESTROS ASOCIADOS.

GENTE, TALENTO Y LIDERAZGO

Enfrentamos retos derivados del crecimiento, la incorporación de nuevas generaciones a la vida laboral y de pertenecer a un mercado en constante transformación. Dichos retos impactan en la atracción y retención de talento de calidad, en el desarrollo de los asociados y en la forma en que nos transformamos en una organización más moderna, sin perder nuestra esencia y cultura.

Para atender los retos planteados, trabajamos en:

- Fortalecer la estructura y gestión de recursos humanos haciéndola más sólida y estratégica, alineada con las necesidades del negocio y con sistemas y políticas más robustos.
- Atraer y desarrollar al mejor talento, impulsando sus capacidades en la organización a través de un liderazgo basado en la gente, con un enfoque en la integridad y en los resultados del negocio.
- Reforzar la cultura, inspirar el compromiso y mejorar la experiencia en la empresa.

ESTRUCTURA Y GESTIÓN

Con una estructura encabezada por la Vicepresidencia Senior de Recursos Humanos, este año se creó la figura de socio de negocio cuyo rol es asegurar que la propuesta de valor de Recursos Humanos responda a los requerimientos de cada área, y ayude a cumplir nuestras prioridades estratégicas.

Por otra parte se fortalecieron las áreas de Recursos Humanos dedicadas al conocimiento específico transversal a toda la organización, como son: Compensaciones y Beneficios y la Dirección de Talento y Desarrollo Organizacional que entre sus responsabilidades tiene un área dedicada al Balance de Vida, la Equidad e Inclusión que apoya y opera las iniciativas del Consejo Consultivo de Equidad e Inclusión, que asesora al Director General en los temas relativos en esta materia.

La empresa cuenta con políticas y procedimientos y canales de comunicación interna suficientes para una correcta gestión de recursos humanos, así como con los procesos para revisar su aplicabilidad y su actualización periódica.

ESTÁNDARES LABORALES

En todos los países donde tenemos presencia, los estándares laborales están plasmados en las políticas y procedimientos de recursos humanos de la empresa que contemplan:

- Un ambiente de trabajo donde se practica la cultura de integridad y dignidad humana, respeto al individuo, servicio y excelencia.
- La no discriminación por raza, género, edad, discapacidad, orientación sexual, ideológica o religiosa que se plasma en las políticas y procedimientos de reclutamiento, capacitación, desarrollo, y sistema de compensaciones.
- El rechazo al trabajo infantil y al trabajo forzado.
- Brindar un ambiente laboral con condiciones de seguridad e higiene que permiten prevenir accidentes de trabajo; en donde todos nuestros asociados tienen acceso a la seguridad social.
- Apego al cumplimiento de la ley y reglamentos aplicables en los países donde operamos.
- Salarios remuneradores, superiores a los establecidos por los organismos encargados de fijar los salarios mínimos.
- Respetar las jornadas de trabajo, horas y días de descanso, así como el pago correcto del tiempo extraordinario, de los salarios y las prestaciones a las que nuestros asociados tienen derecho.
- Igualdad de oportunidades para el desarrollo de los asociados, en donde se les brinda capacitación y adiestramiento de forma continua.
- Canales internos de comunicación abierta y confidencial para denuncias sobre violaciones a cualquiera de los puntos descritos en este apartado.



98 MDP INVERTIDOS EN
CAPACITACIÓN DURANTE EL AÑO



1.5 DÍAS AL AÑO DE CAPACITACIÓN
PROMEDIO POR ASOCIADO

PLATAFORMA DE DESARROLLO DE TALENTO

Contar con un flujo continuo de talento capacitado que sustente nuestros planes de crecimiento es indispensable, por lo que además del reclutamiento y el reclutamiento centralizado de talento para áreas de staff y directivas, se realiza una labor de posicionamiento dentro de las universidades. Nuestros programas de desarrollo de talento están enfocados en los siguientes aspectos:

- Capacitación. Dirigida a los asociados de operaciones y staff de todos los niveles; desarrollo de habilidades como liderazgo, trabajo en equipo, negociación y conocimientos técnicos para los distintos niveles y funciones de la organización. El Centro de Capacitación Walmart se encarga de la capacitación presencial y contamos además con el Sistema Interactivo Integral de Gestión del Aprendizaje y con Walmart TV, el canal de televisión interna que cubre toda la operación.
- Programa de becas para licenciatura, que fomenta el desarrollo de asociados, apalancando su crecimiento dentro de la organización.
- Programas de coaching, mentoría y visibilidad para impulsar el desarrollo de asociados con potencial, con el apoyo de un experto interno y/o externo, a través de procesos individuales y grupales.



- Academia de Compras y de Operaciones. Esta instancia de capacitación fortalece la visión, las capacidades y la forma de establecer relaciones comerciales más productivas del equipo de compradores y también de quienes lideran nuestras tiendas, ambas en permanente revisión y perfeccionamiento.
- Sistema de compensaciones y evaluación de desempeño. Diseñado para estimular y reconocer el desarrollo de competencias críticas del negocio, a los requerimientos del puesto y el enfoque en resultados. La evaluación aborda tanto el desempeño individual, semestral y anual, evaluaciones multidimensionales de desempeño 360° y se apoya en un proceso de calibración de ejecutivos que permite identificar el talento y la elaboración de planes de desarrollo.

PROMOVIMOS A MÁS DE 26,200 ASOCIADOS



CULTURA, COMPROMISO Y UNA FORMA MODERNA DE TRABAJAR

La cultura Walmart es el marco de referencia para fortalecer el compromiso de todos nuestros asociados con la empresa. Por ello, fomentamos el desarrollo de comportamientos que la reflejen, promoviendo la vivencia de la cultura a través del ejemplo, el reconocimiento, la capacitación y la comunicación. El Programa de Cultura incluye diversas prácticas que permiten reconocer y fortalecer los comportamientos que se alinean con nuestra cultura, tales como los programas 100 en Cultura, Es mi Líder y Transformación Cultural.

Con una encuesta anual independiente, medimos el compromiso de los asociados con la empresa, el nivel de vivencia de la cultura y establecemos planes de trabajo para incrementarlos a través del proceso permanente llamado Cultivando Nuestro Compromiso. Adicionalmente, herramientas como el blog *En directo con Scot* abre un canal de comunicación directa para fomentar el compromiso, el sentido de pertenencia y la cercanía entre los niveles de la organización y el Director General.

OPORTUNIDADES PARA TODOS Y DIVERSIDAD

Además de políticas que favorecen la atracción de talento y el desarrollo de los asociados en un ambiente de inclusión y respeto a la diversidad, contamos con un Consejo Consultivo de Equidad e Inclusión formado por Vicepresidentes y Directores de diversas áreas de la empresa, que enfoca sus esfuerzos en:

- Transformación cultural, que consiste en construir y reforzar la sensibilización y conocimiento del tema de equidad e inclusión.
- Capacitación y Desarrollo con programas de desarrollo específico en temas de equidad de género. Destacan el Diplomado de Mujeres Ejecutivas, impartido por la Universidad Panamericana, del cual en 2013 egresó la 5a generación, y el curso Dominando el Escenario, impartido por mujeres en posiciones directivas.
- Gobierno y procesos que revisa e implementa políticas y procedimientos que sustenten y aseguren una cultura de equidad.
- Flexibilidad, que revisa y propone nuevas formas de trabajo para operaciones y oficinas.

El Modelo de Equidad de Género de la empresa ha sido evaluado desde 2009 por el Instituto Nacional de las Mujeres, y en 2013 la certificación fue refrendada una vez más.

BALANCE DE VIDA, SALUD Y SEGURIDAD

Los programas de balance de vida y la implementación de nuevas formas de trabajar en la empresa buscan lograr una organización moderna que promueva el equilibrio entre vida personal y trabajo en nuestros asociados, además de un estilo de vida saludable. Hemos fortalecido los programas:

- Flexibilidad laboral. Estamos implementando el programa Hábitat, un nuevo concepto en ambientes de trabajo que propicia la colaboración en equipo en espacios de trabajo abiertos y funcionales, resultando en una cultura concentrada en mejorar el clima laboral, la productividad y los resultados. También se implementó el programa de Semana Flexible de Trabajo para los asociados de staff que consiste en acomodar las horas de trabajo en la semana para dejar libre la tarde del viernes.
- Se amplió el seguro médico de gastos mayores para partos.
- Se implementó la licencia postnatal para madres, que les permite completar su licencia de maternidad por ley y reintegrarse de manera progresiva a su horario habitual hasta los 7 meses de vida de su bebé, y la licencia postnatal para padres, quienes gozarán de horario flexible durante el primer mes de vida de su hijo(a).
- Se renovaron convenios con instituciones de salud para visitas a todas las tiendas a nivel nacional con el propósito de cuidar el bienestar de nuestros asociados con acciones como: detección de hipertensión, glucosa y colesterol, revisión de talla y peso, vacunación y planificación familiar.
- Se dio continuidad a convenios para que los asociados obtengan descuentos en laboratorios, gimnasios, servicios de salud y bienestar, entretenimiento y escuelas.

Los programas de prevención de accidentes que integran todas las medidas y acciones en seguridad se fortalecen con un cuerpo de expertos en seguridad e higiene que realiza auditorías constantes a nuestras unidades, con el propósito de generar planes de acción para las distintas oportunidades que puedan llegar a detectarse; documentamos las buenas prácticas y las difundimos.



**EL PROGRAMA DE SEMANA FLEXIBLE DE TRABAJO
PARA LOS ASOCIADOS DE STAFF CONSISTE EN
ACOMODAR LAS HORAS DE TRABAJO EN LA SEMANA
PARA DEJAR LIBRE LA TARDE DEL VIERNES**



LA OPERACIÓN Y NUESTROS

proveedores

EL CONTACTO PERMANENTE DE NUESTRAS CLIENTAS CON NUEVAS TENDENCIAS, HÁBITOS DE VIDA ACTUALES Y SUS PROPIAS COSTUMBRES REGIONALES INCIDE EN SUS NECESIDADES DE COMPRA. EN WALMART BUSCAMOS ATENDERLAS ESTABLECIENDO RELACIONES MÁS ESTRATÉGICAS Y DE LARGO PLAZO CON NUESTROS PROVEEDORES Y DESARROLLANDO A PRODUCTORES REGIONALES Y DE PERECEDEROS PARA AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD QUE ASEGUEN EL ABASTO, LA CALIDAD Y LOS MEJORES PRECIOS.

ESTRUCTURA Y GESTIÓN

La estructura que soporta las relaciones con proveedores está conformada por las Vicepresidencias de Compras de Autoservicios; Compras Perecederos; Desarrollo de Proveedores e Inteligencia del Cliente. Esta última se encarga de desarrollar estudios que nos faciliten entender mejor sus estilos de vida, hábitos de compra y satisfacción con el servicio. Gracias a esta estructura, aumentamos la productividad de la empresa y de sus proveedores, manteniendo los estándares de calidad. Asimismo, con herramientas como Retail Link que ofrecemos a nuestros proveedores, les facilitamos entender el mercado y sus oportunidades para mejorar sus estrategias y capacidad de respuesta.

Adicionalmente, el área de Cumplimiento y Calidad Corporativa vigila la calidad de los productos y el cumplimiento con la normatividad.

ESTÁNDARES PARA LOS PROVEEDORES

La relación con los proveedores de mercancías para la venta y proveedores de servicios para la empresa está regulada en el convenio que rige la relación comercial que incluye cláusulas de comportamiento ético, las relativas a evitar la corrupción, las responsabilidades laborales y otros Estándares para Proveedores bajo los cuales los proveedores se comprometen a:

- Cumplir con la ley y las regulaciones vigentes incluyendo las relativas a temas laborales, de inmigración, salud y seguridad, y el medio ambiente, entre otras.
- Asegurar la contratación voluntaria. Las relaciones de trabajo entre el proveedor y sus trabajadores debe ser voluntaria, prohibir el trabajo infantil, forzado o como pago de deudas, así como el trabajo en condiciones de esclavitud.
- Respetar la ley en cuanto al número de horas trabajadas y días de descanso de sus trabajadores.
- Implementar prácticas de contratación y empleo que les permitan contar con la información de los trabajadores, mantener políticas y prácticas de salarios, despidos, entrenamiento y condiciones laborales.
- Respetar el derecho de los trabajadores a optar por unirse de manera pacífica y legal a los sindicatos que prefieran y a negociar colectivamente.
- Asegurarse que todas sus prácticas cumplan con las leyes ambientales en cuanto a manejo de agua, aire, residuos y desechos y que sus insumos provengan de fuentes lícitas.
- Llevar registros de toda la información financiera relacionada con la vinculación comercial con Walmart.
- Brindar a los trabajadores un ambiente laboral seguro e higiénico y tomar medidas preventivas de riesgos.
- Respetar el derecho de Walmart a auditar y/o verificar en cualquier momento y sin previo aviso.

ELEVAMOS LA PRODUCTIVIDAD CON NUESTROS PROVEEDORES

Enfocándonos en:

1. Mantener un diálogo constante a través de diversos canales:
 - a. El Consejo Consultivo de Proveedores, creado hace 7 años e integrado por 14 empresas en México y 14 en Centroamérica de todos los tamaños, es un espacio para intercambiar ideas y fomentar las mejores prácticas que incrementen la competitividad de nuestras empresas.
 - b. La encuesta de proveedores, mecanismo de evaluación anual independiente con representación de proveedores grandes, medianos y pequeños. Evalúa y permite identificar los puntos clave para aumentar la eficiencia de la empresa en hacer llegar los productos a nuestras clientas. Este año la representación de proveedores PyMEs fue del 27%.
 - c. Línea de proveedores y línea ética a cargo de áreas independientes a compras, que le permiten al proveedor comunicar sugerencias particulares y denunciar el incumplimiento con los estándares éticos de la empresa.
 - d. Sesión de diálogo con proveedores de perecederos. Por primera vez desarrollamos una sesión con 450 proveedores pequeños, medianos y grandes para identificar áreas de oportunidad y modelos más eficientes de operación en la cadena de compras y suministro de perecederos.
2. Fortalecer la estructura de compras. Gracias a la nueva estructura de compras centralizadas para mercancías generales, abarrotes, consumibles y ropa en autoservicios, con las figuras de compradores regionales y compradores nacionales de categorías de perecederos logramos una visión más estratégica para desarrollar productos y mejorar la capacidad de respuesta a las necesidades de la clienta. Además, contamos con la Academia de Compras, una herramienta para fortalecer la capacitación de los equipos de compradores.
3. Asegurar estándares de calidad y cumplimiento en los productos que vendemos a través de procesos de verificación de calidad y cumplimiento para garantizar la inocuidad, el origen de los insumos y el cumplimiento a la legislación. Verificamos que el 100% de los proveedores de marcas propias, proveedores de insumos para proceso en nuestras tiendas y centros de producción cuenten con auditorías vigentes, en los siguientes aspectos:
 - Buenas prácticas de manufactura
 - Sistemas de calidad
 - Control de procesos
 - Capacitación
 - Control de plagas
 - Instalaciones
 - Análisis de riesgos y control de puntos críticos

Dichos procesos de verificación se basan en los siguientes criterios:

- Perecederos. Inspecciones de calidad de producto en centros de distribución de acuerdo con una especificación de peso, temperatura y generales del producto. La muestra es estadísticamente representativa de la calidad del producto y se establecen planes de acción con los proveedores. En México el 100% de carnes cuenta con Certificación TIF, lo cual garantiza la más alta calidad.
- Alimentos. En México, el 79 % de los proveedores de marcas propias y en Centroamérica el 7% de los proveedores maquiladores de producto terminado de las plantas de Desarrollo Agroindustrial cuentan con la certificación Global Food Safety Initiative, una iniciativa impulsada por el sector empresarial para mejorar los sistemas de gestión de seguridad alimentaria, garantizar el suministro de alimentos inocuos a los consumidores. Solicitamos a los proveedores de marcas propias contar con alguna certificación bajo los esquemas reconocidos por esta iniciativa (SQF, BRC, FSSC22000, Global GAP, IFS, entre otros), una vez que hayan aprobado la auditoría de Buenas Prácticas de Manufactura y demuestren tener implementado un Análisis de Peligros y Control de Puntos Críticos (HACCP por sus siglas en inglés). El número de proveedores certificados varía cada año, de acuerdo con los requerimientos del negocio y las necesidades comerciales.



- Medicamentos. La auditoría de los proveedores de medicamentos Medi-Mart verifica el grado de cumplimiento a la NOM-059-SSA1-1993: buenas prácticas de fabricación para establecimientos de la industria químico farmacéutica dedicados a la fabricación de medicamentos. A partir de 2014, se estará auditando bajo la NOM-059-SSA1-2013.
- Textiles. Pruebas de laboratorios en base a NOM-004-1995. Inspecciones en centros de distribución con criterios establecidos por CatMex: visual y empaque, etiquetado y medidas. Auditorías de Factory Capability and Capacity Audit, que verifica los procesos productivos bajo los criterios internacionales de Walmart Stores: laboratorio, cuarto de muestras/diseño, almacén de materiales, tendido corte y fusionado, proceso de producción, proceso de inspección, planchado, terminado y empaque.

Cabe destacar que, en caso de que se detecten oportunidades de mejora, se establece un plan de acción o las sanciones correspondientes al tipo de oportunidad de acuerdo a las políticas establecidas para ello.

4. Ampliar la base de proveedores regionales, así como de pequeños y medianos proveedores. Para ello, elegimos, cuidamos y desarrollamos proveedores dentro de sus categorías, brindándoles oportunidades de mejora y acceso a programas que incrementen su productividad.
 - a. Capacitación y consultoría a más de 1,700 proveedores en México, para determinar el valor comercial de sus productos y elementos para competir. Impartimos más de 800 horas hombre de consultoría comercial gratuita a través de nuestra página de internet y participamos en eventos para detectar PYMEs. En Centroamérica, apoyamos a 299 proveedores en 17 sesiones.
 - b. Financiamiento y condiciones de pago. Mejoramos las condiciones comerciales para más de 600 de nuestros proveedores PYMEs, adelantando de forma permanente sus plazos originales de pago en un promedio de 21 días, lo que apoya su liquidez. Asimismo, a través del programa Credimpulsa de Banco Walmart les otorgamos financiamiento a tasas competitivas.
 - c. Ejecución en piso de ventas, a través de un programa de promotoría compartida en más de 1,500 tiendas que ayuda a fortalecer la presencia de pequeños empresarios en el punto de venta, con costos competitivos.

El Premio a la Excelencia de Proveedores, se otorga anualmente en México y en Centroamérica, es un estímulo que reconoce los resultados en ventas, rentabilidad, inventarios y nivel de servicio.

MARCAS PROPIAS: AUDITORÍAS A PROVEEDORES

CENTROAMÉRICA	
En proceso de auditorías de diagnóstico en BPM y HACCP*	86 %
En proceso de auditorías de diagnóstico en BPM y HACCP de producto terminado*	98 %
Alimentos	85 %
Desarrollo Agroindustrial	40 %

*% restante se encuentran certificados o en proceso de pre-certificación.
 BPM: Buenas Prácticas de Manufactura
 HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Points

MÉXICO	
Alimentos	91 %
Mercancías generales	100 %
Medicamentos	72 %
Textiles	90 %



5. Asegurar la compra de bienes agrícolas, acuícolas y pesqueros en volumen, precio, condiciones de frescura y sanitarias que reduzcan riesgos de contaminación física, química y microbiológica. Para lograrlo, mejoramos la forma cómo compramos, cómo movemos la mercancía y cómo vendemos.

Cómo compramos.

- a. Creamos una estructura de expertos en la compra nacional de familias y categorías de producto, que dan servicio a los distintos negocios para construir una mejor propuesta de valor a la clientela gracias a una mejor planeación y conocimiento de las categorías.
- b. Aseguramos la calidad del producto con fichas estandarizadas adaptadas a la temporalidad y con auditorías y certificaciones de calidad. Nos enfocamos en la inocuidad alimentaria, el suministro de agua de calidad y sistemas de abasto, mano de obra y condiciones de trabajo de los empleados de los proveedores, así como la red logística y centros de acopio.
- c. Ampliamos el proceso de compra directa a productores nacionales, lo que permite contar con precios más bajos, aumentar la frescura y asegurar el abasto. Tanto en México como en Centroamérica contamos con el programa de Agricultura Sustentable que incrementa la capacidad productiva de los agricultores y capacitarlos en aspectos logísticos y de mercado.

1. SUMINISTRO EFICIENTE
2. MEJORAR LA ROTACIÓN DE INVENTARIO
3. OTORGAR DÍAS DE FRESCURA
4. VENDER MÁS A NUESTRAS CLIENTAS



Para los proveedores pequeños de bajos ingresos, desarrollamos esquemas comerciales diferenciados en plazos de pago, condiciones especiales en centros de distribución y acompañamiento personalizado en las áreas de compras y procesos productivos de administración y manejo post cosecha a través de una organización independiente, con soporte de las áreas de Responsabilidad Social en Centroamérica y de Fundación Walmart de México.

En Centroamérica, a través del programa “Tierra Fértil” las compras a estos proveedores ascendieron a 1.6 mil millones de pesos que representa el 69% de las frutas, verduras y granos vendidos en nuestras tiendas.

Cómo movemos la mercancía. Garantizamos la frescura de nuestros productos reduciendo días en centros de distribución, aplicando un sistema flexible de esquemas de calidad y limitando el desplazamiento de productos con madurez avanzada. Nuestra red logística es clave para incrementar la eficiencia de la empresa y aumentar los días de vida de los perecederos. Además, la incorporación de bancos de alimentos en la red permite un aprovechamiento total de la mercancía.

Cómo vendemos. Todo lo anterior asegura el abasto y el mejor precio para nuestras clientas, favoreciendo su experiencia de compra.

TRES PRIORIDADES CLAVE PARA AUMENTAR LA CONVERSIÓN EN PERECEDEROS





NUESTRA OPERACIÓN Y LA comunidad

EL IMPACTO SOCIAL DE CADA UNA DE NUESTRAS UNIDADES EN LAS COMUNIDADES DONDE TENEMOS PRESENCIA COMPRENDE LA GENERACIÓN DE EMPLEO FORMAL EN UNA EMPRESA CON OPORTUNIDADES DE DESARROLLO CONSTANTES, UNA OFERTA DE PRODUCTOS A PRECIOS BAJOS, QUE LES PERMITE AHORRAR, Y OPORTUNIDADES A PROVEEDORES LOCALES PARA CRECER CON NOSOTROS. ESTOS IMPACTOS SE ENRIQUECEN GRACIAS A UN PROGRAMA DE APOYO COMUNITARIO ALINEADO A LA MISIÓN DE NUESTRA EMPRESA EN CADA PAÍS DONDE OPERAMOS, QUE NOS PERMITE DIRIGIR LAS FORTALEZAS PROPIAS DEL NEGOCIO EN BENEFICIO DE LAS COMUNIDADES Y AFIRMAR QUE CONTRIBUIMOS A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS FAMILIAS MENOS FAVORECIDAS EN TODOS LOS PAÍSES DONDE OPERAMOS.

El programa de apoyo comunitario descansa en criterios definidos, en función de la alineación estratégica al negocio y de su capacidad de generar valor:

- a. **Apoyar la alimentación a través de bancos de alimentos.** Dado que los alimentos representan el 60% de nuestra empresa, es fundamental que, en los países que registran índices de pobreza alimentaria, se dé un buen aprovechamiento a aquellas mercancías que son aptas para el consumo humano pero no para la venta. Asimismo, nuestros asociados cuentan con una experiencia invaluable que permite apoyar con asesoría a los bancos de alimentos en el manejo eficiente de los productos.

Trabajamos diariamente con más de 330 bancos de alimentos e instituciones que reciben y hacen llegar diariamente productos alimenticios y mercancías generales a más de 160 mil personas. En Centroamérica, en colaboración con otras empresas, se han establecido 6 bancos de alimentos en Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y El Salvador.

En México, nos enfocamos en reforzar la gestión de información a través de un nuevo sistema y procesos sobre el impacto social de los donativos que otorgamos a dichas instituciones, lo cual nos permite mejorar la productividad y apoyar su profesionalización.



333
BANCOS DE
ALIMENTOS E
INSTITUCIONES

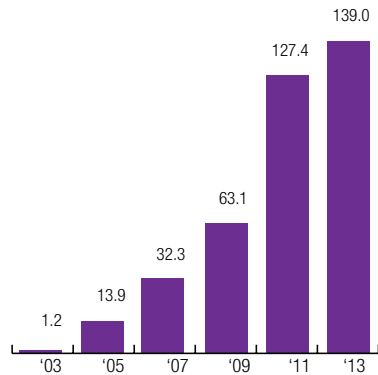


160,000

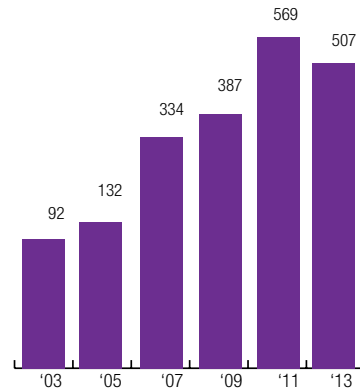
PERSONAS BENEFICIADAS DE LA REGIÓN



VOLUNTARIOS MILES DE ASOCIADOS



DONACIONES CANALIZADAS MILLONES DE PESOS



En Nicaragua, beneficiamos directamente a 54 mujeres productoras de plátano y sus familias, organizadas en dos cooperativas. Este programa, realizado en colaboración con otras asociaciones, logrará aumentar los niveles de producción y la calidad del plátano, mejorar las prácticas agrícolas y las capacidades empresariales de las cooperativas, e incrementar la rentabilidad del cultivo y los ingresos, a partir de asistencia técnica y transferencia tecnológica. Además, el programa garantizará la compra y comercialización de la producción que sea obtenida.

COMERCIALIZAMOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS Y DE MANUFACTURA ARTESANAL DE MÁS DE 5,800 PRODUCTORES DE LA REGIÓN

- b. Desarrollar capacidades para la producción agrícola y de manufactura artesanal en las comunidades más pobres de los países donde operamos.** El sector de comercio detallista ofrece un conocimiento del mercado, canales comerciales, calidad y desarrollo de productos así como asociados con experiencia en estos temas. La capacidad de la empresa para desarrollar habilidades productivas de pequeños productores de muy bajos ingresos es nuestra principal fortaleza que, de forma natural, se alinea con el objetivo de este programa. En países con pobreza, esto representa una pieza clave para elevar los ingresos y, con ello, la calidad de vida de quienes menos tienen.
- c. Empoderar a las mujeres.** La mayoría de nuestros clientes son mujeres y, en todos los países donde operamos, las oportunidades para ellas son limitadas. Esta situación se agrava cuando existe pobreza, por la falta de estudios y responsabilidades crecientes como cabezas de familia. Por ello, trabajar con un enfoque especial en el empoderamiento de las mujeres en todos los programas que desarrollamos es fundamental para nuestra empresa.

Durante el año destacaron, entre otros, los siguientes programas:

En México, el programa “Mujer, Cuentas con Nosotros”, cuya finalidad es financiar cursos de capacitación para iniciar o mejorar un negocio propio, y becas de manutención para concluir el bachillerato o la universidad tecnológica. En este segundo año de operación, 25,456 mujeres se registraron; con ellas, ya tenemos más de 60 mil mujeres inscritas en nuestro programa. Del total de mujeres registradas, 66% gana menos de 5 mil pesos mensuales; 27% estudió hasta la secundaria y 41% entran en el rango de solteras, viudas o divorciadas.



**54,325 MUJERES DESARROLLARON SUS
CAPACIDADES Y EMPODERAMIENTO**

d. Promover el trabajo voluntario de nuestros asociados. En México y Centroamérica la mayoría de nuestros asociados viven en las ciudades donde trabajan. Esto conlleva una oportunidad y una responsabilidad para la empresa de contribuir a apoyar a las comunidades y, a la vez, de influir en nuestros asociados para ser mejores y más comprometidos ciudadanos. A través de un programa que se desarrolla en cada unidad en toda la región; desarrollamos actividades de voluntariado como:

- Conferencias a mujeres emprendedoras impartidas por vicepresidentes en México.
- Asesoría a pequeños productores agrícolas y de manufactura impartida por asociados de compras.
- Atención por desastres naturales para el acopio, la clasificación y el empaque de mercancías en la Cruz Roja Mexicana y en centros de distribución.
- Mantenimiento de escuelas.
- Limpieza y mantenimiento de zonas verdes, playas, lagos y ríos, entre otros.
- Reforestación.

139,045 ASOCIADOS PARTICIPARON COMO VOLUNTARIOS EN LA REGIÓN

e. Brindar apoyo en desastres naturales. Operamos en 540 ciudades, todas ellas con posibilidad de sufrir desastres naturales. Por lo anterior, en ocasión de un desastre es prioridad cuidar de nuestros asociados y clientes, restablecer las operaciones y con ello el abasto, así como aprovechar la red logística y la cercanía que la empresa tiene con sus clientes para multiplicar la ayuda a los damnificados.

En México, durante los desastres ocasionados por los huracanes Ingrid y Manuel, habilitamos 887 centros de acopio en nuestras tiendas. A través de la campaña “Kilo por kilo”, la Fundación igualó las 944 toneladas donadas por clientes, canalizando 1,888 toneladas a la Cruz Roja Mexicana. Nuestros asociados damnificados fueron apoyados por la empresa, otros asociados brindaron trabajo voluntario a la Cruz Roja y el uso de la red logística fue fundamental, así como la capacidad de respuesta del Centro de Continuidad de Operaciones que con representación de todas las áreas de la empresa, sesiona permanentemente en ocasión de un desastre para asegurar el abasto a las tiendas de la zona.



LINEAMIENTOS PARA LAS APORTACIONES

En México, Fundación Walmart de México, A.C., celebra 10 años de existencia como la organización no lucrativa que canaliza el apoyo comunitario de la empresa.

La Fundación cuenta con un Consejo Directivo conformado por 11 miembros, 6 de ellos consejeros independientes, el cual sesiona 4 veces al año. Su función principal es definir el rumbo de la Fundación, metas y objetivos, aprobar proyectos y dar seguimiento a los resultados.

Consejo de Fundación Walmart de México, A.C.

- Scot Rank (Presidente)**
- Mercedes Aragonés*
- Roberto Delgado Gallart*
- Jorge Familiar Haro*
- Martha Smith*
- Marinela Servitje*
- Karina Awad**
- Rafael Matute**
- Javier Soní*
- José Luis Torres**
- Manuel Álvarez**

* Consejero independiente

** Consejero relacionado

En Centroamérica se hace a través de un Comité de Responsabilidad Social conformado por 7 miembros líderes claves del negocio y el cual sesiona 2 veces al año.

El apoyo comunitario consiste en aportar recursos financieros y en especie, así como en promover trabajo voluntario. La empresa cuenta con lineamientos y mecanismos de transparencia y anticorrupción que permiten asegurar el cumplimiento del fin social para el que fueron otorgados.

Las políticas y el proceso de donaciones contemplan:

- Convocatoria pública en línea, una vez al año por un periodo de tiempo definido, con lineamientos sobre las causas y el impacto social deseado, el tipo de organizaciones no lucrativas y no gubernamentales que son susceptibles a recibirlo y el plazo definido para recepción de proyectos en línea.
- Evaluación de proyectos por un Comité de Pre-Selección conformado por miembros de la academia, empresarios y asociados de Walmart ajenos a la Fundación.
- Revisión especial sobre el cumplimiento con las leyes aplicables.
- Revisión y selección por mayoría del Consejo Directivo de Fundación Walmart de México de los proyectos mejor evaluados por el Comité de Pre-Selección.
- Procesos de elaboración de contratos, con cláusulas que contemplan las medidas para evitar la corrupción, referencias de la donataria como autorizada para recibir donaciones, cláusulas relativas al desarrollo del proyecto, cumplimiento de sus objetivos y seguimiento.
- Proceso de seguimiento a indicadores de impacto a través del sistema electrónico y visitas presenciales.

- En el caso de donaciones en especie, la selección de la donataria se basa en su capacidad para recoger donativos en especie en la(s) unidad(es) asignada(s), así como en su capacidad de generar mayor impacto social de acuerdo con sus programas y padrón de beneficiarios. Adicionalmente se cubren los puntos referentes a información, revisión especial sobre cumplimiento con las leyes aplicables, contratos y cláusulas que contemplan medidas anticorrupción y visitas presenciales.

El sistema electrónico de control de donaciones permite obtener información relativa a la institución y al proyecto así como para recoger indicadores de impacto social. Cuenta con restricciones para los usuarios de la empresa que les impiden modificar la información alimentada por la institución apoyada y a la institución la posibilidad de alterar la información una vez autorizado el proyecto, así como de modificar sus propios reportes una vez entregados en cumplimiento con las cláusulas del contrato.

En Centroamérica, el proceso está a cargo del área de Asuntos Corporativos, conforme a los mismos criterios de anticorrupción, contratos y seguimiento a proyectos.





NUESTRA OPERACIÓN Y EL medio ambiente

REDUCIR EL CONSUMO DE AGUA Y ENERGÍA, MEJORAR EL MANEJO DE RESIDUOS, PROMOVER LA SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL EN LA CADENA DE SUMINISTRO Y CUIDAR DE LA BIODIVERSIDAD, SON FACTORES ESENCIALES PARA DISMINUIR EL IMPACTO DE NUESTRA OPERACIÓN EN EL MEDIO AMBIENTE Y AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA.

Para alcanzar estos propósitos, consideramos fundamental:

- Contar con estándares de operación respetuosos del medio ambiente en agua, energía, manejo de residuos, productos, empaques y biodiversidad.
- Implementar y medir iniciativas que favorezcan una operación más sustentable.
- Adoptar las mejores prácticas.

Contamos con una estrategia y objetivos claros a corto, mediano y largo plazo establecidos por la alta dirección. Nuestro equipo de asociados especializados liderados por un Director de Sustentabilidad son los encargados de la gestión de dichos objetivos, además de implementar políticas y procedimientos. Junto con nuestras operadoras compartimos responsabilidad sobre los mismos, y el desempeño y alcance se reporta al Consejo de Administración.

**1,132 MDP DE INVERSIÓN EN
PROYECTOS SUSTENTABLES**

RESULTADOS 2013

% DE VARIACIÓN

	México	Centroamérica
Gases efecto invernadero (CO ₂)	-2.0	-6.8
Energía	-3.3	-4.5
Agua (tiendas totales)	-7.3	ND
Bolsa de plástico	-10.3	NA
Residuos reciclados (Cero desechos, % de desvío de rellenos sanitarios)	73	61

ND: NO DISPONIBLE
NA: NO APLICA

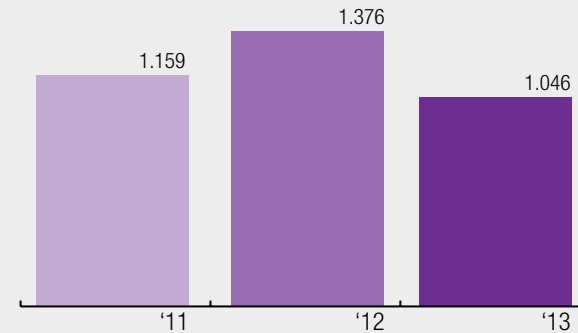
AGUA

Aseguramos la calidad del agua en los procesos relacionados con el consumo humano, eficientamos su uso en la operación y mejoramos la disposición de agua residual.

En todas las áreas relacionadas con el consumo humano, como la preparación de alimentos, aseguramos su calidad con equipos de filtración y desinfección del agua proveniente de la red pública. Continuamos con la implementación de equipos eficientes en el consumo de agua. Ampliamos el número de plantas de tratamiento a 642; en México tratamos más de 1,680 millones de metros cúbicos de agua residual, de la cual el 28% se reutiliza en sanitarios y riego.

En México, redujimos 7.9 % el consumo de agua con respecto a 2012 a tiendas comparables.

MÉXICO CONSUMO DE AGUA POR UNIDAD DE ÁREA (m³ / m²)



ENERGÍA

Los factores medulares para reducir las emisiones de carbono, mejorar la sustentabilidad e impactar positivamente la productividad de la empresa son: utilización eficiente de energía en equipos de iluminación y sistemas, uso de fuentes renovables, una cultura más responsable y productos ecoeficientes.

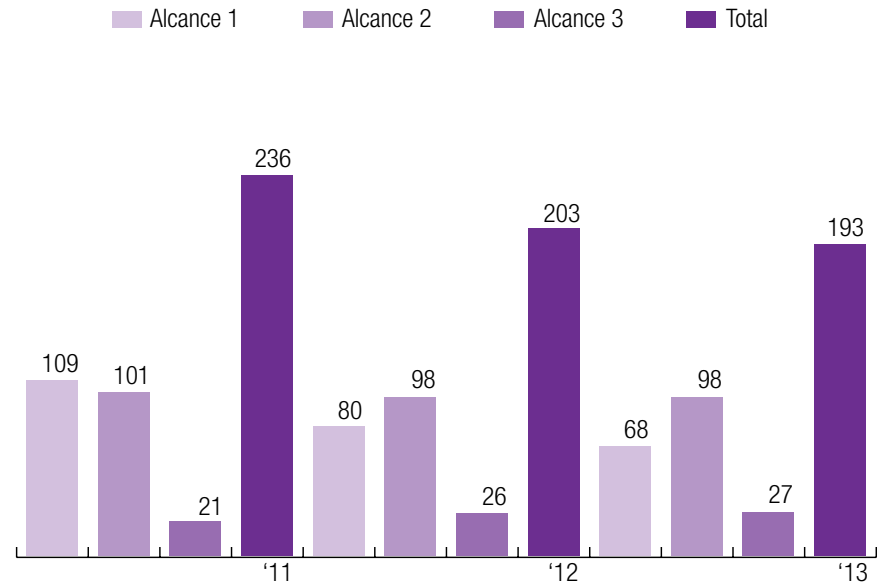
En 2013, se anunció el objetivo de obtener 3,000 GWh de energía renovable para 2020. Dado que todas las iniciativas de ahorro de energía implementadas apoyan la eficiencia energética de la empresa, seguimos incorporando nuevas tecnologías en tiendas nuevas y en unidades remodeladas.

En México inició operaciones una nueva planta de energía eólica ubicada en el Istmo de Tehuantepec, con capacidad para generar 252 MWh y alimentar a 886 unidades de negocio. Sumados a los 68 MWh que desde 2010 genera el parque eólico Oaxaca I Lamatalaventosa, generaremos 320 MWh de energía renovable para alimentar 1,233 unidades.

Adicionalmente, se fortalecieron iniciativas como iluminación LED, instalación de puertas en vitrinas de refrigeración y de bancos de capacitores, campañas internas de eficiencia energética y sistemas de control de energía.

MÁS DE 81,900 TONELADAS DE CO₂ eq NO GENERADAS POR SUMINISTRO DE ENERGÍA PROVENIENTE DEL PARQUE EÓLICO

MÉXICO EMISIONES TOTALES DE CO₂ eq (TON/MIL m²)



Impulsamos el uso eficiente de energía en los procesos de nuestros proveedores y la venta de productos ecoeficientes como aparatos electrodomésticos y electrónicos de bajo consumo, lámparas fluorescentes compactas y de LED.

Por primera ocasión nuestro inventario de GEI, correspondiente al año 2012 fue verificado por un tercero independiente, SOLAL S.C. (SOLAL-ÓVVALO), estando en conformidad con los requisitos del Protocolo GEI Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte (WBCSD y WRI, 2005) a un nivel de aseguramiento limitado.

RESIDUOS

Para reducir, reusar y reutilizar residuos contamos con programas para recuperar en tienda los materiales de la operación reciclables o reutilizables y los productos consumidos por nuestros clientes; también tenemos programas para la disposición de residuos orgánicos y de medicamentos caducos.

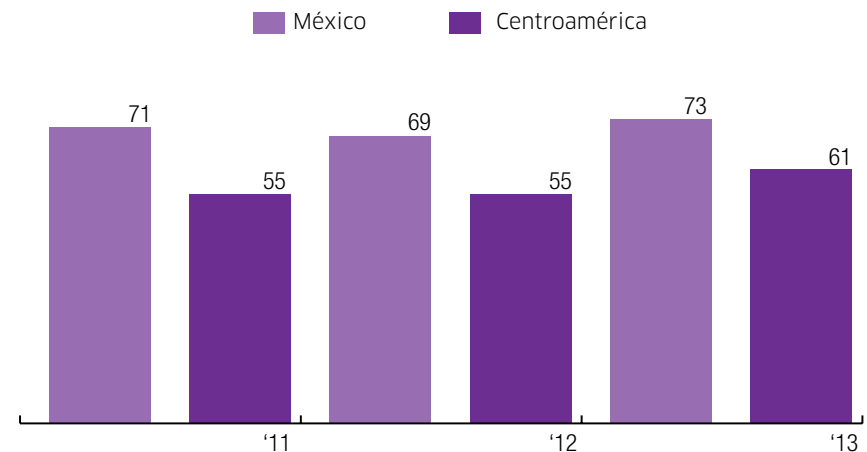
Los programas de recuperación en tienda de materiales reciclables o reutilizables como cartón, plásticos flexibles, ganchos para ropa, papel, envases multicapas y PET alcanzan una cobertura del 80% de las tiendas en México y 100% en Centroamérica. En México, el programa "Bolsa Verde" redujo 10.3% el consumo de bolsas plásticas, que equivale a 1.28 millones de kilos de plástico. En Centroamérica gracias a la promoción del uso de bolsas reutilizables, se vendieron 178,632 bolsas en todo el año. Promovemos mejores prácticas entre proveedores para reducir el uso de materias primas y el uso de materiales reciclables, renovables o reciclados.



En cuanto a residuos, se reciclaron o transformaron más de 245,000 toneladas de residuos. Reducir el desperdicio de alimentos es una prioridad y con iniciativas para impactar las diferentes etapas del ciclo de vida de los productos perecederos, en México redujimos 25% el desperdicio de alimentos con respecto a la línea base de 2011, lo que supera significativamente el objetivo de 15% de reducción para 2015 y, en Centroamérica se redujo 27.4% el desperdicio de alimentos con respecto a la línea base de 2010, lo que supera el objetivo de 5% de reducción para 2015. Sumado al programa de donación de alimentos y artículos de mercancías generales para bancos de alimentos que sumaron 14,005 toneladas, esto permite dar un mejor aprovechamiento a dichos productos. Continuamos con los programas de recuperación de sebo y aceite comestible, utilizados en la elaboración de jabón, velas y alimento para mascotas y ganado.

Asimismo, 166 tiendas participan en el programa mexicano de acopio de medicamentos caducos, en colaboración con la Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica y el Sistema Nacional de Gestión de Residuos de Envases de Medicamentos A.C., para darles una destrucción segura. En 2013 se recolectaron 19.2 toneladas de medicamentos.

MÉXICO Y CENTROAMÉRICA TASA DE RECICLAJE DE RESIDUOS



TRANSPORTE

Contar con los operadores mejor calificados, hacer un uso eficiente de combustible, tener un menor desgaste de llantas y reducir la emisión de contaminantes son temas indispensables para mantener los más altos estándares de calidad e ingeniería en materia de transporte.

En México, desde la incorporación al Programa de Transporte Limpio, hemos dejado de emitir 11,284 toneladas de CO₂, lo que equivale a retirar de circulación 2 mil autos. Se han dejado de recorrer 7.4 millones de kilómetros, lo que equivale a dar 580 vueltas a la Tierra. Hemos ahorrado 4.1 millones de litros de diesel, con un costo equivalente a 50 millones de pesos. Por tercer año consecutivo, fuimos reconocidos por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

En Centroamérica, la iniciativa de Backhauling con proveedores ha permitido evitar 121,230 galones de diesel y 1,235 toneladas de CO₂ de emisiones de GEI lo cual equivale a retirar de circulación 247 vehículos en un año.



PRODUCTOS

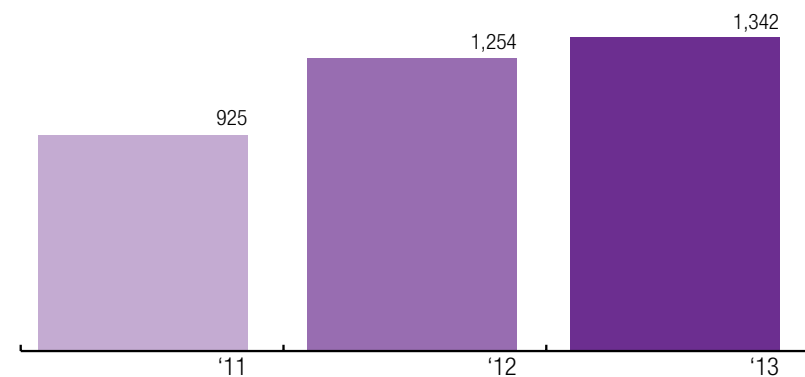
Promover productos más sustentables comprende contar con empaques optimizados para aprovechar los materiales, reducir impactos ambientales en el ciclo de vida de los productos, comercializar productos orgánicos, productos libres de pesticidas y de bajo consumo energético, así como impulsar la adopción de prácticas agrícolas de bajo impacto ambiental (ver subcapítulo Proveedores).

Impulsamos la optimización de los empaques y embalajes de los productos. Privilegiamos la sustitución de materiales como plásticos más fáciles de reciclar, como el PET, o aligerando empaques.

Encontramos soluciones con nuestros proveedores para transportar más mercancía en los camiones y reducir las emisiones de carbono. Promovemos mejoras en los productos durante todo su ciclo de vida para reducir los impactos al ambiente más significativos, ya sea en energía, materiales o distribución. Asimismo, continuamos comunicando a nuestros clientes formas de cuidar el medio ambiente.

En formatos como Walmart y Superama contamos con un área dedicada a productos orgánicos, que incluyen leche, cereales, azúcar y café, entre otros. También impulsamos la venta de productos libres de plaguicidas.

MÉXICO PRODUCTOS DE BAJO IMPACTO AMBIENTAL



BIODIVERSIDAD

La empresa tiene un impacto medio en la biodiversidad, principalmente por la distribución de los productos y la operación de tiendas, la construcción y apertura de nuevas unidades y el uso de recursos naturales, así como las emisiones de bióxido de carbono en la producción de los productos que vendemos en nuestras tiendas.

1. Proteger la biodiversidad en la construcción de unidades.

La Vicepresidencia de Bienes Raíces cuenta con una estrategia, políticas, procedimientos y cláusulas contractuales que permiten proteger la biodiversidad y el uso sostenible de los recursos naturales, desde la adquisición de un terreno, la construcción de unidades por terceros y el diseño de unidades.

- a. Análisis ambiental de los predios antes de comprar o vender, con el fin de verificar la existencia de vegetación y fauna protegida, contaminación de suelo, cuerpos de agua para determinar la viabilidad del proyecto, así como las medidas de mitigación y compensación requeridas.
- b. Diseño de proyectos adecuados a la normatividad ambiental en lo relativo a áreas verdes, áreas permeables, utilización de energía renovable y manejo de vegetación.
- c. Medidas y compensaciones ambientales durante el proceso de construcción. Manejo adecuado de residuos, rescate de flora y fauna, emisiones a la atmósfera, ruido y medidas que la autoridad ambiental establezca.
- d. Corresponsabilidad de terceros. Cláusulas contractuales y bases de concurso para constructores y proveedores para suministrar material de bancos autorizados, manejar residuos conforme a la normatividad aplicable, manejar aguas residuales y cumplir con su responsabilidad en esta materia.



2. Prevenir la contaminación del agua y la degradación del suelo en la producción agrícola, pesquera y en la sobreexplotación de los recursos madereros.

Los productos de madera, como las tarimas, provienen de fuentes autorizadas, ya sean de origen nacional o extranjero. Los productos de celulosa utilizan fibra reciclada post-consumo y el papel de consumo interno para impresión cuenta con la certificación Forest Stewardship Council (FSC).

Hemos definido una política para el uso de aceite de palma certificado en los productos que comercializamos con nuestra marca propia. Así evitamos la deforestación de bosques en zonas tropicales.

Verificamos que el 100% de los productos de acuicultura de origen importado cuenten con la certificación de mejores prácticas BAP (por sus siglas en inglés Best Aquaculture Practices). En 2014 se extenderá a los productos de origen nacional.

MEJORES PRÁCTICAS

El intercambio de mejores prácticas, el impulso a la innovación y el acceso a tecnologías más eficientes inciden en la sustentabilidad ambiental, al elevar los estándares de la empresa y de la cadena de suministro.

Desarrollamos con nuestros proveedores proyectos conjuntos para contar con cadenas de suministro más eficientes en lo ambiental y económico, que optimicen empaques, y reciclaje y, en general, la eficiencia energética, que incide en eficiencias logísticas y reducción de residuos.

Se lanzó el portal cadenas eco-eficientes (<http://cadenasecoeficientes.net>) para capacitar a micro y pequeñas empresas en prácticas de ecoeficiencia y el intercambio de mejores prácticas.

El Foro de Sustentabilidad 2013: Juntos por un Planeta Mejor, convocó a empresas proveedoras de bienes de consumo y de tecnología verde para compartir iniciativas y nuevas tecnologías en eficiencia energética y energía renovable, manejo sustentable del agua, manejo integral de residuos, optimización de empaques, y medición de huella de carbono con más de dos mil asistentes.

En México, en colaboración con la Universidad Iberoamericana, se convocó al primer premio de innovación sustentable, abierto a todos los estudiantes universitarios mexicanos, para presentar propuestas de negocios en las áreas de energía, agua y residuos. Se recibieron más de 180 propuestas de 17 estados del país. Dos estudiantes del Centro de Investigaciones de Diseño Industrial de la Universidad Nacional Autónoma de México fueron elegidas como ganadoras y se premió a los 30 mejores proyectos.

GOBIERNO CORPORATIVO

Nuestra Compañía está construida sobre los cimientos de la integridad y los más altos estándares de ética, asegurando siempre un estricto apego a las legislaciones aplicables.

Hemos trabajado durante muchos años para fortalecer nuestro programa de cumplimiento y reforzar nuestra estructura organizacional. Es por ello, que contamos con la Vicepresidencia Ejecutiva y Dirección General de Legal y de Asuntos Institucionales para México y Centroamérica, y la Dirección Senior de Cumplimiento. Reiteramos nuestro compromiso permanente de que todas nuestras actividades estén apegadas a los más altos estándares éticos y generen valor para nuestros distintos grupos de interés: clientes, accionistas, asociados, proveedores, comunidad y medio ambiente.

La estructura y responsabilidades de nuestro Consejo de Administración, la Declaración de Ética y, en general, todas las actividades de la empresa se rigen por las mejores prácticas de gobierno corporativo.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

La administración de la Compañía está confiada a un Consejo de Administración.

COMPOSICIÓN:

- Los miembros son nombrados cada año por los accionistas en la asamblea general ordinaria de la sociedad.
- Los consejeros independientes deben representar cuando menos 25% del total de consejeros.
- La minoría de accionistas, cuyas acciones representen cuando menos 10% de las acciones del capital social de la sociedad, tendrán el derecho de elegir a un consejero y su respectivo suplente, que sólo podrán ser removidos cuando los demás miembros del Consejo de Administración también lo sean.
- El Consejo de Administración se reúne por lo menos cuatro veces al año.

PRINCIPALES RESPONSABILIDADES:

- Elegir al Director General.
- Funcionar como asesor/consejero de la alta dirección de la empresa.
- Trabajar activamente con el Director General para desarrollar las estrategias generales de la empresa y de las compañías que ésta controla.
- Vigilar el desempeño de los directivos relevantes.
- Aprobar las políticas de información y comunicación con los accionistas y el mercado.

OTRAS PRÁCTICAS:

- Las funciones de Presidente del Consejo de Administración y del Director General están separadas.
- El Consejo evalúa el desempeño de cada consejero.
- Los consejeros independientes tienen experiencia en el giro principal de la empresa.
- El Consejo tiene acceso a asesores independientes.
- El Presidente del Consejo no puede actuar como Secretario ni presidir los comités del Consejo.

El Consejo de Administración apoya su gestión en tres comités, cuya labor es analizar los temas de su competencia con mayor detalle y ofrecer una recomendación al Consejo para que estudie la información y tome la decisión que concrete la mayor creación de valor para nuestros accionistas.

Consejo de Administración al 31 de diciembre de 2013

Presidente	
Eduardo Solórzano	
Consejeros	Consejeros Suplentes
Adolfo Cerezo*	Renzo Casillo
Pedro Farah	Olga Gonzalez
Rafael Matute	Farley Sequeira
Doug McMillon	Ernesto Vega*
Kristin Oliver	
Enrique Ostalé	Secretario
Salvador Paiz*	Alberto Sepúlveda
Scot Rank	
Cathy Smith	Prosecretario
Blanca Treviño*	Antonio Pérez de la Riva

*Consejero Independiente

Nota: En la asamblea general anual ordinaria de accionistas de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. del 20 de marzo de 2014 se determinó la integración del nuevo Consejo de Administración:

Consejo de Administración	
Presidente	
Enrique Ostalé	
Consejeros Propietarios	
Enrique Ostalé	
David Cheesewright	
Scot Rank	
Brett Biggs	
Rafael Matute	
Pedro Farah	
Carmen Bauza	
Adolfo Cerezo*	
Blanca Treviño*	
Salvador Paiz*	
Robert Newell*	
Consejeros Suplentes	
Ernesto Cervera*	
Olga Gonzalez	
Renzo Casillo	
Farley Sequeira	
Secretario	
Alberto Sepúlveda	
Prosecretario	
Enrique Ponzanelli	

*Consejero Independiente

COMITÉS DE AUDITORÍA Y DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

Están formados por 3 consejeros, todos ellos independientes.

PRINCIPALES RESPONSABILIDADES:

- Seleccionar al auditor externo de la compañía y determinar sus honorarios.
- Cerciorarse de que el esquema de control interno de la empresa sea adecuado y se cumplan las disposiciones contables y legales aplicables, así como revisar las operaciones con partes relacionadas que la empresa llegue a efectuar.
- Revisar los estados financieros y asegurarse de que reflejan fielmente las condiciones financieras de la empresa. También cuentan con un procedimiento para recibir, retener y responder a las quejas relacionadas con prácticas y controles contables, así como con cuestiones de auditoría. Además tienen la autoridad y los recursos necesarios para contratar abogados y cualquier otro tipo de asesor externo que requieran para cumplir con sus responsabilidades.

- Disminuir el riesgo de que se lleven a cabo operaciones en condiciones desventajosas para el patrimonio de la sociedad o que se privilegien a un grupo determinado de accionistas.
- Aprobar las políticas para el uso o goce de los bienes que integran el patrimonio de la sociedad.
- Autorizar operaciones con partes relacionadas, la remuneración del Director General y las políticas para las remuneraciones de los directivos relevantes.
- Apoyar al Consejo de Administración en la elaboración de los informes sobre prácticas contables.
- Tener reuniones privadas y recibir reportes periódicos de las áreas de auditoría interna, legal y cumplimiento y comportamiento ético.
- Convocar a asambleas de accionistas y cerciorarse de que se inserten en el orden del día los puntos que estimen pertinentes.

PRINCIPALES REQUISITOS Y PRÁCTICAS:

- Todos los miembros deben ser consejeros independientes, expertos en finanzas.
- Los auditores externos no pueden prestar servicios de consultoría a la compañía.
- Se rota periódicamente al socio de la firma de auditores externos que dictamina los estados financieros de la sociedad.

MIEMBROS DE LOS COMITÉS DE AUDITORÍA Y DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS:

Adolfo Cerezo (Presidente)
Blanca Treviño
Ernesto Vega

Nota: En la asamblea general anual ordinaria de accionistas de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. del 20 de marzo de 2014 se determinó la nueva integración de los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias, quedando integrados en su totalidad por consejeros independientes:

Adolfo Cerezo (Presidente)
Roberto Newell
Blanca Treviño
Ernesto Cervera (Suplente)

COMITÉ EJECUTIVO

Consta de tres consejeros. Entre sus atribuciones se encuentra la planeación estratégica de la empresa.

MIEMBROS DEL COMITÉ EJECUTIVO:

Doug McMillon (Presidente)
Enrique Ostalé
Scot Rank

Nota: En la asamblea general anual ordinaria de accionistas de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. del 20 de marzo de 2014 se determinó la integración del nuevo Comité Ejecutivo:

Enrique Ostalé (Presidente)
David Cheesewright
Scot Rank

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

La responsabilidad corporativa es el compromiso de la empresa por hacer lo correcto y atender aquellos asuntos de gobierno, sociales y ambientales que se relacionan con el negocio y su operación. La Responsabilidad Corporativa está a cargo de la Vicepresidencia Ejecutiva y Dirección General de Legal y de Asuntos Institucionales para México y Centroamérica, la Dirección de Responsabilidad Corporativa y un equipo dedicado. A su vez, la estrategia se revisa en el Comité Ejecutivo de la Empresa, se desarrolla en colaboración con las áreas involucradas en cada uno de los temas y se comunica acerca de ella al Consejo de Administración. El establecimiento de planes de trabajo, indicadores y las políticas y procedimientos son fundamentales para involucrar a la organización en la construcción de una empresa con una Responsabilidad Corporativa cada día más robusta.

LA ESTRATEGIA CONTEMPLA LOS SIGUIENTES PILARES:

- Ética y gobierno corporativo
- Asociados
- Proveedores
- Comunidad
- Medio Ambiente

BAJO LOS SIGUIENTES PUNTOS:

- Análisis de riesgos, impacto y evaluación de los principales stakeholders sobre los mismos, encuestas asociadas a cada tema.
- Detección estratégica de puntos de mayor impacto.
- Desarrollo de Planes de Acción y responsables en la organización.
- Diseño de indicadores e incorporación en planes corporativos asociados al desempeño.
- Seguimiento.
- Incorporación en el análisis y planes de mejora de los resultados de assesment elaborados por evaluadoras externas de Sustentabilidad y Responsabilidad Corporativa a lo largo del año.

COMITÉ DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

PRINCIPALES RESPONSABILIDADES:

- Analizar áreas de oportunidad y detectar áreas de mejora a partir de los procesos de identificación de riesgos, necesidades e inquietudes de nuestros grupos de interés.
- Definir la estrategia de responsabilidad social, aprobar el plan de acción y establecer esquemas de medición con indicadores.
- Vigilar y dar seguimiento al desempeño en responsabilidad social corporativa, cumpliendo en todo momento con la legislación existente.

MIEMBROS DEL COMITÉ DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA:

Scot Rank
Karina Awad
Alberto Sepúlveda
Rafael Matute
Mónica Loaiza
Simona Visztová
Renzo Casillo

DECLARACIÓN DE ÉTICA

La integridad es la piedra angular de nuestra cultura y el valor más importante para Walmart de México y Centroamérica y categóricamente afirmamos que en ninguna forma es negociable. Por ello, permanentemente vigilamos que todas nuestras actividades se rijan bajo nuestros principios y valores.

Algunas de las principales cuestiones que incluye nuestra Declaración de Ética son:

- No discriminación
- Conflicto de intereses
- No aceptación de regalos
- Confidencialidad de la información privada y comercial
- Conductas inapropiadas
- Hostigamiento laboral
- Uso correcto de activos de la Compañía
- Acoso sexual
- No represalias
- Competencia justa
- Integridad financiera
- Anticorrupción

Walmart de México y Centroamérica cuenta con un área de Ética, que depende de la Vicepresidencia Ejecutiva y Dirección General de Legal y de Asuntos Institucionales para México y Centroamérica, encargada de difundir y promover una cultura de Comportamiento ético y la observancia estricta de los ordenamientos legales que nos rigen como uno de sus principios más importantes, así como de atender las consultas y casos éticos recibidos. El Comité de Auditoría recibe informes periódicos de esta área.

COMENTARIOS Y ANÁLISIS DE LA ADMINISTRACIÓN

SOBRE LOS RESULTADOS DE OPERACIÓN Y SITUACIÓN FINANCIERA DE LA COMPAÑÍA

La Compañía anunció el pasado 10 de septiembre de 2013 que llegó a un acuerdo definitivo con ALSEA, S.A.B. de C.V. para que adquiriera el 100% de la división de restaurantes de Walmex. El cierre de la operación está aún sujeto a la aprobación de las autoridades competentes.

El pasado 17 de octubre anunciamos que la compañía presenta a partir de esta fecha los resultados separando la división de restaurantes en el rubro de operaciones discontinuas, de conformidad con la Norma Internacional de Información Financiera, NIIF5.

Norma Internacional de Contabilidad (NIC 17):

En el cuarto trimestre tenemos un gasto no recurrente, sin efectos en términos de flujo de efectivo, que impacta nuestros resultados. A partir del 2013, los gastos por arrendamientos operativos con terceros se reconocen utilizando el método de línea recta "straight line" durante la duración de los contratos de arrendamiento, de conformidad con la Norma Internacional de Contabilidad (NIC 17). Dicha regla considera de manera general la fecha de posesión de la propiedad arrendada como el inicio del acuerdo de arrendamiento.

Como resultado de lo anterior, la Compañía registró un gasto no recurrente de ajuste por los contratos de años anteriores de 464 millones de pesos (360 para México y 104 para Centroamérica) y 61 millones de pesos relacionados con la aplicación del método de línea recta del año en curso en México.

I. RESULTADOS

MÉXICO

El total ingresos ascendió a 367,731 millones de pesos, un incremento de 3.4% respecto al año anterior y una participación del total ingresos consolidados de 86.5%.

Abrimos 214 unidades de nuestros diferentes formatos de negocio, incrementando el piso de ventas 7.2% en México.

	% de ventas totales	m ² de piso de venta	Aperturas	Unidades	Ciudades
Bodega Aurrerá	38.4	2,425,898	168	1,589	420
Walmart	28.0	1,907,939	16	243	78
Sam's Club	25.5	1,111,053	14	156	86
Superama	4.4	149,698	2	92	18
Suburbia	3.7	433,267	10	109	42
Farmacia Medimart	-	2,665	4	10	1
Banco	-	-	-	201*	22

*Sucursales

CENTROAMÉRICA

El total ingresos registró 57,430 millones de pesos, incrementando 2.1% y 5.7% sin considerar fluctuaciones cambiarias; representando 13.5% del total ingresos consolidados.

Abrimos 21 unidades en los 5 países de Centroamérica, aumentando nuestra capacidad instalada en 6.1%.

	% de ventas totales	m ² de piso de venta	Aperturas	Unidades	Ciudades
Costa Rica	45.3	205,075	9	214	14
Guatemala	26.9	196,153	4	209	34
Honduras	10.2	59,259	3	75	26
El Salvador	9.5	83,847	4	84	17
Nicaragua	8.1	41,136	1	80	22

CONSOLIDADO

El total ingresos alcanzó los 425,161 millones de pesos, 13,101 millones de pesos más que el año anterior. Esto represento un incremento de 3.2% sobre el total ingresos obtenidos en 2012.

MARGEN BRUTO

En México el margen bruto fue de 22.0%, 10 puntos base menor al obtenido en 2012.

El margen bruto de Centroamérica fue de 22.4%, 170 puntos base mayor al obtenido en 2012, principalmente como reflejo de los beneficios de la integración de sistemas, procesos y formatos a los de la operación en México.

A nivel consolidado, el margen bruto fue de 22.0%, 10 puntos base mayor al registrado en 2012.

GASTOS GENERALES

En términos comparables, excluyendo el cargo no recurrente por gasto de arrendamiento a nivel consolidado los gastos generales crecieron 5.2%. En México los gastos crecieron 5.3%, mientras que en Centroamérica 4.8%.

MARGEN DE OPERACIÓN Y EBITDA CONSOLIDADOS

La utilidad de operación alcanzó 31,532 millones de pesos, que representa un crecimiento de 2.0% respecto a 2012, excluyendo el efecto del cargo no recurrente por gasto de arrendamiento. Por su parte, el EBITDA registró 40,222 millones de pesos, incrementando 2.2%.

UTILIDAD NETA Y UTILIDAD POR ACCIÓN

Excluyendo el efecto del cargo no recurrente por gasto de arrendamiento, la utilidad neta decreció 0.8% durante el año. En 2013 se recompraron 96 millones de acciones, 69 millones más que el 2012. La utilidad por acción fue de 1.284 pesos.

ESTADO DE RESULTADOS

	México				Centroamérica				% Incremento ex gasto no recurrente por arrendamiento de tienda	
			% Incremento				% Incremento			
	2013	2012	%	ex gasto no recurrente por arrendamiento de tienda	2013	2012	En pesos	Sin efecto cambiario	En pesos	Sin efecto cambiario
Total ingresos (millones de pesos)	367,731	355,798	3.4	3.4	57,430	56,262	2.1	5.7	2.1	5.7
Margen bruto	22.0	22.1	2.8	2.8	22.4	20.7	10.1	14.0	10.1	14.0
Gastos generales	14.0	13.6	6.1	5.3	18.6	18.0	5.8	9.6	4.8	8.5
Utilidad de operación	8.0	8.5	-3.0	-1.6	3.7	2.6	45.0	50.1	52.1	57.5
Flujo Operativo (EBITDA)	10.0	10.4	-0.8	0.3	6.0	4.9	24.3	28.7	28.0	32.6

	Consolidado			
			% Incremento	
	2013	2012	%	ex gasto no recurrente por arrendamiento de tienda
Total ingresos (millones de pesos)	425,161	412,060	3.2	3.2
Margen bruto	22.0	21.9	3.8	3.8
Gastos generales	14.6	14.2	6.1	5.2
Utilidad de operación	7.4	7.6	0.3	2.0
Flujo Operativo (EBITDA)	9.5	9.7	0.9	2.2

Información financiera bajo las Normas Internacionales de Información Financiera

II. BALANCE

EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO

La generación de efectivo sumó 40,042 millones de pesos, lo que permitió financiar inversiones en activo fijo por 13,987 millones de pesos y retribuir a los accionistas en 19,384 millones de pesos, una cifra record en Walmex. La recompra de acciones fue por 3,328 millones de pesos y el pago de dividendo por 16,056 millones de pesos. El efectivo al cierre ascendió a 21,129 millones de pesos, de los cuales 17,250 millones de pesos corresponden a México, 2,626 millones de pesos a Centroamérica y 1,253 millones de pesos a Banco Walmart.

El efectivo se invierte en instrumentos de deuda de corto plazo. La Compañía no realiza operaciones con instrumentos financieros derivados, ni tampoco invierte en el mercado accionario. La Compañía no ha celebrado operaciones que no se encuentren registradas en los estados financieros.

Nuestra generación de efectivo y solidez financiera nos permitió invertir en precios, abrir 235 nuevas tiendas, remodelar tiendas existentes, además de pagar dividendos y recomprar acciones propias.

USOS DE EFFECTIVO

- Inversión en activo fijo: Continuamos reinvertiendo las utilidades en todo aquello que permita modernizar nuestra estructura operativa, ya sea sistemas de información, red logística, o bien la renovación de nuestras tiendas y clubes, incluyendo la apertura de nuevas unidades.
- Dividendos: a continuación se muestran (con valores ajustados por el split realizado en 2010) los dividendos pagados durante los últimos cuatro años, siendo 2013 un año histórico en pago de dividendos.

Año	2010	2011	2012	2013
Dividendo por acción (pesos)	0.35	0.55	0.55	0.92
% de Utilidades del año anterior	35%	50%	44%	69%
Salida de efectivo (millones de pesos)	5,743	9,659	9,612	16,056

- Recompra de acciones: Los accionistas aprueban el monto máximo disponible para la recompra de acciones. Las acciones recompradas se reducen del capital social en su valor teórico en el momento de la recompra y formalmente se cancelan cada año en la Asamblea de Accionistas. En la siguiente tabla se muestra (con valores ajustados por el split realizado en 2010) la inversión en recompra de acciones durante los últimos cuatro años.

Programa	Acciones recompradas	Monto invertido (millones de pesos)
2010	112	3,472
2011	103	3,455
2012	27	1,088
2013	96	3,328

CAPITAL DE TRABAJO

Durante 2013, la empresa continuó operando con requerimientos negativos de capital de trabajo, lo cual históricamente ha permitido autofinanciar su crecimiento y modernizar su capacidad instalada.

Al 31 de diciembre de 2013, el saldo de inventarios, ascendió a 43,795 millones de pesos, importe financiado por la cuenta por pagar a proveedores que sumó 47,609 millones de pesos.

ACCIÓN WALMEX

Somos la tercera emisora más bursátil con un peso de 7.05% en el Índice de la Bolsa Mexicana de Valores, de la cual formamos parte desde 1977. Por segundo año consecutivo somos parte del Índice de Sustentabilidad de Mercados Emergentes de Dow Jones y por tercer año consecutivo del IPC Sustentable de la BMV.

INFORME DE LOS COMITÉS DE AUDITORÍA Y DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V.

INFORME ANUAL
CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE WAL-MART DE MÉXICO,
S.A.B. DE C.V.

PRESENTE ESTIMADOS SEÑORES:

En cumplimiento al artículo 43 de la Ley del Mercado de Valores vigente ("LMV") y del reglamento interno aprobado por el Consejo de Administración de Wal-Mart de México, S.A.B. (la "Sociedad"), informamos a ustedes sobre las actividades que llevamos a cabo en el ejercicio social terminado el 31 de diciembre de 2013.

Durante el desarrollo de nuestro trabajo, además de la LMV, hemos tenido presentes las recomendaciones contenidas en el Código de Mejores Prácticas Corporativas emitido por el Consejo Coordinador Empresarial, A.C. y el Código de Ética de la sociedad.

Para cumplir con nuestro proceso de vigilancia, los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias llevaron a cabo reuniones trimestrales, para analizar el panorama general sobre los temas más importantes en aspectos contables, legales, operativos y éticos de la sociedad, complementados con nuestra participación en las reuniones de análisis de resultados, en el Comité de Ética y en reuniones mensuales con la Dirección General y el área Legal, destacando lo siguiente:

I. EN MATERIA DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS:

- a) Fuimos informados por la Administración, no teniendo observación alguna, sobre:
1. Los procesos para la evaluación del desempeño de los directivos relevantes y sobre el plan de sustitución autorizado.
 2. Los procesos seguidos durante el ejercicio para celebrar las operaciones con partes relacionadas y su correspondiente estudio de precios de transferencia, cuyos conceptos son mencionados por la administración en la nota 10 de los estados financieros de la Sociedad.

Asimismo, fuimos informados sobre la transacción relacionada con la venta de la división de restaurantes de Wal-Mart de México S.A.B. de C.V., que se menciona en la nota 1 inciso b) número II de los estados financieros.
 3. Los procesos para determinar los paquetes de remuneraciones integrales del Director General y demás directivos relevantes, mencionados en la nota 10 de los estados financieros.
- b) El Consejo de Administración no otorgó dispensas a algún consejero, directivo relevante o persona con poder de mando de las indicadas en el artículo 28, fracción III, inciso f) de la Ley del Mercado de Valores.
- c) Durante el ejercicio 2013, la Administración de la Sociedad nos mantuvo informados del avance de las investigaciones sobre prácticas corruptas que el Comité de Auditoría de Walmart Stores Inc., ha estado conduciendo con la asistencia de abogados independientes y otros asesores y de las medidas que la Sociedad ha tomado, reforzando la organización interna, capacitando a directivos y asociados y fortaleciendo los procesos, con el fin de ser líder en cumplimiento a nivel mundial, tal como se explica a detalle en la nota 1 inciso b) número I de los estados financieros de Wal-Mart de México, S. A. B. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2013. Además, estamos al tanto de que la Sociedad está en el mejor interés de cooperar con las investigaciones.

II. EN MATERIA DE AUDITORÍA:

- a) Analizamos el estado que guarda el sistema de control interno, siendo informados con detalle de los programas y desarrollo del trabajo de auditoría interna y de auditoría externa, así como de los principales aspectos que requieren una mejoría y el seguimiento de las medidas preventivas y correctivas implementadas por la Administración, con base en los resultados de las investigaciones relacionadas con el cumplimiento a los lineamientos y políticas de operación y de registro contable de la Sociedad y subsidiarias. Por lo que, en nuestra opinión, se cumple con la efectividad requerida para que la Sociedad opere en un ambiente general de control.
- b) Evaluamos el desempeño de los auditores externos, quienes son responsables de expresar una opinión sobre la razonabilidad de los estados financieros de la sociedad y la conformidad de estos con las Normas Internacionales de Información Financiera y consideramos que los socios de la firma Mancera, S.C. (integrante de Ernst & Young Global) cumplen con los requisitos necesarios de calidad profesional e independencia de acción intelectual y económica requerida, por lo que se recomendó su nombramiento para examinar y emitir el informe sobre los estados financieros de Wal-Mart de México, S. A. B. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2013. Durante 2013 no se prestaron servicios adicionales o complementarios relacionados con este concepto.
- c) Asistimos a diversas reuniones para revisar los estados financieros trimestrales y anuales de la Sociedad y recomendamos, en su momento, la publicación de dicha información financiera.
- d) Fuimos informados sobre las políticas contables aprobadas y aplicadas durante el ejercicio 2013 y sus modificaciones, donde cabe destacar la relacionada con activos y pasivos mantenidos para la venta y operaciones discontinuas, que se incorporó como resultado de la operación de venta del formato de Restaurantes, mostrándose su efecto en la nota 7 de los estados financieros de la Sociedad.
- e) Tuvimos conocimiento de los avances del plan de inversiones y de los impactos en los resultados que se enviaron a la Bolsa Mexicana de Valores, con motivo de los ajustes en los procesos para aperturas.
- f) Dimos seguimiento a las observaciones relevantes formuladas por accionistas, consejeros, directivos relevantes, empleados y en general de cualquier tercero, respecto de la contabilidad, controles internos y temas relacionados con la auditoría interna o externa.
- g) Se dio seguimiento a los acuerdos de las asambleas de accionistas y del Consejo de Administración de la Sociedad.

Con base en el trabajo realizado y en el dictamen de los auditores externos, opinamos que las políticas y criterios contables y de información seguidas por la Sociedad son adecuados y suficientes y han sido aplicados consistentemente, por lo que la información presentada por el Director General refleja en forma razonable la situación financiera y los resultados de la Sociedad.

Por todo lo anterior, se recomienda al Consejo de Administración de la Sociedad someter para la aprobación de la Asamblea de Accionistas, los Estados Financieros de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias, por el año fiscal terminado el 31 de diciembre de 2013.

Atentamente



Ing. Adolfo Cerezo
Presidente de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias

México, D.F. a 17 de febrero de 2014

GLOSARIO

ADR	American Depositary Receipt
Asociado	Colaborador de Walmart de México y Centroamérica
Banco Walmart	Banco comercial orientado a los clientes de las unidades en México, con una oferta básica de productos y servicios financieros
BMV	Bolsa Mexicana de Valores
Bodegas y tiendas de descuento	Tiendas de autoservicio austeras que ofrecen mercancía básica, alimentos y artículos para el hogar al mejor precio
Centro de distribución	Instalación donde se recibe mercancía de los proveedores y se distribuye a cada tienda
Clubes de precio	Tiendas con membresía, enfocadas en negocios y consumidores que compran a los mejores precios
CO ₂ eq	Dióxido de carbono equivalente
Departamentales	Tiendas de ropa que ofrecen lo mejor de la moda para toda la familia, a los mejores precios
EBITDA	Flujo operativo equivalente a la utilidad de operación antes de ingresos financieros, amortización, depreciación e impuestos
GEI	Gases de efecto invernadero
GRI	Global Reporting Initiative
IPC	Índice de Precios y Cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores
ISR	Impuesto Sobre la Renta
IVA	Impuesto al Valor Agregado
PIB	Producto Interno Bruto
Piso de venta	Superficie destinada para la venta de mercancía
Precios Bajos Todos los Días	Filosofía permanente de Walmart de México y Centroamérica, orientada a contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias de la región
PyMEs	Pequeñas y Medianas Empresas
Restaurantes	Unidades líderes en el segmento de restaurante-cafetería
Supermercados	Tiendas de autoservicio ubicadas en zonas residenciales
Total ingresos	Ventas netas más otros ingresos
Ventas netas	Ingresos provenientes de la venta de mercancía en nuestras unidades
Walmart	Tiendas de autoservicio que ofrecen el más amplio surtido de mercancía; desde abarrotes y perecederos, hasta ropa y mercancías generales
WALMEX	Clave de Pizarra de Wal-Mart de México S.A.B. de C.V.

DICTAMEN DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

A LOS ACCIONISTAS DE WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V.

Hemos auditado los estados financieros consolidados adjuntos de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias, los cuales consisten en los estados consolidados de situación financiera al 31 de diciembre de 2013 y 2012, y los relativos estados consolidados de resultados integrales, de cambios en el capital contable y de flujos de efectivo, por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2013 y 2012; así como un resumen de las políticas contables significativas y otras notas explicativas.

RESPONSABILIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN SOBRE LOS ESTADOS FINANCIEROS

La Administración es responsable de la preparación y presentación razonable de dichos estados financieros consolidados de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, así como del control interno que la Administración considere necesario para permitir la preparación de los estados financieros consolidados libres de desviaciones materiales, ya sea debido a fraudes o errores.

RESPONSABILIDAD DEL AUDITOR

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre estos estados financieros consolidados sobre la base de nuestras auditorías. Hemos realizado nuestras auditorías de acuerdo con las Normas Internacionales de Auditoría. Estas normas requieren que cumplamos con requerimientos de ética profesional y que la auditoría sea planeada y realizada de tal manera que permita obtener una seguridad razonable de que los estados financieros consolidados se presentan sin desviaciones materiales.

Una auditoría incluye realizar procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los importes y la información revelada en los estados financieros consolidados. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio profesional del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de desviaciones materiales en los estados financieros consolidados, causados ya sea por fraude o error. Al realizar las evaluaciones de riesgos, el auditor considera el control interno relevante para la preparación y presentación razonable de los estados financieros consolidados, con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias, pero no con el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la entidad. Una auditoría también incluye la evaluación sobre las políticas contables utilizadas y la razonabilidad de las estimaciones contables efectuadas por la Administración, así como la evaluación de la presentación general de los estados financieros consolidados.

Consideramos que la evidencia de auditoría obtenida es suficiente y apropiada para fundamentar nuestra opinión de auditoría.

OPINIÓN

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados adjuntos presentan razonablemente, en todos sus aspectos materiales, la situación financiera consolidada de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias al 31 de diciembre de 2013 y 2012, así como sus resultados consolidados y los flujos consolidados de su efectivo por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2013 y 2012, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera.

Mancera, S.C.
Integrante de Ernst & Young Global



C.P.C. Enrique García Camargo

México, D.F. a 4 de febrero de 2014.

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

(Notas 1 y 3)
Miles de pesos

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Activos		
Activos circulantes:		
Efectivo y equivalentes de efectivo (Nota 4)	\$ 21,129,491	\$ 28,163,229
Cuentas por cobrar - neto (Nota 5)	12,778,413	10,376,438
Inventarios (Nota 6)	43,794,897	39,091,595
Pagos anticipados y otros	1,013,525	1,016,091
Activos mantenidos para la venta (Nota 7)	3,932,746	-
Suman activos circulantes	82,649,072	78,647,353
Activos no circulantes:		
Inmuebles y equipo - neto (Nota 8)	121,082,727	117,376,902
Activos intangibles (Nota 9)	25,957,186	25,928,040
Otros activos no circulantes	573,148	333,412
Suman activos	\$ 230,262,133	\$ 222,285,707
Pasivos y capital contable		
Pasivos a corto plazo:		
Cuentas por pagar a proveedores (Nota 10)	\$ 47,609,438	\$ 44,769,655
Otras cuentas por pagar (Nota 11)	15,549,473	14,969,365
Impuestos por pagar	1,596,262	2,424,526
Pasivos relacionados con activos mantenidos para la venta (Nota 7)	966,227	-
Suman pasivos a corto plazo	65,721,400	62,163,546
Pasivos a largo plazo:		
Otros pasivos a largo plazo (Nota 12)	13,766,917	12,638,523
Impuesto diferido (Nota 13)	6,851,658	6,588,903
Beneficios a los empleados (Nota 14)	971,577	1,058,117
Suman pasivos	87,311,552	82,449,089
Capital contable (Nota 15):		
Capital social	45,777,573	45,959,724
Reserva legal	6,949,333	5,785,575
Utilidades acumuladas	92,551,723	90,370,930
Otras partidas de utilidad integral	397,799	162,781
Prima en venta de acciones	2,314,940	2,067,980
Fondo para el plan de acciones al personal	(5,061,161)	(4,646,088)
Participación controladora	142,930,207	139,700,902
Participación no controladora	20,374	135,716
Suma capital contable	142,950,581	139,836,618
Suman pasivos y capital contable	\$ 230,262,133	\$ 222,285,707

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES

(Notas 1 y 3)
Miles de pesos

	Año que terminó el 31 de diciembre de	
	2013	2012
Ventas netas	\$ 420,577,021	\$ 407,843,715
Otros ingresos (Nota 16)	4,584,420	4,216,505
Total ingresos	425,161,441	412,060,220
Costo de ventas	(331,537,855)	(321,832,560)
Utilidad bruta	93,623,586	90,227,660
Gastos generales	(62,101,772)	(58,541,066)
Utilidad antes de otros productos (gastos) - neto	31,521,814	31,686,594
Otros productos (gastos) - neto	9,833	(264,892)
Utilidad de operación	31,531,647	31,421,702
(Gastos) ingresos financieros - neto (Nota 17)	(14,642)	400,937
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	31,517,005	31,822,639
Impuestos a la utilidad (Nota 13)	(9,516,938)	(9,236,797)
Utilidad neta de operaciones continuas	22,000,067	22,585,842
Utilidad neta de operaciones discontinuas (Nota 7)	713,153	682,821
Utilidad neta consolidada	\$ 22,713,220	\$ 23,268,663
Otras partidas de utilidad integral:		
Partidas que no se reclasificaron al resultado del año:		
Utilidad (pérdida) actuarial por beneficios a los empleados	\$ 57,007	\$ (217,680)
Partidas que pueden reclasificarse posteriormente a resultados:		
Resultado por conversión de monedas extranjeras	178,011	(1,259,101)
	235,018	(1,476,781)
Utilidad integral	\$ 22,948,238	\$ 21,791,882
Utilidad neta atribuible a:		
Participación controladora	\$ 22,716,891	\$ 23,275,163
Participación no controladora	(3,671)	(6,500)
	\$ 22,713,220	\$ 23,268,663
Utilidad integral atribuible a:		
Participación controladora	\$ 22,951,909	\$ 21,798,382
Participación no controladora	(3,671)	(6,500)
	\$ 22,948,238	\$ 21,791,882
Utilidad básica por acción de operaciones continuas atribuible a la participación controladora (en pesos)	\$ 1.244	\$ 1.273
Utilidad básica por acción atribuible a la participación controladora (en pesos)	\$ 1.284	\$ 1.312

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS CONSOLIDADOS DE CAMBIOS EN EL CAPITAL CONTABLE

POR LOS AÑOS QUE TERMINARON EL 31 DE DICIEMBRE DE 2013 Y 2012

(Notas 1, 3 y 15)

Miles de pesos

	Capital social	Reserva legal	Utilidades acumuladas	Otras partidas de utilidad integral	Prima en venta de acciones	Fondo para el plan de acciones al personal	Participación controladora	Participación no controladora	Suma capital contable
Saldos al 1° de enero de 2012	\$ 45,966,579	\$ 4,672,883	\$ 78,866,293	\$ 1,639,562	\$ 1,911,758	\$ (4,190,174)	\$ 128,866,901	\$ 316,176	\$ 129,183,077
Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal					156,222	(455,914)	(299,692)		(299,692)
Incremento a la reserva legal		1,112,692	(1,112,692)				-		-
Recompra de acciones	(70,234)		(1,017,619)				(1,087,853)		(1,087,853)
Dividendos pagados			(9,611,672)				(9,611,672)		(9,611,672)
Emisión de acciones para pago del pasivo contingente	63,379						63,379		63,379
Compra de acciones de participación no controladora			(28,543)				(28,543)	(173,960)	(202,503)
Utilidad integral			23,275,163	(1,476,781)			21,798,382	(6,500)	21,791,882
Saldos al 31 de diciembre de 2012	45,959,724	5,785,575	90,370,930	162,781	2,067,980	(4,646,088)	139,700,902	135,716	139,836,618
Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal					246,960	(415,073)	(168,113)		(168,113)
Incremento a la reserva legal		1,163,758	(1,163,758)				-		-
Recompra de acciones	(249,310)		(3,079,173)				(3,328,483)		(3,328,483)
Dividendos pagados			(16,056,467)				(16,056,467)		(16,056,467)
Emisión de acciones para pago del pasivo contingente	67,159						67,159		67,159
Compra de acciones de participación no controladora			(236,700)				(236,700)	(111,671)	(348,371)
Utilidad integral			22,716,891	235,018			22,951,909	(3,671)	22,948,238
Saldos al 31 de diciembre de 2013	\$ 45,777,573	\$ 6,949,333	\$ 92,551,723	\$ 397,799	\$ 2,314,940	\$ (5,061,161)	\$ 142,930,207	\$ 20,374	\$ 142,950,581

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS CONSOLIDADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO

(Notas 1 y 3)
Miles de pesos

	Año que terminó el 31 de diciembre de	
	2013	2012
Actividades de operación		
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	\$ 31,517,005	\$ 31,822,639
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Depreciación y amortización	8,689,694	8,393,098
Pérdida por bajas de inmuebles y equipo	187,803	46,928
Deterioro crédito mercantil y pasivo contingente	-	121,911
Gasto de compensación por opciones de acciones	351,898	342,957
Intereses a favor	(539,565)	(673,161)
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
Intereses a cargo de arrendamiento financiero	1,113,361	1,055,550
Intereses devengados por pasivo contingente	42,206	44,891
Operaciones discontinuas	1,261,230	975,460
Flujo proveniente de resultados	42,623,632	42,130,273
Variaciones en:		
Cuentas por cobrar	(2,169,222)	1,045,546
Inventarios	(4,803,437)	(201,926)
Pagos anticipados y otros activos	(273,549)	33,870
Cuentas por pagar a proveedores	2,887,686	(5,532,394)
Otras cuentas por pagar	905,405	810,628
Impuestos a la utilidad	(9,997,166)	(8,680,470)
Beneficio a los empleados	(19,774)	35,436
Operaciones discontinuas	(450,736)	-
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	28,702,839	29,640,963
Actividades de inversión		
Adquisiciones de inmuebles, equipo y software	(13,987,014)	(14,659,555)
Fondo para el plan de acciones al personal	(520,011)	(642,649)
Intereses cobrados	539,565	673,161
Compra de acciones participación no controladora	(348,371)	(189,720)
Cobros por venta de inmuebles y equipo	182,212	514,554
Operaciones discontinuas	(157,272)	-
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(14,290,891)	(14,304,209)
Actividades de financiamiento		
Pago de dividendos	(16,056,467)	(9,611,672)
Recompra de acciones	(3,328,483)	(1,087,853)
Pago de arrendamiento financiero	(1,352,533)	(1,292,407)
Operaciones discontinuas	(39,517)	-
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	(20,777,000)	(11,991,932)
Efectos por cambios en el valor del efectivo	(668,686)	(347,979)
(Decremento) incremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo	(7,033,738)	2,996,843
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del año	28,163,229	25,166,386
Efectivo y equivalentes de efectivo al fin del año	\$ 21,129,491	\$ 28,163,229

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

NOTAS SOBRE LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013 Y 2012

Miles de pesos, excepto en donde se indique algo diferente

1.- INFORMACIÓN CORPORATIVA Y EVENTOS RELEVANTES:

a. Información corporativa

Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. (**WALMEX** o “la Compañía”), es una sociedad mexicana con domicilio en la calle de Nextengo #78, Colonia Santa Cruz Acayucan, código postal 02770 en la ciudad de México, Distrito Federal, que se constituyó bajo las leyes mexicanas y que cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores. El accionista mayoritario de **WALMEX** es Wal-Mart Stores, Inc., sociedad norteamericana a través de Intersalt, S. de R.L. de C.V., sociedad mexicana.

WALMEX es tenedora del 99.9% de las partes sociales y/o acciones de las compañías en México y Centroamérica, cuyos grupos se mencionan a continuación:

Grupo	Actividad
Nueva Walmart	Operación de 1,589 (1,423 en 2012) tiendas de descuento Bodega Aurrerá, 243 (227 en 2012) hipermercados Walmart, 156 (142 en 2012) tiendas Sam’s Club de precios al mayoreo con membresía, 92 (90 en 2012) supermercados Superama y 10 (6 en 2012) Farmacias Medimart.
Suburbia	Operación de 109 (100 en 2012) tiendas Suburbia, especializadas en ropa y accesorios para toda la familia.
Vips	Operación de 262 (266 en 2012) restaurantes Vips de comida internacional, 92 restaurantes El Portón de comida mexicana, en ambos años y 6 restaurantes Ragazzi de comida italiana (7 en 2012).
Empresas importadoras	Importación de mercancía para la venta.
Inmobiliario	Proyectos inmobiliarios y administración de compañías inmobiliarias.
Empresas de servicios	Prestación de servicios profesionales a las compañías del Grupo, prestación de servicios con fines no lucrativos a la comunidad y tenencia de acciones.
Banco Walmart	Operación de 201 (263 en 2012) sucursales bancarias.
Walmart Centroamérica	Operación de 466 (459 en 2012) tiendas de descuento Despensa Familiar y Palí, 100 (97 en 2012) supermercados Paiz, La Despensa de Don Juan, La Unión y Más x Menos, 75 (67 en 2012) Bodegas, Maxi Bodega y Maxi Palí, 20 (17 en 2012) hipermercados Walmart y 1 (2 en 2012) tienda ClubCo de precios al mayoreo con membresía. Dichas unidades se localizan en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

b. Eventos relevantes

I. Procedimientos legales

Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. (“**WALMEX**”) es una subsidiaria indirecta de Wal-Mart Stores, Inc. (“WMT”). WMT es propietario de aproximadamente el 70% del capital y del derecho a voto de **WALMEX** y tiene la posibilidad de designar por lo menos a la mayoría de los miembros del Consejo de Administración de **WALMEX**. El resto de las acciones de **WALMEX** cotizan públicamente a través de la Bolsa Mexicana de Valores y, hasta donde **WALMEX** tiene conocimiento, ningún accionista salvo WMT y sus sociedades relacionadas es propietario de más del 2% de las acciones en circulación de **WALMEX**.

Actualmente, el Consejo de Administración de **WALMEX** está compuesto por 11 consejeros propietarios y 6 suplentes. Los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias del Consejo están integrados exclusivamente por consejeros independientes (que incluye a consejeros suplentes).

WMT está sujeta a una amplia gama de leyes y regulaciones en los Estados Unidos de América y en los países en los que opera, que incluye pero no se limita al U.S. Foreign Corrupt Practices Act (“FCPA” por sus siglas en inglés).

Como **WALMEX** divulgó públicamente el pasado 23 de abril de 2012, WMT está siendo objeto de una investigación conforme al FCPA por el Departamento de Justicia y por la Comisión de Valores e Intercambio de los Estados Unidos de América como resultado de una divulgación que WMT hizo a dichas dependencias en noviembre de 2011.

El Comité de Auditoría del Consejo de Administración de WMT, que está integrado exclusivamente por consejeros independientes, está llevando a cabo una investigación interna, entre otras cosas, sobre presuntas violaciones al FCPA y otros presuntos delitos o conductas inapropiadas en relación con varias de sus subsidiarias extranjeras, que incluye a **WALMEX**, y sobre si los informes del pasado sobre dichas presuntas violaciones y conductas fueron atendidos en forma adecuada por WMT. El Comité de Auditoría de WMT y WMT han contratado abogados independientes y otros asesores de varias firmas, los que están llevando a cabo una investigación que aún continúa. **WALMEX** también ha contratado abogados externos para asesorarla en estos asuntos.

WMT también está llevando a cabo una revisión voluntaria a nivel mundial de sus políticas, prácticas y controles internos para efectos de cumplimiento con el FCPA. WMT se encuentra en proceso de fortalecer su programa global anti-corrupción a través de la adopción de medidas para prevenir la corrupción. **WALMEX** es parte de dicha revisión global y fortalecimiento de programas.

En los Estados Unidos de América se han presentado demandas relacionadas con las materias objeto de la investigación por accionistas de WMT, en contra de la propia WMT, sus actuales consejeros, algunos consejeros anteriores y ciertos de sus funcionarios actuales y anteriores, así como contra ciertos funcionarios actuales y anteriores de **WALMEX**.

WALMEX está cooperando con WMT en la investigación de estos asuntos y tiene la intención de continuar cooperando plenamente en dichos asuntos.

Ciertas dependencias federales y estatales en México también han iniciado recientemente investigaciones sobre estos asuntos. **WALMEX** está cooperando con dichas dependencias en sus investigaciones.

Los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias de **WALMEX** y su Consejo de Administración han sido informados de estos asuntos y han determinado, por medio del voto unánime de sus consejeros independientes, que es en el mejor interés de **WALMEX** continuar cooperando por ahora con WMT y con las dependencias mexicanas y norteamericanas que están llevando a cabo estas investigaciones.

WALMEX puede estar expuesta a una serie de consecuencias negativas respecto de los asuntos mencionados anteriormente. Pueden existir acciones de parte de las autoridades como resultado de una o varias de las investigaciones que se están llevando a cabo, y dichas acciones, si se ejercen, pueden resultar en sentencias, transacciones, multas, imposición de medidas y sentencias por delitos. Las demandas de accionistas pueden resultar en sentencias en contra de WMT y de consejeros y funcionarios, actuales y anteriores, de WMT y de **WALMEX**. **WALMEX** no puede por ahora predecir en forma precisa el resultado o el efecto de las investigaciones gubernamentales, las demandas de accionistas y las investigaciones y revisiones. Adicionalmente, **WALMEX** contempla incurrir en gastos para dar respuesta a los requerimientos de información, en proporcionar testimonios y documentos y otra información relacionada con las investigaciones gubernamentales, y no puede predecir por ahora el monto final de dichos gastos. Estos asuntos pueden requerir el que funcionarios de **WALMEX** les dediquen parte de su tiempo a estos asuntos en lugar de asuntos relacionados con las operaciones de **WALMEX**. **WALMEX** también contempla que pudiera existir interés gubernamental y de los medios de comunicación en estos asuntos que pudiera tener un impacto en la percepción sobre **WALMEX**.

El pasado 20 de junio de 2012, **WALMEX** divulgó públicamente una reducción de su plan de expansión para 2012.

WALMEX, su Consejo de Administración y sus Comités de Auditoría y Prácticas Societarias en todo momento vigilarán que se cumpla con las leyes mexicanas y buscarán crear valor para **WALMEX**, actuando en forma diligente, adoptando decisiones razonadas y fundadas, sin favorecer a un accionista o grupo de accionistas.

No obstante que **WALMEX** actualmente considera, con base en la información que tiene disponible a esta fecha y la opinión de sus abogados externos mexicanos, que los asuntos antes descritos no tendrán un efecto negativo sustancial en sus operaciones, dada la incertidumbre inherente en estos procesos, **WALMEX** no puede asegurar que estos asuntos no tendrán un efecto negativo sustancial en sus operaciones.

II. Venta de división de restaurantes

El 10 de septiembre de 2013, la Compañía llegó a un acuerdo definitivo con ALSEA, S.A.B. de C.V. (ALSEA) para que ésta adquiriera el 100% de la división de restaurantes de **WALMEX**, que opera con las marcas Vips, El Portón, Ragazzi y La Finca ("VIPS"). El cierre de la operación está sujeta a la aprobación por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica (Nota 7).

2.- NUEVOS PRONUNCIAMIENTOS CONTABLES:

En 2012 el International Accounting Standards Board (IASB) emitió las siguientes Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

- a. NIIF 10 "Estados financieros consolidados"; esta norma se basa en un único modelo de control aplicable a cualquier entidad (incluyendo las entidades con cometido específico), esta norma sustituye a la NIC 27 "Estados financieros consolidados y separados" y a la SIC 12 "Consolidación-entidades de cometido específico".
- b. NIIF 11 "Acuerdos conjuntos"; esta norma define la contabilización de los acuerdos regidos por control conjunto. La opción de aplicar el método de integración proporcional queda eliminada para los negocios conjuntos (entendidos bajo su nueva definición), esta norma sustituye a la NIC 31 "Participación en negocios conjuntos" y a la SIC 13 "Entidades controladas conjuntamente - aportaciones no monetarias de los participantes".
- c. NIIF 12 "Información a revelar sobre participaciones en otras entidades"; esta norma reúne todos los requerimientos de desgloses referentes a subsidiarias, acuerdos conjuntos, asociadas y entidades estructuradas.
- d. NIIF 13 "Medición del valor razonable"; esta norma define el concepto de valor razonable y requiere revelaciones sobre las mediciones del valor razonable.

La entrada en vigor de estas normas aplicó a ejercicios que iniciaron a partir del 1° de enero de 2013. La aplicación de estas nuevas NIIF no tuvo efecto material en los estados financieros de la Compañía.

3.- RESUMEN DE POLITICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS:

A continuación se resumen las políticas contables más significativas, las cuales han sido aplicadas consistentemente con el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2012.

a. Bases de preparación

Los estados financieros consolidados adjuntos han sido preparados de acuerdo con las NIIF vigentes emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB por sus siglas en inglés), así como todas las interpretaciones emitidas por el International Financial Reporting Interpretation Committee (IFRIC), incluyendo aquellas emitidas previamente por el Standing Interpretations Committee (SIC).

El estado consolidado de resultados integral se preparó en base a su función, el cual permite conocer y revelar el costo de ventas separado de los demás costos y gastos de conformidad con la NIC 1 "Presentación de estados financieros". Para un mejor entendimiento del desempeño operativo del negocio se ha incluido el renglón de utilidad de operación.

La preparación de los estados financieros consolidados de acuerdo con las NIIF, requiere el uso de estimaciones contables en la valuación de algunos de sus renglones.

Los estados financieros de Banco Walmart que se incluyen en los estados financieros consolidados han sido preparados de acuerdo a los criterios contables establecidos por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), contenidos dentro de las Disposiciones de Carácter General aplicables a las instituciones de crédito. A la fecha no se tienen diferencias significativas entre dichas disposiciones y las NIIF.

Los estados financieros de las subsidiarias en el extranjero antes de ser incluidos en el proceso de consolidación son preparados con base en las NIIF y convertidos a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio promedio para el estado consolidado de resultados integral y el tipo de cambio de cierre para el estado consolidado de situación financiera, de conformidad con la NIC 21 "Efectos de las variaciones en las tasas de cambio de la moneda extranjera".

El resultado por conversión de monedas extranjeras resulta de convertir los estados financieros de las subsidiarias en el extranjero a pesos mexicanos. Dicho efecto forma parte del capital contable.

WALMEX cuenta con los recursos suficientes para seguir funcionando en el futuro como negocio en marcha. Por lo anterior, los estados financieros consolidados adjuntos han sido preparados bajo la hipótesis de negocio en marcha así como bajo la base de costo histórico; la moneda funcional y de reporte que se utiliza es el peso mexicano.

b. Factores de riesgo

La Compañía está expuesta a eventos que pueden afectar la capacidad de compra y/o hábitos de consumo de la población. Estos eventos pueden ser de carácter económico, político o social y entre los más importantes podrían destacarse los siguientes:

I. **Empleo y salarios.** Una variación positiva o negativa en los niveles de empleo y/o los salarios reales pueden afectar el ingreso per cápita y con ello, el desempeño de las ventas de la Compañía.

II. **Comportamiento de las tasas de interés y tipo de cambio.** Históricamente Walmart de México y Centroamérica ha generado excedentes de efectivo que le han permitido generar ingresos financieros. Una reducción de tasas de interés puede resultar en la disminución de dichos ingresos, lo que afectaría el crecimiento de las utilidades; sin embargo, la empresa considera que la reducción de tasas de interés tiene un efecto positivo en el mediano y largo plazo, ya que contribuye a mejorar el poder adquisitivo de la población. Por su parte, las fluctuaciones de tipo de cambio presionan las expectativas de inflación y la capacidad de compra de la población, lo que también puede afectar en forma adversa las ventas de la Compañía.

En apego a nuestras normas de gobierno corporativo, la empresa no maneja instrumentos financieros derivados.

III. **Competencia.** El sector de tiendas de autoservicio se ha vuelto muy competido en los últimos años, lo que ha obligado a todos los participantes a realizar una búsqueda permanente de factores de diferenciación poniendo en riesgo la participación de mercado de la Compañía. Otro factor relevante puede darse por motivo de la expansión de la competencia e incluso nuevos competidores que pudieran entrar al mercado.

IV. **Inflación.** En los últimos años, la inflación en México y Centroamérica se ha mantenido en niveles bajos. Un incremento significativo en las tasas de inflación puede repercutir en forma directa en el poder adquisitivo de los clientes y en la demanda de los productos y servicios.

V. **Cambios en regulaciones gubernamentales.** La Compañía está expuesta a los cambios en las diferentes leyes y regulaciones, los cuales pueden afectar en sus resultados desde un impacto en las ventas, gastos por impuestos indirectos de nómina y por las tasas aplicables, una vez que entren en vigor.

c. Consolidación

Los estados financieros consolidados adjuntos incluyen los de **WALMEX** y los de todas sus subsidiarias en México y en el extranjero que se agrupan como se menciona en la Nota 1 inciso a, y son preparados considerando el mismo periodo contable. Los saldos y operaciones entre compañías del Grupo se eliminan para efectos de la consolidación, de conformidad con la NIIF 10 "Estados financieros consolidados".

La participación no controladora corresponde a la participación de los activos netos de la subsidiaria que no es propiedad de la participación controladora. La participación no controladora se presenta dentro del capital contable.

d. Efectivo y equivalentes de efectivo

El efectivo y equivalentes de efectivo están representados principalmente por depósitos bancarios e inversiones en instrumentos de alta liquidez con vencimiento no mayor a 90 días y se expresan a su costo histórico más intereses devengados, que no exceden su valor de mercado.

El Banco Walmart constituye los depósitos de regulación monetaria que requiere el Banco de México, estos depósitos se determinan en función de la captación tradicional en moneda nacional.

e. Instrumentos financieros

La Compañía no realiza operaciones con instrumentos financieros derivados.

f. Cuentas por cobrar y estimación para cuentas incobrables

El saldo de la cartera de crédito de Banco Walmart está representado por los montos efectivamente entregados a los acreditados más los intereses u otros accesorios devengados no cobrados. La estimación preventiva para riesgos crediticios se presenta deduciendo los saldos de la cartera.

WALMEX reconoce las estimaciones para cuentas incobrables al momento de iniciar el proceso legal de cobranza de conformidad con sus procedimientos internos.

g. Inventarios

Los inventarios están valuados bajo el método detallista, excepto por los negocios correspondientes a Sam's Club, ClubCo y los centros de distribución que están valuados bajo el método de costo promedio y Restaurantes Vips que está valuado mediante el método de primeras entradas primeras salidas; aplicados consistentemente con el ejercicio anterior. Los inventarios, incluyendo artículos obsoletos, de lento movimiento, defectuosos o en mal estado se encuentran registrados a valores que no exceden su valor neto de realización.

Los inventarios de Desarrollo Agro-industrial de granos, comestibles y carnes se valúan a su costo promedio.

Las bonificaciones sobre compras se aplican a resultados de acuerdo al desplazamiento de los inventarios que les dieron origen.

h. Pagos anticipados

Los pagos anticipados se reconocen como un activo circulante en el estado consolidado de situación financiera a partir de la fecha en que se realiza dicho pago. Al momento de recibir el beneficio de dichos pagos se reconoce en resultados o como parte del rubro del activo correspondiente si se tiene la certeza de generar beneficios económicos futuros.

i. Inmuebles y equipo

Los inmuebles y equipo se registran a su valor de adquisición, y se presentan netos de su depreciación acumulada.

La depreciación de los inmuebles y equipo se calcula por el método de línea recta a tasas que fluctúan como sigue:

Edificios, construcciones e instalaciones en bienes arrendados	2.5%	a	33.3%
Mobiliario y equipo	5.0%	a	33.3%

j. Arrendamiento

De conformidad con la NIC 17 "Arrendamientos", la Compañía clasifica los contratos de arrendamiento de inmuebles como financieros u operativos.

WALMEX considera como arrendamiento financiero a aquellos en que se transfieren sustancialmente los riesgos y beneficios atribuibles a la propiedad del bien y se cargan a resultados de acuerdo al plazo de los contratos, considerando las renovaciones contempladas en los mismos.

Los contratos no clasificados como financieros, se consideran como arrendamientos operativos. Las rentas fijas de estos contratos se cargan a resultados utilizando el método de línea recta de acuerdo al plazo de los contratos de arrendamiento, considerando como fecha de inicio la posesión del bien e incluyendo las renovaciones de los mismos, y las rentas variables en función a un porcentaje sobre ventas, las cuales se cargan a resultados como gastos en el periodo en el que se incurren.

k. Deterioro del valor de los inmuebles y equipo

El deterioro en el valor de los inmuebles y equipo se reconoce aplicando la técnica de valor presente esperado para calcular su valor de uso, considerando como unidad mínima generadora de efectivo a cada tienda o restaurante de la Compañía, de acuerdo a los lineamientos de la NIC 36 "Deterioro del valor de los activos".

La técnica de valor presente esperado requiere del cálculo detallado de presupuestos, los cuales son preparados por separado de cada unidad generadora de efectivo en donde se localizan los activos. Estos presupuestos cubren generalmente un periodo de cinco años, y en caso de un periodo mayor, se aplica un porcentaje de crecimiento esperado.

Las pérdidas por deterioro se reconocen en el estado consolidado de resultados integral dentro de otros (gastos) productos - neto.

i. Activos intangibles

Los activos intangibles son valuados a su costo de adquisición o a su valor razonable a la fecha de adquisición, el que sea menor, y se clasifican conforme a su vida útil, que puede ser indefinida o finita. Los activos con vida indefinida no son sujetos de amortización, sin embargo se realiza una prueba anual de deterioro de conformidad con la NIC 36 “Deterioro del valor de los activos”. Los activos con vida finita, se amortizan utilizando el método de línea recta.

m. Activos y pasivos mantenidos para la venta y operaciones discontinuas

De conformidad con la NIIF 5 “Activos no corrientes mantenidos para la venta y operaciones discontinuas”, la Compañía clasifica los activos no corrientes y grupos de activos para su disposición como mantenidos para la venta, si su valor en libros se recuperará fundamentalmente a través de una transacción de venta, en lugar de por su uso continuo. Estos activos no se someten a depreciación y se registran al menor de su valor en libros o su valor razonable menos los costos de venta.

Los activos y pasivos que han sido clasificados como mantenidos para la venta, se presentan en el estado de situación financiera de forma separada del resto de los activos y pasivos.

Los ingresos, costos y gastos relacionados con esta operación se separan y se presentan en el rubro de operaciones discontinuas de forma comparable en el estado consolidado de resultados integral.

n. Pasivos y provisiones

De conformidad con la NIC 37 “Provisiones, pasivos contingentes y activos contingentes”, los pasivos por provisiones se reconocen cuando se tiene una obligación presente legal o implícita como resultado de un evento pasado, que pueda ser estimada razonablemente y que exista la probabilidad de una salida de recursos económicos. En caso de un reembolso, este se reconocerá neto de la obligación cuando se tenga la certeza de obtenerse. El gasto por cualquier provisión se presenta en el estado consolidado de resultados integral neto de sus reembolsos.

Los pasivos por captación tradicional de Banco Walmart se encuentran integrados por cuentas de depósitos de exigibilidad inmediata mediante tarjetas de débito y depósitos a plazo. Estos pasivos se registran al costo de captación más los intereses devengados.

o. Pasivo contingente

El pasivo contingente reconocido por la adquisición de Walmart Centroamérica, está valuado a su valor presente a la fecha de los estados financieros.

Los pagos se realizan en acciones y en efectivo siempre y cuando Walmart Centroamérica alcance un determinado nivel de rentabilidad y por un plazo no mayor a diez años a partir de la firma del contrato.

p. Impuestos a la utilidad

El impuesto a la utilidad diferido se calcula utilizando el método de activos y pasivos, y resulta de aplicar a todas las diferencias temporales entre los saldos contables y fiscales del estado consolidado de situación financiera, la tasa del impuesto sobre la renta vigente a la fecha del estado consolidado de situación financiera, o bien, aquellas tasas promulgadas y establecidas en las disposiciones fiscales a esa fecha y que estarán vigentes al momento en que dichas diferencias se materializarán, de conformidad con la NIC 12 “Impuesto a la utilidad”.

Los activos por impuestos diferidos se evalúan periódicamente con objeto de determinar su recuperabilidad.

El impuesto causado en el año se presenta como un pasivo/activo a corto plazo neto de los anticipos efectuados durante el año.

q. Beneficios a los empleados

De acuerdo a las Leyes de cada país donde la Compañía opera, los beneficios a que tienen derecho los empleados en caso de retiro o muerte, se muestran a continuación:

México:

La prima de antigüedad a que tienen derecho los empleados en los términos de la Ley Federal del Trabajo se reconoce como costo en los años en que los empleados prestan sus servicios con base en un estudio actuarial elaborado por un perito independiente, utilizando el método de crédito unitario proyectado, de conformidad con la NIC 19 “Beneficios a los empleados”.

Las pérdidas y ganancias actuariales por terminación se reconocen conforme se devenguen directamente en el estado consolidado de resultados integral de conformidad con la NIC 19.

La participación de los trabajadores en las utilidades se reconoce en resultados en el rubro de gastos generales y representa el pasivo exigible a plazo menor de un año.

Los demás pagos a que pueden tener derecho los empleados o sus beneficiarios en caso de retiro involuntario o muerte, de acuerdo con la Ley Federal del Trabajo, se llevan a resultados en el año en que ocurren.

Centroamérica:

Los beneficios por terminación laboral al retiro a que tienen derecho los empleados de las compañías de Walmart Centroamérica, en los términos de la Ley laboral de cada país, se registran con base en las valuaciones actuariales de cada país, las cuales son elaboradas por peritos independientes.

En Guatemala, los beneficios por terminación son pagados a los empleados cuando tienen tres o más años trabajando en la Compañía, excepto los despidos justificados.

En El Salvador y Honduras, los beneficios por terminación son pagados a los empleados cuando tienen de uno o más años en la Compañía, excepto los despidos justificados.

En Nicaragua, el monto de los beneficios pagados por terminación fluctúa entre uno y máximo cinco meses de salario de acuerdo al número de años de servicios prestados.

En el caso de las compañías localizadas en Costa Rica, los beneficios por terminación son pagados a los empleados de acuerdo a la política vigente y conforme a la Ley de dicho país.

r. Capital contable

Reserva legal:

De acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles de México, la Compañía separa de la utilidad neta de cada año el 5% para incrementar la reserva legal hasta constituir el 20% del capital social.

Fondo para el plan de acciones al personal:

El fondo para el plan de acciones al personal, está constituido por acciones de **WALMEX** que se presentan a su costo de adquisición, para otorgar opciones de compra de acciones a los ejecutivos de las compañías del Grupo, con base en la autorización concedida por la CNBV.

Todas las acciones con opción a compra son asignadas a los ejecutivos de las compañías subsidiarias a un valor que no es inferior a su valor de mercado a la fecha de asignación.

Conforme a la política vigente, los ejecutivos tienen derecho a ejercer la opción de compra de las acciones en cinco años en partes iguales. El derecho para ejercer la opción de compra de las acciones, expira después de diez años contados a partir de la fecha de asignación o sesenta días posteriores a la fecha de retiro del ejecutivo de la Compañía.

El costo de compensación de las acciones se determina utilizando la técnica financiera de valuación denominada Black-Scholes de conformidad con la NIIF 2 "Pagos basados en acciones".

Prima en venta de acciones:

La prima en venta de acciones representa la diferencia entre el costo de las acciones y el valor al que fueron vendidas a los ejecutivos de las compañías del Grupo, una vez deducido el impuesto sobre la renta correspondiente.

s. Reconocimiento de ingresos

De conformidad con la NIC 18 "Ingresos", los ingresos por venta de mercancía se reconocen en el estado consolidado de resultados integral en el momento en que se transfiere al cliente la propiedad al entregarle los bienes, y los ingresos por servicios en el momento en que se prestan.

Los ingresos por membresías de las tiendas Sam's Club y ClubCo se reconocen de manera diferida durante los doce meses de su vigencia y se presentan en el rubro de otros ingresos del estado consolidado de resultados integral.

Los ingresos por renta se reconocen conforme se devengan de conformidad con los contratos de arrendamiento celebrados con terceros y se presentan en el rubro de otros ingresos del estado consolidado de resultados integral.

Los ingresos por tiempo aire se registran netos en el rubro de ventas netas, en lugar del ingreso total, y se reconocen en el estado consolidado de resultados integral en el momento en que se presta el servicio.

Los ingresos por intereses y tarifas cobradas de Banco Walmart se reconocen en el rubro de otros ingresos en el estado consolidado de resultados integral, conforme se devengan.

Los ingresos por venta de desperdicio, garantías extendidas y comisiones por servicios se reconocen en el rubro de otros ingresos en el estado consolidado de resultados integral en el momento en que se transfiere la propiedad al entregar los bienes y los servicios en el momento en que se prestan.

t. Utilidad básica por acción atribuible a la participación controladora

La utilidad básica por acción resulta de dividir la utilidad neta del ejercicio atribuible a la participación controladora entre el promedio ponderado de las acciones en circulación, de acuerdo con los lineamientos establecidos en la NIC 33 "Utilidad por acción". La utilidad por acción diluida es igual a la utilidad básica por acción debido a que no existen efectos dilutivos inherentes a las acciones ordinarias potenciales.

u. Segmentos de operación

La información financiera por segmentos es preparada en función a la información utilizada por la alta Dirección de la Compañía para tomar decisiones operativas y evaluar el desarrollo de la misma, y se presenta considerando las áreas geográficas en que opera la Compañía, de conformidad con la NIIF 8 "Segmentos de operación".

v. Operaciones en moneda extranjera

Los activos y pasivos monetarios de **WALMEX** denominados en moneda extranjera se expresan en moneda nacional utilizando el tipo de cambio vigente a la fecha del estado consolidado de situación financiera. Las fluctuaciones cambiarias se aplican al estado consolidado de resultados integral y se presentan en el rubro de ingresos financieros - neto, de conformidad con la NIC 21 "Efectos de las variaciones en las tasas de cambio de la moneda extranjera".

4.- EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO:

El saldo de efectivo y equivalentes de efectivo al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integra como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Efectivo en caja y bancos	\$ 7,826,506	\$ 8,318,695
Inversiones de realización inmediata	13,302,985	19,844,534
	<u>\$ 21,129,491</u>	<u>\$ 28,163,229</u>

5.- CUENTAS POR COBRAR - NETO:

Las cuentas por cobrar al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integran como se muestra a continuación:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Cartera de crédito Banco Walmart	\$ 5,307,153	\$ 4,035,917
Impuestos por recuperar	3,958,463	3,308,944
Clientes	3,549,235	3,065,220
Otras cuentas por cobrar	606,153	489,200
Estimación para riesgos crediticios Banco Walmart	(523,340)	(364,063)
Estimación para cuentas incobrables a clientes y otros	(119,251)	(158,780)
	<u>\$ 12,778,413</u>	<u>\$ 10,376,438</u>

6.- INVENTARIOS:

Los inventarios al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integran como se muestra a continuación:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Mercancía para la venta	\$ 41,262,225	\$ 37,426,732
Desarrollo Agro-industrial	641,094	548,748
	41,903,319	37,975,480
Mercancías en tránsito	1,891,578	1,116,115
	<u>\$ 43,794,897</u>	<u>\$ 39,091,595</u>

7.- ACTIVOS Y PASIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA Y OPERACIONES DISCONTINUAS:

Como parte de la estrategia de la Compañía, WALMEX llegó a un acuerdo definitivo con ALSEA para que ésta adquiriera por un monto de \$8,200 millones de pesos, el 100% de la división de restaurantes de WALMEX, que opera las marcas Vips, El Portón, Ragazzi y La Finca ("VIPS"). El cierre de la operación está sujeta a la aprobación por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica. Adicionalmente, ALSEA pagará a WALMEX en el futuro, rentas sobre unidades que se encuentran en propiedades en las que coexisten otros formatos de WALMEX.

La operación de Vips incluye un total de 360 restaurantes de los cuales 262 son de la marca "Vips", 92 unidades de "El Portón" y 6 unidades de "Ragazzi", adicionalmente la operación comprende los derechos de propiedad intelectual de las cuatro marcas, menús, desarrollo de producto, procesos de operación y otros.

Los activos y pasivos clasificados como mantenidos para la venta al 31 de diciembre de 2013, se muestran a continuación:

	Diciembre 31, 2013
Activos circulantes	\$ 794,106
Inmuebles y equipo - neto	3,116,581
Otros activos	22,059
	<u>\$ 3,932,746</u>
Proveedores	\$ 180,996
Otros pasivos	345,282
Pasivo circulante	526,278
Pasivos no circulantes	439,949
Total pasivos	<u>\$ 966,227</u>

Los principales rubros del resultado de la operación discontinua que se presenta en el estado de resultados integral por los años que terminaron al 31 de diciembre de 2013 y 2012, son:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Total ingresos	\$ 5,987,465	\$ 5,990,781
Costos, gastos e impuestos	(5,274,312)	(5,307,960)
Utilidad neta por operaciones discontinuas	<u>\$ 713,153</u>	<u>\$ 682,821</u>

8.- INMUEBLES Y EQUIPO – NETO:

Los inmuebles y equipo al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integra como sigue:

	Inmuebles y equipo propios										
	Enero 1°, 2012	Adiciones	Bajas	Trasposos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2012	Adiciones	Bajas	Trasposos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2013
Terrenos	\$ 27,295,427	\$ 1,992,763	\$ (270,023)	\$ (12,437)	\$ (220,610)	\$ 28,785,120	\$ 942,375	\$ (60,796)	\$ (186,479)	\$ 52,910	\$ 29,533,130
Edificios	40,803,393	3,677,521	(222,732)	632,148	(320,502)	44,569,828	2,627,787	(73,056)	(2,802,621)	102,590	44,424,528
Instalaciones y mejoras	33,835,629	2,929,457	(331,765)	62,117	(209,436)	36,286,002	3,403,164	(432,713)	579,073	36,634	39,872,160
Mobiliario y equipo	41,430,843	5,610,947	(889,283)	271,306	(419,920)	46,003,893	5,233,276	(2,325,188)	(1,498,123)	75,731	47,489,589
Total	143,365,292	14,210,688	(1,713,803)	953,134	(1,170,468)	155,644,843	12,206,602	(2,891,753)	(3,908,150)	267,865	161,319,407
Depreciación acumulada	(46,489,962)	(7,701,317)	1,074,595	(46,764)	189,043	(52,974,405)	(8,241,071)	2,549,535	3,445,588	(42,463)	(55,262,816)
Obras en proceso	3,591,072	247,085	116,540	(820,162)	(105,131)	3,029,404	1,677,410	5,965	(2,128,258)	27,417	2,611,938
Total inmuebles y equipo propios	\$ 100,466,402	\$ 6,756,456	\$ (522,668)	\$ 86,208	\$ (1,086,556)	\$ 105,699,842	\$ 5,642,941	\$ (336,253)	\$ (2,590,820)	\$ 252,819	\$ 108,668,529

	Inmuebles y equipo en arrendamiento										
	Enero 1°, 2012	Adiciones	Bajas	Trasposos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2012	Adiciones	Bajas	Trasposos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2013
Inmuebles	\$ 11,566,148	\$ 1,145,128	\$ (3,774)	\$ -	\$ (132,705)	\$ 12,574,797	\$ 1,454,057	\$ (145,643)	\$ (553,583)	\$ 30,658	\$ 13,360,286
Mobiliario y equipo	1,491,246	357,106	(4,780)	(126,233)	-	1,717,339	420,528	(4)	(241,253)	-	1,896,610
Total	13,057,394	1,502,234	(8,554)	(126,233)	(132,705)	14,292,136	1,874,585	(145,647)	(794,836)	30,658	15,256,896
Depreciación acumulada	(2,151,298)	(509,467)	165	53,880	(8,356)	(2,615,076)	(566,847)	54,967	324,569	(40,311)	(2,842,698)
Total inmuebles y equipo en arrendamiento	\$ 10,906,096	\$ 992,767	\$ (8,389)	\$ (72,353)	\$ (141,061)	\$ 11,677,060	\$ 1,307,738	\$ (90,680)	\$ (470,267)	\$ (9,653)	\$ 12,414,198
Total	\$ 111,372,498	\$ 7,749,223	\$ (531,057)	\$ 13,855	\$ (1,227,617)	\$ 117,376,902	\$ 6,950,679	\$ (426,933)	\$ (3,061,087)	\$ 243,166	\$ 121,082,727

El gasto por depreciación por el año terminado el 31 de diciembre de 2013 y 2012, ascendió a \$8,496,420 y \$7,841,915, respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2013, en la columna de trasposos se incluye la reclasificación de los activos fijos mantenidos para la venta de la división de restaurantes, por un importe de \$3,116,581.

Las obras en proceso están conformadas por inversiones realizadas por la Compañía, principalmente por la construcción de nuevas tiendas.

9.- ACTIVOS INTANGIBLES:

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, los activos intangibles se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Crédito mercantil	\$ 24,745,086	\$ 24,745,086
Marcas	620,167	609,428
Licencias y software	445,893	415,740
Clientes	102,484	115,441
Patentes	43,556	42,345
	<u>\$ 25,957,186</u>	<u>\$ 25,928,040</u>

Por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012, se adquirió software por un monto de \$288,454 y \$201,783, respectivamente.

El monto cargado a resultados por concepto de amortización por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012, ascendió a \$193,274 y \$221,358, respectivamente.

El crédito mercantil representa el exceso del precio de compra sobre el valor razonable de los activos netos de Walmart Centroamérica a la fecha de adquisición más el valor razonable de la participación no controladora, determinado conforme a los lineamientos de la NIIF 3 "Combinaciones de negocios".

El crédito mercantil fue determinado de conformidad con la NIC 38 "Activos intangibles", aplicando la técnica de valor de perpetuidad para determinar su valor de uso, considerando como unidad generadora de efectivo (UGE) cada uno de los países de Centroamérica: Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

Anualmente la Compañía contrata los servicios profesionales de un perito independiente para realizar el estudio del deterioro del crédito, el cual fue preparado de conformidad con la NIC 36 "Deterioro del valor de los activos" utilizando la técnica de flujos de efectivo descontados (valor presente estimado) para llevar a cabo la estimación del valor en uso de cada UGE considerando las estimaciones de ingresos, costos, gastos, requerimientos de capital de trabajo e inversiones en activo fijo para cada una. Esta técnica, incluye los supuestos de proyección y de estimación de valor, y es consistente con la utilizada para determinar el precio de compra de Walmart Centroamérica al momento de la adquisición, la cual sirvió como base para estimar el crédito mercantil asignable a cada país.

El importe recuperable del crédito mercantil se determinó mediante el valor en uso, utilizando proyecciones de flujos de efectivo basadas en el plan de negocio de la Compañía utilizado por la alta Dirección para los próximos cinco años, excepto por los países de El Salvador y Nicaragua en el cual se utilizó diez años.

Como resultado de dicho estudio al 31 de diciembre de 2013, la Compañía no presentó indicios de deterioro en el crédito mercantil. Al 31 de diciembre de 2012, la Compañía reconoció una pérdida por deterioro de \$5,023,011 en el rubro de otros productos (gastos) - neto.

Asimismo, la Compañía realizó un análisis de la contraprestación contingente reconocida desde febrero 2010 como parte de la adquisición de Walmart Centroamérica. Dicho análisis al 31 de diciembre de 2013, no generó ningún ajuste a este pasivo. Por el contrario, al 31 de diciembre de 2012, dio como resultado una cancelación del pasivo contingente por \$4,901,100, del cual se registró un ingreso de \$4,649,277 en el rubro de otros (gastos) productos - neto y una cancelación de intereses por \$251,823 registrado en el rubro de ingresos financieros - neto.

10.- PARTES RELACIONADAS:

a) Saldos con partes relacionadas

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, el estado consolidado de situación financiera incluye los siguientes saldos con partes relacionadas:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Cuentas por pagar a proveedores:		
C.M.A. - U.S.A., L.L.C. (Afiliada)	\$ 343,919	\$ 615,185
Global George, LTD. (Afiliada)	34,451	17,109
	<u>\$ 378,370</u>	<u>\$ 632,294</u>
Otras cuentas por pagar:		
Wal-Mart Stores, Inc. (Tenedora)	\$ 413,092	\$ 377,254

Al 31 de diciembre 2013 y 2012, los saldos por cobrar y por pagar a partes relacionadas están formados por saldos de cuenta corriente, sin intereses, pagaderos en efectivo, para los cuales no existen garantías.

b) Operaciones con partes relacionadas

WALMEX tiene celebrados los siguientes contratos por tiempo indefinido con partes relacionadas:

- Importaciones de mercancía para la venta, sin intereses y pagaderos mensualmente.
- Comisiones de compra con Global George pagaderos de forma recurrente.
- Asistencia técnica y servicios con Walmart Stores, pagaderos mensualmente.
- Regalías por uso de marcas con Walmart Stores, pagadero trimestralmente con base en un porcentaje sobre las ventas de los negocios de autoservicio.

A continuación se presentan los montos de las operaciones con partes relacionadas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Importaciones de mercancía para la venta:		
C.M.A. - U.S.A., L.L.C. (Afilada)	\$ 3,131,719	\$ 3,138,902
Global George, LTD. (Afilada)	47,003	17,072
	<u>\$ 3,178,722</u>	<u>\$ 3,155,974</u>
Asistencia técnica, servicios y regalías:		
Wal-Mart Stores, Inc. (Tenedora)	\$ 2,164,810	\$ 2,146,203

c) Remuneraciones a principales funcionarios

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, las remuneraciones a los principales funcionarios se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Beneficios a corto plazo	\$ 754,508	\$ 695,027
Beneficios por terminación	83,303	64,477
Beneficios basados en acciones	93,951	53,906
	<u>\$ 931,762</u>	<u>\$ 813,410</u>

11.- OTRAS CUENTAS POR PAGAR:

El saldo de las otras cuentas por pagar al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integra como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Pasivos acumulados y otros	\$ 8,830,905	\$ 9,101,897
Captación tradicional Banco Walmart	4,807,951	4,249,943
Provisiones	606,153	597,918
Arrendamiento financiero (Nota 12)	723,059	476,019
Partes relacionadas (Nota 10)	413,092	377,254
Pasivo contingente (Nota 12)	127,674	131,685
Dividendos	40,639	34,649
	<u>\$ 15,549,473</u>	<u>\$ 14,969,365</u>

Al 31 de diciembre de 2013, la Compañía tiene compromisos para la adquisición de inventarios e inmuebles y equipo, así como servicios de mantenimiento por \$10,150,325 (\$9,003,254 en 2012).

12.- OTROS PASIVOS A LARGO PLAZO:

En el rubro de otros pasivos a largo plazo al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se incluyen las obligaciones a plazo mayor de un año por los contratos de arrendamiento y del pasivo contingente.

a) Arrendamientos:

Con el fin de determinar si los proveedores transfieren a **WALMEX** el derecho de uso de un activo, la Compañía analiza los acuerdos de prestación de servicios que no tengan la forma legal de un arrendamiento pero que impliquen el derecho de uso de un activo. Derivado de este análisis, **WALMEX** no tiene acuerdos de prestación de servicios que se tengan que clasificar como un arrendamiento, de conformidad con la IFRIC 4 "Determinación de si un acuerdo contiene un arrendamiento".

La Compañía tiene celebrados contratos de arrendamiento operativo de inmuebles con terceros, los cuales se reconocen en resultados utilizando el método de línea recta de acuerdo al plazo de los contratos considerando como fecha de inicio la posesión del bien e incluyendo las renovaciones de los mismos.

La Compañía tiene celebrados contratos de arrendamiento de inmuebles que califican como financieros, los cuales se registran a valor presente de los pagos mínimos o a valor de mercado de los inmuebles, el que resulte menor, y se amortizan durante el periodo del contrato de arrendamiento considerando las renovaciones de los mismos.

La Compañía tiene celebrados contratos de arrendamiento de inmuebles con terceros, a plazos forzosos que fluctúan entre 2 y 15 años.

Así también la Compañía tiene celebrados contratos de arrendamiento financieros de plantas tratadoras de agua residuales, y se utilizan para contribuir con las normas de protección ecológica. El plazo de pago fluctúa de 7 a 10 años.

A continuación se detallan los montos de rentas que se pagarán durante los próximos años:

Año	Arrendamiento operativo (plazo forzoso)	Arrendamiento financiero (pagos mínimos)
2014	\$ 321,429	\$ 723,059
2015	\$ 311,318	\$ 817,880
2016	\$ 272,739	\$ 915,406
2017	\$ 193,867	\$ 509,273
2018	\$ 130,490	\$ 439,997
2019 en adelante	\$ 478,282	\$ 9,622,614

Al 31 de diciembre de 2013, el pasivo derivado de la aplicación del método de línea recta de los arrendamientos operativos asciende a \$524,784 de los cuales \$25,085 se presentan en el pasivo a corto plazo.

El total de las rentas operativas de inmuebles cargadas a resultados por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012 ascendieron a \$4,551,209 y \$3,614,455, respectivamente.

b) Pasivo contingente

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, la contraprestación contingente originada por la adquisición de Walmart Centroamérica asciende a \$1,069,197 y \$1,190,933, respectivamente, incluyendo \$127,674 y \$131,685 a plazo menor de un año, misma que se estará liquidando en acciones y en efectivo.

A continuación se presentan los pagos en efectivo y en acciones realizados en febrero de cada año por la contraprestación contingente:

	2013	2012
Pago en acciones	\$ 67,159	\$ 63,379
Pago en efectivo	64,526	60,894
Total pago contingente	\$ 131,685	\$ 124,273
Número de acciones emitidas serie "V"	1,606,084	1,586,861

13.- IMPUESTOS A LA UTILIDAD:

Hasta el 31 de diciembre de 2013, la Compañía y sus subsidiarias, excepto el Banco Walmart y Walmart Centroamérica, tienen autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para determinar su resultado fiscal sobre bases consolidadas. A partir del ejercicio 2014, **WALMEX** determinará y pagará el impuesto sobre la renta de manera individual por cada compañía del Grupo.

Los impuestos aplicados a resultados por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Impuesto causado	\$ 9,165,940	\$ 8,736,951
Impuesto diferido	350,998	499,846
Total	\$ 9,516,938	\$ 9,236,797

El impuesto diferido pasivo (activo) generado por las diferencias temporales al 31 de diciembre de 2013 y 2012, es el siguiente:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Inmuebles y equipo	\$ 9,133,637	\$ 8,200,595
Inventarios	(663,248)	(787,232)
Repatriación de utilidades Walmart Centroamérica	1,238,918	1,206,647
Pérdidas fiscales pendiente de amortizar de Banco Walmart	(1,039,272)	(846,616)
Cobros anticipados	(191,539)	(224,350)
Otros pasivos a largo plazo	(239,131)	(243,378)
Otras partidas - neto	(1,387,707)	(716,763)
Total	\$ 6,851,658	\$ 6,588,903

Al 31 de diciembre de 2013, la tasa efectiva de impuestos consolidada es del 30.2% (29.0% en 2012). La diferencia con las tasas de impuesto establecidas en las leyes fiscales se debe a efectos inflacionarios y de otras partidas permanentes.

En México, la tasa aplicable del impuesto sobre la renta es de 30%. Para los demás países las tasas de impuesto sobre la renta aplicables son como se muestran a continuación:

	Tasa
Costa Rica	30%
Guatemala	31%
Honduras	30%
Nicaragua	30%
El Salvador	30%

El crédito mercantil surgido de la adquisición de Walmart Centroamérica no es deducible para efectos de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, por lo que no tiene ningún impacto en el impuesto diferido de la Compañía.

La Compañía tiene pérdidas fiscales de Banco Walmart que de acuerdo con la Ley del Impuesto Sobre la Renta vigente en México, pueden amortizarse contra las utilidades fiscales que se generen en los próximos años.

Al 31 de diciembre de 2013, se tienen pérdidas fiscales acumuladas pendientes de amortizar como sigue:

Año de expiración	Importe
2017	\$ 124,163
2018	683,098
2019	833,739
2020	811,847
2021	633,663
2022	145,605
	<u>\$ 3,232,115</u>

14.- BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS:

México:

La Compañía tiene constituido un fondo de beneficios definidos en fideicomiso para hacer frente al pago de la prima de antigüedad, en el que los empleados no contribuyen y se calcula a través del método de crédito unitario proyectado.

A continuación se presentan los activos y pasivos de las obligaciones por prima de antigüedad y por remuneraciones al término de la relación laboral por retiro al 31 de diciembre de 2013 y 2012:

	Prima de antigüedad		Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro	
	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Obligaciones por beneficios definidos	\$ 736,256	\$ 786,744	\$ 97,307	\$ 103,353
Activos del plan	(612,821)	(603,038)	-	-
Pasivo neto proyectado	<u>\$ 123,435</u>	<u>\$ 183,706</u>	<u>\$ 97,307</u>	<u>\$ 103,353</u>

Asimismo, los costos de las obligaciones por prima de antigüedad y por remuneraciones al término de la relación laboral por retiro por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012 se muestran a continuación:

	Prima de antigüedad		Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro	
	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Costo del servicio presente	\$ 107,431	\$ 86,338	\$ 6,303	\$ 4,970
Interés neto	11,342	6,892	6,522	5,930
Costo de los beneficios definidos	<u>\$ 118,773</u>	<u>\$ 93,230</u>	<u>\$ 12,825</u>	<u>\$ 10,900</u>

Los beneficios pagados en México por prima de antigüedad al 31 de diciembre de 2013 ascendieron a \$61,199 (\$53,113 en 2012).

Al 31 de diciembre de 2013, los activos del plan están invertidos, a través del fideicomiso en: 94% mercado de dinero y 6% en sociedades de inversión.

Centroamérica:

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, los pasivos derivados de los beneficios por terminación laboral, se detallan a continuación:

País	Obligaciones por beneficios definidos	
	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Costa Rica	\$ 73,892	\$ 62,522
Guatemala	534,557	564,658
Honduras	80,526	77,342
Nicaragua	11,781	12,798
El Salvador	50,079	53,738
Total	\$ 750,835	\$ 771,058

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, los costos derivados de los beneficios por terminación laboral se detallan a continuación:

País	Costo del servicio presente		Interés neto	
	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Costa Rica	\$ 13,328	\$ 47,289	\$ 14,297	\$ 8,968
Guatemala	67,935	53,825	39,712	42,175
Honduras	16,878	16,802	8,210	7,844
Nicaragua	4,069	4,489	1,483	1,639
El Salvador	10,898	11,076	3,532	5,146
Total	\$ 113,108	\$ 133,481	\$ 67,234	\$ 65,772

Los pagos de los beneficios por terminación laboral al 31 de diciembre de 2013, ascendieron a \$161,318 (\$147,720 en 2012).

Al 31 de diciembre de 2013, las hipótesis actuariales utilizadas en la valuación actuarial de cada país son las siguientes:

País	Tasa de descuento	Tasa de crecimiento salarial
México	7.50%	5.25%
Costa Rica	10.12%	5.50%
Guatemala	8.50%	4.50%
Honduras	13.29%	6.00%
Nicaragua	12.99%	7.50%
El Salvador	8.30%	3.10%

15.- CAPITAL CONTABLE:

- a. En la Asamblea Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas celebrada el 14 de marzo de 2013, se tomaron los siguientes acuerdos:
 1. Aprobación de la cantidad máxima que la sociedad utilizará durante 2013 para recomprar acciones propias, la cual asciende a \$5,000,000.
 2. Cancelación de 24,917,540 acciones serie "V" provenientes de la recompra de acciones.
 3. Incremento a la reserva legal por \$1,163,758 con cargo a la cuenta de utilidades acumuladas.
 4. Decreto de un dividendo el cual se le pagará al accionista en efectivo a razón de \$0.46 pesos por cada acción pagaderos el día 23 de abril de 2013 y dos dividendos extraordinarios que se pagarán en efectivo, el primero por la cantidad de \$0.29 pesos por acción y el segundo de \$0.17 pesos por acción, los cuales serán pagados el 23 de abril y el 26 de noviembre de 2013, respectivamente.
 5. Aprobación de la reforma integral de los Estatutos Sociales de la Sociedad.
- b. En la Asamblea Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas celebrada el 27 de marzo de 2012, se tomaron los siguientes acuerdos:
 1. Aprobación de la cantidad máxima que la sociedad utilizará durante 2012 para recomprar acciones propias, la cual asciende a \$5,000,000.
 2. Cancelación de 100,997,000 acciones serie "V" provenientes de la recompra de acciones.
 3. Incremento a la reserva legal por \$1,112,692 con cargo a la cuenta de utilidades acumuladas.
 4. Decreto de un dividendo el cual se le pagará al accionista en efectivo a razón de \$0.44 pesos por cada acción y un dividendo extraordinario que se pagará en efectivo por la cantidad de \$0.11 pesos por acción; ambos dividendos serán pagados el 30 de abril de 2012.

- c. El capital social está integrado por acciones nominativas sin expresión de valor nominal. El capital social debe estar amparado por un mínimo de 3,000,000,000 y un máximo de 100,000,000,000 de acciones.

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, el capital social nominal exhibido y el número de acciones se muestran a continuación:

Capital social	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Mínimo fijo	\$ 5,591,362	\$ 5,591,362
Variable	37,215,773	37,381,747
Total	\$ 42,807,135	\$ 42,973,109
Número de acciones ordinarias, de suscripción libre:	17,627,200,951	17,721,594,867

Durante el año que terminó el 31 de diciembre de 2013, se adquirieron 96,000,000 (27,084,540 en 2012, de las cuales 2,167,000 fueron canceladas por acuerdo en la asamblea de accionistas del 27 de marzo de 2012) acciones de **WALMEX**; dicha recompra implicó reducir el capital social histórico en \$233,133 (\$65,670 en 2012). La diferencia entre el valor teórico y el precio de adquisición de las acciones, se aplicó contra las utilidades acumuladas.

- d. El reparto de utilidades y las reducciones de capital que excedan al saldo de la cuenta de utilidad fiscal neta (CUFIN) y de la cuenta de capital de aportación (CUCA), causarán impuesto conforme a lo dispuesto en los artículos 11 y 89 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, el monto total de las cuentas fiscales relacionadas con el capital contable ascienden a \$143,033,415 y \$135,398,711, respectivamente.

- e. El fondo para el plan de acciones al personal está constituido por 231,976,659 acciones de **WALMEX**, las cuales se encuentran en un fideicomiso creado para tal fin.

El monto cargado a resultados por el costo de compensación durante el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012 asciende a \$351,898 y \$342,957 respectivamente, el cual no representa una salida de recursos.

A continuación se muestran los movimientos de las acciones con opción a compra del plan:

	Número de acciones	Precio promedio ponderado (pesos)
Saldo al 1° de enero de 2012	261,291,765	19.27
Asignadas	37,202,679	39.79
Ejercidas	(41,817,426)	14.82
Canceladas	<u>(6,031,950)</u>	29.54
Saldo al 31 de diciembre de 2012	250,645,068	22.81
Asignadas	38,214,955	39.21
Ejercidas	(55,080,437)	15.52
Canceladas	<u>(9,002,077)</u>	35.67
Saldo al 31 de diciembre de 2013	<u>224,777,509</u>	26.87
Acciones disponibles para asignación:		
Al 31 de diciembre de 2013	<u>7,199,150</u>	
Al 31 de diciembre de 2012	<u>1,962,028</u>	

Al 31 de diciembre de 2013, las acciones asignadas y ejercibles correspondientes al fondo para el plan de acciones, se integran como se muestra a continuación:

Año	Asignadas			Ejercibles		
	Número de acciones	Vida promedio remanente (en años)	Precio promedio ponderado (pesos)	Rango de precios (pesos)	Número de acciones	Precio promedio ponderado (pesos)
2004	8,157,071	0.2	8.47	8.45-9.09	8,157,071	8.47
2005	14,306,364	1.2	9.90	9.90	14,306,364	9.90
2006	15,086,813	2.2	14.40	14.40-15.02	15,086,813	14.40
2007	13,563,239	3.2	21.54	21.54	13,563,239	21.54
2008	20,966,495	4.2	19.35	19.35	20,966,495	19.35
2009	29,590,705	5.2	15.99	15.85-22.80	18,225,167	16.02
2010	25,955,056	6.2	29.70	29.69-31.05	11,624,761	29.69
2011	28,698,940	7.2	33.75	33.70-33.75	6,894,443	33.75
2012	32,806,854	8.2	39.77	34.74-40.05	4,178,833	39.64
2013	<u>35,645,972</u>	9.2	39.20	39.17-41.89	-	-
Total	<u>224,777,509</u>	5.8	26.87		<u>113,003,186</u>	19.13

16.- OTROS INGRESOS:

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, los otros ingresos que forman parte de la actividad principal de la Compañía se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Membresías	\$ 1,212,672	\$ 1,211,604
Ingresos de Banco Walmart	1,338,474	943,158
Rentas	839,743	789,967
Gasolina	306,159	337,154
Venta de desperdicio	328,758	311,622
Comisiones por servicios	272,387	259,318
Estacionamiento	126,413	139,938
Otros	159,814	223,744
Total	<u>\$ 4,584,420</u>	<u>\$ 4,216,505</u>

17.- (GASTOS) INGRESOS FINANCIEROS - NETO:

Los (gastos) ingresos financieros - neto al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Ingresos financieros		
Productos financieros	\$ 1,086,330	\$ 1,211,522
Utilidad en cambios	54,595	9,368
	<u>1,140,925</u>	<u>1,220,890</u>
Gastos financieros		
Intereses arrendamiento financiero	1,113,361	1,026,885
Intereses devengados por pasivo contingente	42,206	(206,932)
	<u>1,155,567</u>	<u>819,953</u>
Total	<u>\$ (14,642)</u>	<u>\$ 400,937</u>

Los productos financieros incluyen principalmente los intereses ganados por inversión y los ingresos por factoraje.

Derivado del análisis del pasivo contingente, la Compañía registró una cancelación de intereses devengados al 31 de diciembre de 2012 por \$251,823.

18.- INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS:

La información financiera por segmentos fue preparada en función de la información que es utilizada por la alta Dirección de la Compañía para la toma de decisiones y a los criterios indicados en la NIIF 8 "Segmentos de operación".

La Compañía realiza sus operaciones en México y en Centroamérica, sus ventas las efectúa al público en general y su principal giro es la operación de tiendas de autoservicio.

La Compañía identifica los siguientes segmentos operativos y por zona geográfica:

México:

- Autoservicio: operación de tiendas de descuento, hipermercados, tiendas de precios al mayoreo con membresías y supermercados.
- Servicios financieros: operación de sucursales bancarias para la prestación de servicios de banca y crédito.
- Otros: integrado por las tiendas departamentales y las operaciones inmobiliarias con terceros.

Centroamérica:

Operación de tiendas de descuento, supermercados, hipermercados, bodegas y club de precios al mayoreo con membresía, las cuales se encuentran en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

A continuación se muestra la información financiera de los segmentos operativos y zona geográfica.

Segmento	Año que terminó el 31 de diciembre de 2013			
	Total ingresos	Utilidad de operación	(Gastos) financieros -neto	Utilidad antes de impuestos a la utilidad
México:				
Autoservicio	\$ 352,606,541	\$ 27,789,651	\$ -	\$ -
Servicios Financieros	1,338,474	(414,715)	-	-
Otros	13,786,148	2,040,758	-	-
Centroamérica:				
Autoservicio	57,430,278	2,115,953	-	-
Consolidado	<u>\$ 425,161,441</u>	<u>\$ 31,531,647</u>	<u>\$ (14,642)</u>	<u>\$ 31,517,005</u>

Segmento	Año que terminó el 31 de diciembre de 2012			
	Total ingresos	Utilidad de operación	Ingresos financieros -neto	Utilidad antes de impuestos a la utilidad
México:				
Autoservicio	\$ 341,480,071	\$ 28,612,287	\$ -	\$ -
Servicios Financieros	943,158	(569,744)	-	-
Otros	13,374,759	2,293,166	-	-
Centroamérica:				
Autoservicio	56,262,232	1,459,727	-	-
Deterioro crédito mercantil y cancelación de pasivo contingente	-	(373,734)	-	-
Consolidado	<u>\$ 412,060,220</u>	<u>\$ 31,421,702</u>	<u>\$ 400,937</u>	<u>\$ 31,822,639</u>

Segmento	Año que terminó el 31 de diciembre de 2013			
	Adquisiciones de inmuebles y equipo	Depreciación y amortización	Total activo	Pasivos a corto plazo
México:				
Autoservicio	\$ 10,843,668	\$ 6,712,881	\$ 148,930,714	\$ 45,484,529
Servicios Financieros	73,334	20,367	6,350,972	5,055,558
Otros	774,467	628,514	9,842,266	2,049,251
Partidas no asignables	-	-	12,351,574	3,441,417
Disponibles para la venta	-	-	3,932,746	966,227
Centroamérica:				
Autoservicio	2,295,545	1,327,932	24,108,775	8,596,744
Crédito mercantil y pasivo contingente	-	-	24,745,086	127,674
Consolidado	<u>\$ 13,987,014</u>	<u>\$ 8,689,694</u>	<u>\$ 230,262,133</u>	<u>\$ 65,721,400</u>

Segmento	Año que terminó el 31 de diciembre de 2012			
	Adquisiciones de inmuebles y equipo	Depreciación y amortización	Total activo	Pasivos a corto plazo
México:				
Autoservicio	\$ 10,539,380	\$ 6,126,671	\$ 145,087,260	\$ 42,562,503
Servicios Financieros	68,350	32,761	5,271,426	4,436,619
Otros	894,838	592,148	16,827,486	3,549,776
Partidas no asignables	-	-	8,219,668	3,600,944
Centroamérica:				
Autoservicio	3,156,987	1,311,693	22,134,781	7,882,019
Crédito mercantil y pasivo contingente	-	-	24,745,086	131,685
Consolidado	<u>\$ 14,659,555</u>	<u>\$ 8,063,273</u>	<u>\$ 222,285,707</u>	<u>\$ 62,163,546</u>

Las partidas no asignables corresponden principalmente a terrenos en reserva, al efectivo y equivalentes de efectivo de las compañías tenedoras e inmobiliarias, así como al impuesto sobre la renta por pagar.

Los activos y pasivos disponibles para la venta corresponden a la división de restaurantes.

19.- APROBACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS:

Los estados financieros y sus notas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012, fueron aprobados el 4 de febrero de 2014 para su emisión y publicación por la Administración de la Compañía. Dichos estados financieros y sus notas fueron aprobados por el Consejo de Administración de la Compañía en junta celebrada el 18 de febrero de 2014.

LINEAMIENTOS GRI

1. GUÍA DEL INFORME

El Informe Anual 2013 fue estructurado siguiendo los principales lineamientos publicados por el Global Reporting Initiative (GRI), en Walmart de México y Centroamérica buscamos dar continuidad a la publicación clara y transparente de nuestro desempeño y en esta edición publicamos bajo la Guía 3.1, con un nivel de aplicación A GRI Checked.

2. ALCANCE DEL INFORME

Este informe plasma el desempeño multiformato de Walmart de México y Centroamérica en los seis países donde operamos, en la misma línea, la cobertura incluye la operación de nuestras unidades, centros de distribución y oficinas.

3. PERIODO DEL REPORTE

La información incluida en este reporte, corresponde al período comprendido del 1° de enero de 2013 al 31 de diciembre de 2013.

4. GRUPOS DE INTERÉS

Reconocemos la relación de nuestras actividades, productos y servicios con los diferentes grupos, de esta manera realizamos la clasificación siguiente:

Nivel A: clientes, asociados, accionistas, proveedores, comunidad y medio ambiente.

Nivel B: organizaciones sociales, empresariales, competidores, etc.

Buscamos tener procesos de participación incluyentes con nuestros diferentes grupos de interés, así, con prácticas transparentes de información, canales de comunicación en dos vías, consejos consultivos, entre otros, queremos comprender mejor sus intereses y expectativas.

Índice GRI

INDICADOR	CONTENIDO	PÁGINAS
Estrategia y Análisis		2-5
Perfil de la Organización		6-11
Parámetros de la memoria		86
Alcance y cobertura de la memoria		86
Gobierno, compromisos y participación		55-62
Desempeño Económico		
EC1	Valor económico	90
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	90
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	90-91
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	91
EC5	Relaciones salariales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	91-92
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	92-94
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	94
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales.	94-95
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	95
Desempeño Ambiental		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	96
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados /reciclados.	96
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	96
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	97
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	97
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	97
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	97
EN8	Captación total de agua por fuentes.	98
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	98
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	98
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	98
EN12	Impactos más significativos en la biodiversidad, en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	99-100
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	100
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	101-102
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones, según el grado de amenaza de la especie.	102
EN16	Emisiones totales directas e indirectas de GEI en peso.	102
EN17	Otras emisiones indirectas de GEI en peso.	102
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de GEI y reducciones logradas.	103
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono en peso.	103

Índice GRI

INDICADOR	CONTENIDO	PÁGINAS
EN20	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	103
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino. Iniciativas y ahorros de agua.	104
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	104-105
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	105
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	105
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	106
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	106
EN27	Porcentaje de productos vendidos y materiales de embalaje que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	106
EN28	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	106
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	107
EN30	Inversión ambiental.	107
OiEN	Otras acciones de responsabilidad social y sustentabilidad significativas.	107-108
Desempeño en Prácticas Laborales y Ética en el Trabajo		
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	109
LA2	Número total de nuevas contrataciones.	109
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada.	110
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	110
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	110
LA6	Comités de seguridad y salud laboral.	111
LA7	Ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y víctimas mortales relacionadas con el trabajo.	111
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	112
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	112
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría y género.	113
LA11	Programas de gestión de habilidades y formación continua de asociados.	113-114
LA12	Empleados que reciben evaluaciones de desempeño.	114
LA13	Composición por género, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	114
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	114
LA15	Regreso al trabajo y tasas de retención después de un permiso de maternidad/paternidad por género.	114
Desempeño en Derechos Humanos		
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	115
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	115
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aspectos de derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	115
HR4	Número total de incidentes y medidas adoptadas.	115

Índice GRI

INDICADOR	CONTENIDO	PÁGINAS
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	115
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	116
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	116
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	116
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	116
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido sometidas a revisión de derechos humanos y/o evaluación de impacto.	116
HR11	Número de quejas relacionadas con derechos humanos, presentadas, atendidas y resueltas a través de un mecanismo formal de quejas.	116
Desempeño Social		
SO1	Operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	117-119
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	119
SO3	Empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	119
SO4	Incidentes de corrupción.	120
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas, y actividades de cabildeo.	120
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	120
SO7	Total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopólicas y contra la libre competencia, y sus resultados.	120
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones.	120
SO9	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	120
SO10	Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	120
Desempeño en Responsabilidad de Producto		
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	121-122
PR2	Total de incidentes derivados del incumplimiento de regulación legal o de códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	122
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	123
PR4	Total de incumplimientos de la regulación y de códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	123-124
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	124-125
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	125
PR7	Total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	125-126
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	126
PR9	Costos de multas significativas por incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	126
OiPR	Otras acciones de responsabilidad de producto significativas.	126-127

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
EC1 Valor económico.	<p>Valor económico directo generado (VEG)</p> <ul style="list-style-type: none"> Total ingresos (mdp) <p>Valor económico distribuido (VED)</p> <ul style="list-style-type: none"> Costos operativos Inversiones en la comunidad (mdp) 	<p>355,798</p> <p>277,235</p> <p>581.6</p>	<p>56,262</p> <p>44,597</p> <p>42.6</p>	<p>367,731</p> <p>286,946</p> <p>464</p>	<p>57,430</p> <p>44,591</p> <p>42.7</p>
EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	<p>La estrategia de Walmart de México y Centroamérica, a través de los objetivos corporativos y comunicaciones internas/externas periódicas, contempla las evaluaciones de riesgos y oportunidades, y las iniciativas para la eficiencia energética y la reducción de GEI. Todas las iniciativas pasan por un proceso de revisión riguroso para asegurar su alineación con la estrategia general del negocio de Walmart antes de su aprobación. Los riesgos y oportunidades se evalúan a nivel empresa, del mercado y los activos en función del alcance de su impacto. De forma continua se recopila información para identificar los riesgos o las oportunidades de la más amplia gama posible de fuentes, entre ellas: oficina corporativa, asociados en piso de venta, contactos en la industria, empresas consultoras, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, agencias de noticias, organizaciones profesionales, legisladores, inversionistas y miembros de la comunidad financiera.</p> <p>Riesgos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Incremento de costos de energía. Mayor impacto y frecuencia en desastres naturales que afecten zonas donde se encuentren tiendas, afectando su operación. Incremento en los costos de materias primas y de los productos por limitaciones en la disponibilidad de recursos no renovables, como agua e insumos agrícolas. Legislación sobre cambio climático. Impuestos o límites regulatorios para emisiones de gases efecto invernadero. <p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> Suministro de energía renovable. Incentivos económicos para la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. Menor dependencia del abastecimiento de agua de la red e incremento en el porcentaje de reuso de agua. Optimizar el uso de materias primas, en particular en empaques. Incrementar la eficiencia en la red de logística y la reducción de viajes. Reducir viajes de asociados mediante teleconferencias. 	<p>La estrategia de Walmart de México y Centroamérica, a través de los objetivos corporativos y comunicaciones internas/externas periódicas, contempla las evaluaciones de riesgos y oportunidades, y las iniciativas para la eficiencia energética y la reducción de GEI. Todas las iniciativas pasan por un proceso de revisión riguroso para asegurar su alineación con la estrategia general del negocio de Walmart antes de su aprobación. Los riesgos y oportunidades se evalúan a nivel empresa, del mercado y los activos en función del alcance de su impacto. De forma continua se recopila información para identificar los riesgos o las oportunidades de la más amplia gama posible de fuentes, entre ellas: oficina corporativa, asociados en piso de venta, contactos en la industria, empresas consultoras, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, agencias de noticias, organizaciones profesionales, legisladores, inversionistas y miembros de la comunidad financiera.</p> <p>Riesgos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Incremento de costos de energía. Mayor impacto y frecuencia en desastres naturales que afecten zonas donde se encuentren tiendas, impactando su operación. Disrupciones en las rutas de distribución debido a desastres naturales. Incremento en los costos de materias primas y de los productos por limitaciones en la disponibilidad de recursos no renovables, como agua e insumos agrícolas. Cambios en legislación sobre cambio climático que puedan impactar en costos de materias primas o de operación. Impuestos o límites regulatorios para emisiones de carbono directas o en la cadena de suministro. <p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> Suministro de energía renovable, la cual ofrece mayor estabilidad en costos de la energía a través del tiempo. Incentivos económicos para la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. Menor dependencia del abastecimiento de agua de la red e incremento en el porcentaje de reuso de agua. Optimizar el uso de materias primas, en particular en empaques. Incrementar la eficiencia en la red de logística y la reducción de viajes. Reducir viajes de asociados mediante teleconferencias. 			
EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	<p>Planes de jubilación</p>	<p>Plan de pensiones conforme a ley. El Seguro Social les otorga a los empleados jubilados una pensión por cesantía en edad avanzada o vejez.</p> <ul style="list-style-type: none"> Requisitos: 60 ó 65 años de edad. Con Ley 1973, 500 semanas cotizadas como mínimo; con Ley 1997, 1,250 semanas. <p>Como beneficio adicional, la empresa otorga al jubilado en el momento de la baja 3 meses de sueldo, esto está normado en la política de bajas.</p>	<p>Plan de pensiones conforme a la ley de cada país.</p>	<p>Plan de pensiones conforme a ley. El Seguro Social les otorga a los empleados jubilados una pensión por cesantía en edad avanzada o vejez.</p> <ul style="list-style-type: none"> Requisitos: 60 ó 65 años de edad. Con Ley 1973, 500 semanas cotizadas como mínimo; con Ley 1997, 1,250 semanas. <p>Como beneficio adicional, la empresa otorga al jubilado en el momento de la baja 3 meses de sueldo, esto está normado en la política de bajas.</p>	<p>Plan de pensiones conforme a la ley de cada país.</p>

CAM: Centroamérica
 ND: No disponible
 NA: No aplica

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO			2012 CAM			2013 MÉXICO			2013 CAM		
	Otros programas												
	Total de asociados beneficiados		%M	%H		%M	%H		%M	%H		%M	%H
	• Transferencias / Reubicaciones	6,327	52	48	3,254	34.3	65.7	5,385	53	47	2,878	35	65
	• Site Balance de Vida (no visitas)			236,833	No está implementado en CAM.					165,849	No está implementado en CAM.		
	Víctimas de desastres naturales y emergencias												
	• Asociados apoyados						29			1,005			10
	• Monto de apoyo						\$239,123			\$9,353,644			\$89,398.75
	Convenios												
	• Asociados beneficiados						-			217,050			-
	• Convenios			360			-			265			-
	• Ahorros generados por convenios			\$46,269,447			-			\$36,634,580			-
	Apoyo del IMSS (campañas integrales de vacunación, credencialización y orientación)												
	• Asociados beneficiados			47,973			-			28,406			-
	• Comedor saludable en instalaciones de Azcapotzalco: más 1,200 asociados beneficiados.			ND			-			ND			-
	• Nutriólogo disponible en Oficinas Toreo.						-						-
	• Difusión de menús saludables otorgados por el IMSS.						-						-
	• "Mi Programa de Sustentabilidad" (MPS) para asociados en staff con el objetivo de mejorar hábitos que generan un impacto positivo en su calidad de vida y en beneficio de la comunidad.						-						-
	• Desarrollo de programa "Comienza hoy, vive sano", enfocado en salud, estrés y alimentación de asociados.						-						-
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	No recibimos ayuda financiera de los gobiernos.											
EC5	Relaciones salariales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	La empresa cumple con los salarios establecidos por las autoridades. Dependiendo del área geográfica, nuestro tabulador general se ubica entre 17% y 27% por encima del promedio del salario mínimo profesional.	Todos los países de CAM tienen un salario mínimo de ley, la empresa cumple con los salarios establecidos por las autoridades. El salario mínimo en cada país es igual al punto mínimo de contratación tanto para hombres como para mujeres en los puestos más básicos de la empresa.	La empresa cumple y excede el salario mínimo establecidos por las autoridades. Dependiendo del área geográfica, nuestro tabulador general se ubica entre 24.6 % y 31.4% por encima del promedio del salario mínimo.	Todos los países de CAM tienen un salario mínimo de ley, la empresa cumple con los salarios establecidos por las autoridades. El salario mínimo en cada país es igual al punto mínimo de contratación tanto para hombres como para mujeres en los puestos más básicos de la empresa.								

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
	Área geográfica "A"				Dif.
	Tabulador general			\$477.20	24.6%
	Tabulador selecto			\$887.20	45.7%
	Área geográfica "B"				
	Tabulador general			\$578.60	31.4%
	Tabulador selecto			\$988.60	53.7%
	Área geográfica "C"				
	Tabulador general			NA	NA
	Tabulador selecto			NA	NA
	Tabulador general: ciudades no fronterizas y sin grandes problemas de atracción de candidatos.				
	* Sueldo promedio			\$2,976.75	53.2%
	Tabulador selecto: ciudades fronterizas, playas y con problemas de atracción de candidatos.				
	* Sueldo promedio			NA	NA
	* Se consideró el puesto de menor rango en la empresa sujeto a sueldo base exclusivamente (no propinas ni comisiones) y que corresponde a auxiliar de limpieza.	La mayor población de asociados se encuentra en el D.F., Guadalajara y Monterrey. En todos los lugares con operaciones significativas existe salario mínimo como sueldo base.		La mayor población de asociados se encuentra en el D.F., Guadalajara y Monterrey. En todos los lugares con operaciones significativas existe salario mínimo como sueldo base.	
EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	% mercancía que se compra en México/CAM	95	95.0	96.3	95.5
	Total de proveedores	22,817	5,767	23,132	4,176
	• % proveedores nacionales	85	59	84.3	61
	Medi-Mart				
	Laboratorios nacionales	16	ND	16	ND
	Laboratorios extranjeros	9	ND	9	ND
	• Total de productos activos	340	ND	369	ND
	• Nuevos lanzamientos de producto	40	ND	25	ND
	• Medi-Mart: ahorros en medicamentos (mdp)	1,483	ND	1,845	ND
	Marcas Estratégicas				
	Productos	1,685	1,167	1,915	1,144
	Proveedores	236	189	268	182
	• % proveedores nacionales/regionales	77	84	76.1	87
	• % venta proveedores nacionales/regionales	97	88	92.8	91
	• % venta que representa ME	7.6	11	8.2	10
	• % proveedores de importación	23	16	23.9	13

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
	Frutas y verduras				
	• % compra a proveedores nacionales/ regionales	89.7	77	89.6	80
	• % compra de producto nacional/ regional	80.2	77	78.0	80
	• % compra directa al productor	67.0	58 (incluye Tierra Fértil)	69.2	69 (incluye Tierra Fértil)
	• % compra directa de importación	10.3	17	13.0	
	Carnes				
	• % compra a proveedores nacionales/ regionales	88	95	94	
	• % compra de producto nacional/ regional	91	95	85	91
	• % compra directa al productor	87.7	85	91	83
	• % compra directa de importación	8.9	15	6	57
	Pescados y mariscos				
	• % compra a proveedores nacionales/ regionales	95	47	92	53
	• % compra de producto nacional/ regional	37.7	50	36	50
	• % compra directa al productor	18.3	40	14	42
	• % compra directa de importación	5.0	60	8	63
	Aves				
	• % proveedores nacionales		95		99
	• % compra directa al productor		50		100
	Definición del término "local"	Proveedor local: aquel que distribuye su producto o servicio en su estado o región de origen (ej., proveedores veracruzanos en tiendas de Veracruz)	Se identifica como proveedor "local" a aquel que vende en el país. Este puede ser fabricante, distribuidor o importador.	Proveedor local: aquel que distribuye su producto o servicio en su estado o región de origen (ej., proveedores veracruzanos en tiendas de Veracruz)	Se identifica como proveedor "local" a aquel que vende en el país. Este puede ser fabricante, distribuidor o importador.
	Informe si la organización cuenta con una política o prácticas habituales de preferencia hacia proveedores locales.	No existen condiciones preferenciales para proveedores locales, aunque sí contamos con programas que buscan incorporar y desarrollar proveedores locales a nuestra base de proveeduría. (i.e. ferias regionales, programas de consultoría PyME y la incorporación de proveedores locales como proveedores tipo 70). Acceso a programas con un apoyo de parte de Secretaría de Economía como: Instalación de SAP Business One. Consultoría de Negocios COMPITE.	No existen condiciones preferenciales para proveedores locales, aunque sí contamos con dos programas que buscan incorporar y desarrollar proveedores locales en el portafolio: Una Mano para Crecer (proveedores de manufactura) y Tierra Fértil (proveedores agroindustriales).	No existen condiciones preferenciales para proveedores locales, aunque sí contamos con programas que buscan incorporar y desarrollar proveedores locales a nuestra base de proveeduría. (i.e. compradores regionales, programas de consultoría PyME y la incorporación de proveedores locales como proveedores tipo 70. Programa de manufactura artesanal y agricultura sustentable para productores de bajos recursos). Acceso a programas con un apoyo de parte de Secretaría de Economía como: Instalación de SAP Business One. Consultoría de Negocios COMPITE.	No existen condiciones preferenciales para proveedores locales, aunque sí contamos con dos programas que buscan incorporar y desarrollar proveedores locales en el portafolio: Una Mano para Crecer (proveedores de manufactura) y Tierra Fértil (proveedores agroindustriales).

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
	Factores que influyen en la selección de proveedores además de su ubicación geográfica.	Innovación, costo competitivo vs. el mercado, capacidad de entrega, cumplimiento con las normas legales, de calidad y sanitarias requeridas para el producto, prácticas sustentables para contribuir a mejorar el medio ambiente y la comunidad.			
EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	<p>En la compañía contamos con una política que apoya la diversidad, por lo que el proceso de contratación se enfoca en buscar el mejor candidato para ocupar la plaza, independientemente de si es o no residente local.</p> <p>Proceso: entrevistas, selección, evaluaciones psicométricas, entrevista con el comité del negocio, selección, oferta económica, documentos, integración de expediente, ingreso, bienvenida e inicio de entrenamiento.</p> <p>Nacionalidad</p> <ul style="list-style-type: none"> Mexicana / centroamericana Extranjera / expatriado <p>Definición de "alta dirección"</p>	<p>En la compañía contamos con una política que apoya la diversidad, por lo que el proceso de contratación se enfoca en buscar el mejor candidato para ocupar la plaza, independientemente de si es o no residente local.</p> <p>Proceso: entrevistas, selección, evaluaciones psicométricas, entrevista con el comité del negocio, selección, oferta económica, documentos, integración de expediente, ingreso, bienvenida e inicio de entrenamiento.</p> <p>La alta dirección contempla los niveles de Subdirección, Dirección y Vicepresidencia.</p>	<p>Por ley se debe dar preferencia a residentes locales en cada país. Esto sólo aplica para territorio nacional, no para divisiones políticas del país (provincias, departamentos, etc).</p> <p>La alta dirección contempla los niveles de Subdirección, Dirección y Vicepresidencia.</p>	<p>En la compañía contamos con una política que apoya la diversidad, por lo que el proceso de contratación se enfoca en buscar el mejor candidato para ocupar la plaza, independientemente de si es o no residente local.</p> <p>Proceso: entrevistas, selección, evaluaciones psicométricas, entrevista con el comité del negocio, selección, oferta económica, documentos, integración de expediente, ingreso, bienvenida e inicio de entrenamiento.</p> <p>La alta dirección contempla los niveles de Subdirección, Dirección y Vicepresidencia.</p>	<p>Por ley se debe dar preferencia a residentes locales en cada país.</p> <p>La alta dirección contempla los niveles de Subdirección, Dirección y Vicepresidencia.</p>
		99.9%	99.9%	99.9%	99.9%
		0.1%	0.1%	0.02%	0.1%
EC8 Desarrollo e impacto de las inversiones principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales.	<p>Proveedores</p> <p>Programa de Desarrollo PyME</p> <ul style="list-style-type: none"> % PyME en proveeduría Participantes en sesiones informativas Participantes en seminarios Participantes en capacitación/ Consultoría <p>Nuevos proveedores PyME</p> <ul style="list-style-type: none"> Ventas nuevos proveedores (mdp) Asesorías de proveeduría Walmart Nuevos proveedores Artículos de nuevos proveedores <p>Programa de Compradores Regionales</p> <ul style="list-style-type: none"> Nuevos proveedores ingresados a través de Regionales Venta generada en 2013 (mdp) <p>Ferias Regionales</p> <ul style="list-style-type: none"> Ferias Tiendas participantes Proveedores participantes Artículos Ventas derivadas de las ferias (mdp) 	<p>67</p> <p>123</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>25.3</p> <p>1,000 horas hombre</p> <p>73</p> <p>565</p> <p>-</p> <p>4</p> <p>114</p> <p>91</p> <p>349</p> <p>29.5</p>	<p>51</p> <p>1,000 personas</p> <p>489 participantes en 20 sesiones</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>287</p> <p>-</p> <p>5 rondas de negocio</p> <p>-</p> <p>139 empresas</p> <p>-</p> <p>-</p>	<p>70</p> <p>-</p> <p>1,787</p> <p>395</p> <p>805 horas hombre</p> <p>257</p> <p>3,424</p> <p>50</p> <p>142</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p>	<p>51</p> <p>571 personas</p> <p>299 participantes en 17 sesiones</p> <p>-</p> <p>NA</p> <p>5 rondas de negocio</p> <p>122 empresas</p> <p>-</p> <p>-</p>

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
	CAT-MEX				
	• Sinergias con proveedores nacionales	72	-	77	-
	• Nuevas sinergias	5	-	3	-
	• Productos desarrollados	8,745	-	9,438	-
	• Prendas inspeccionadas	47.3 millones	-	58.2 millones	-
	• Marcas estratégicas abastecidas x CAT-MEX	16	-	19	-
	• Piezas exportadas a CAM	0	-	115,674	-
			Programa Tierra Fértil		Programa Tierra Fértil
			• Pequeños y medianos agricultores impulsados	3,408	• Pequeños y medianos agricultores impulsados
			• Familias beneficiadas	7,338	• Familias beneficiadas
			• Compras generadas (mdp)	986	• Compras generadas (mdp)
			Una Mano para Crecer		Una Mano para Crecer
			• Proveedores	549	• Proveedores
			• Venta total (mdp)	572.1	• Venta total (mdp)
EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Mejorar la calidad de vida				
	Aperturas	263	22	214	21
	Nuevas oportunidades laborales (contrataciones y transferencias). Empleos generados	61,428	7,213	12,624	1,070
	Ahorrar dinero para vivir mejor		<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de medicamentos, productos y servicios para personas con bajos ingresos, contribuyendo a mejorar su salud y capacidad económica. • Fomentamos una conciencia social en temas de sustentabilidad y apoyo comunitario. 		
	Satisfacción del cliente		<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecemos diversos sectores como la industria textil. • Doble Garantía de Frescura, programa que garantiza al cliente la devolución del importe pagado y un producto similar en caso de que el percedero no le satisfaga. • Contamos con un Centro de Atención Telefónica (CAT) o call center para información, comentarios y sugerencias de clientes. (PR5) <p>El Servicio de Atención al Cliente (SAC) o call center empezó a operar en toda la región en 2010 para atender dudas, sugerencias o quejas de clientes. (PR5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecemos diversos sectores como la industria textil. • Doble Garantía de Frescura, programa que garantiza al cliente la devolución del importe pagado y un producto similar en caso de que el percedero no le satisfaga. • Contamos con un Centro de Atención Telefónica (CAT) o call center para información, comentarios y sugerencias de clientes. (PR5) <p>El Servicio de Atención al Cliente (SAC) o call center empezó a operar en toda la región en 2010 para atender dudas, sugerencias o quejas de clientes. (PR5)</p>	
	Desarrollo de proveedores		Trabajamos de cerca con proveedores de todos los tamaños, que empiezan mostrando su producto en diversas tiendas. Si su producto es rentable, se muestra en todas las tiendas del formato. El impacto en las PyMEs (muchas de ellas de carácter familiar) es el crecimiento en productividad, rentabilidad, equipamiento y número de empleados, entre otros.		

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM		
EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.	Materiales consumidos						
	No renovables						
	• Diesel	3,222,291 kg	502,378 kg ⁽¹⁾	4,171,302 kg	718,643 kg		
	• Gas natural	27,096,857 kg		25,000,262 kg			
	• Gas LP	45,942,077 kg	1,161,525 kg ⁽¹⁾	44,082,163 kg	1,107,766 kg		
	Directos						
	• Papel bond (impresiones, folletos)	7,899,887 kg	237,600 kg ⁽¹⁾	93,000,000 kg	354,433 kg		
	• Papel sanitario	771,470 kg	97,862 kg ⁽¹⁾	127,258 kg	216,344 kg ⁽²⁾		
	• Químicos	805,624 kg	97,955 kg	4,458,446 kg	ND		
	• Plástico (playo y bolsas)	14,246,933 kg	262,922 kg	19,608,154 kg	248,424 kg		
	• Madera	400,000 kg		17,500 kg			
	Volumen o peso total de materiales consumidos	99,613,670 kg	2,360,242 kg	190,465,085 kg	2,645,610 kg		
	No renovables						
	• Combustibles fósiles	76,261,225 kg	1,663,903 kg	73,253,727 kg	1,826,409 kg		
• Plásticos	14,246,933 kg	262,922 kg	19,608,154 kg	248,424 kg			
EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados / reciclados.	Plástico		% Reciclaje del material		% Reciclaje del material		
	• Plástico (bolsas con 30% resina reciclada) (kg)	4,086,749 kg	741,598.20 kg.	30	4,119,907 kg	0	
	• Playo recuperado para reciclaje (kg)	11,389,979 kg		-	19,401,619 kg	-	
	Madera						
	• Tarimas reparadas y reacondicionadas (m³)	904,755 piezas	1,085,706 (m³)	-	1,204,259 piezas	(96 ha)	-
	Papel						
	• Papel bond	4,561,897 kg		-	5,387,134	-	
• Papel sanitario	771,470 kg		-	127,258	-		
EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Consumo total directo de energía (GJ)	3,830,491	81,668⁽¹⁾	3,675,173	89,165		
	Fuentes renovables (GJ)	-	-	-	-		
	Fuentes no renovables (GJ)						
	• Gas LP	2,297,103	58,076	2,204,108	55,388 ⁽²⁾		
	• Gas natural	1,381,940	-	1,275,013	-		
	• Diesel	151,447	23,612	196,051	33,776 ⁽²⁾		

Semarnat: Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales
 CEDIs: Centros de Distribución
 (1) Proyección a dic. 2012
 (2) Proyección a dic. 2013

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias. * CEPAL publica que la producción de energía en la región proviene en un 62.1% de energías renovables (2011)	Consumo total indirecto de energía (GJ)	6,903,487	974,224⁽¹⁾	8,003,182	988,132⁽²⁾
	Fuentes renovables (GJ)				
	• Eólica (electricidad del parque eólico)	916,719	0	598,638	-
	• Mix de renovables *	ND	604,993 0.621	ND	612,642 0.621
	Electricidad de la red nacional (GJ)	5,986,767	369,231	7,404,544	375,490
EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Ahorro total de energía (GJ)	237,578		220,155	35,740
	Ahorro total de energía (millones KWh)	65.9	NA	61.1	9.9
EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en consumo de energía o basados en energías renovables, y reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas. Meta 2025: Abastecernos al 100% de energía renovable	Iniciativas de ahorro	% ahorro estimado		% ahorro estimado	
	• Sistema de administración de energía	NA	• Cambios de iluminación	2	• Cambios de iluminación
	• Sustitución de iluminación por lámparas T5	12	• Control de energía, equipos de menor consumo, mejores prácticas de ahorro de energía en áreas operativas.	6.5	• Control de energía, equipos de menor consumo, mejores prácticas de ahorro de energía en áreas operativas.
	• Inducción magnética en estacionamientos	NA	• Campaña de ahorro de energía con mejores prácticas en tienda.	2.5	• Campaña de ahorro de energía con mejores prácticas en tienda.
	• Sistema de medición remota	2.5		3	
	• Optimización de sistemas de control	3		30	
	• Iluminación con LEDs	30 (aplicado en Suburbia)		12 (aplicado en Suburbia)	
	• Instalación de puertas en refrigeración abierta	12			
	Integración de energías renovables	38	62.1	38	0
	• Parque eólico	15	-	15	-
	• Suministro compañías federales/ estatales	23	62.1	23	0
		• Instalación de lámparas LED en estacionamientos y tiendas. • Mejoramiento del sistema de administración de energía. • Instalación de puertas en refrigeración abierta. • Campaña interna de mejores prácticas para la reducción de consumo de energía. • Sistema de medición remota.	• Instalación de lámparas LED en estacionamientos. • Instalación de administradores de energía. • Instalación de equipos para disminuir la humedad relativa. • Equipos de refrigeración y aire acondicionado de menor consumo eléctrico.	• Instalación de lámparas LED en estacionamientos y tiendas. • Mejoramiento del sistema de administración de energía. • Instalación de puertas en refrigeración abierta. • Campaña interna de mejores prácticas para la reducción de consumo de energía. • Sistema de medición remota.	• Instalación de lámparas LED en estacionamientos. • Instalación de administradores de energía. • Instalación de equipos para disminuir la humedad relativa. • Equipos de refrigeración y aire acondicionado de menor consumo eléctrico.
	EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y reducciones logradas con dichas iniciativas.	Reducción consumo indirecto de energía	3.8%	NA	3.3%
	• Consumo referido a unidad de área (kWh/m ²)	260.55	218.47	248.14	218.88
	• Consumo electricidad (kWh)	1,662,990,932	270,617,722 ⁽¹⁾	1,808,874,077	274,481,039 ⁽²⁾
* Los datos incluidos en este indicador responden a tiendas comparables en meses comparables.	Indique los supuestos y la metodología empleados para calcular el consumo energético, así como la fuente de información utilizada.	Suma total del consumo eléctrico de acuerdo a la facturación en el año, comparado con el consumo del año anterior (tiendas comparables en mismos meses de facturación).			

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
EN8 Captación total de agua por fuentes.	Captación total (m³) <ul style="list-style-type: none"> Suministro municipal Pozos Consumo tiendas comparables (m³) Consumo por m² (m³/m²) Captación agua pluvial (m³)	8,077,692 8,041,932 35,760 3,174,474 0.88 2,495	ND	7,680,392 7,646,391 34,001 3,186,298 (base 2012) 0.79 1,328	ND
EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	De acuerdo con los criterios correspondientes, nuestro consumo regional no es significativo.	-	-	De acuerdo con los criterios correspondientes, nuestro consumo regional no es significativo.	-
EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Agua reutilizada (m³) <ul style="list-style-type: none"> % vs. consumo total de agua Plantas de tratamiento 	1,470,000 18.2% 580	ND ND 208	1,686,592 22.0% 642	ND ND 221
EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	Bodega Aurrerá Playa Maya (20,813 m²) Los sitios contaban con vegetación forestal, por lo que previamente se obtuvieron las autorizaciones correspondientes de la Semarnat.	Walmart Constitución - (27,373 m²) Compensación de 1,516 árboles en el terreno y de 8,434 árboles en área natural protegida El Cedral; construcción de dos sistemas de retención de escorrentía superficial; obras de protección en Quebrada Sur y Quebrada El Arenal; conformación y estabilización de taludes; instalación de sistema contra incendios; implementación plan de atención de emergencias.	Supercenter Polígono Sur. Cancún (22,465 m²) El sitio contaba con vegetación forestal por lo que se obtuvieron las autorizaciones correspondientes de Semarnat y se realizaron rescates de fauna y flora. Asimismo se realizó un compensación forestal equivalente a la superficie del sitio.	Walmart Constitución - ES (27,373 m²) Compensación de 1,516 árboles en el terreno y de 8,434 árboles en área natural protegida El Cedral; construcción de dos sistemas de retención de escorrentía superficial; obras de protección en Quebrada Sur y Quebrada El Arenal; conformación y estabilización de taludes. Centro de Distribución El Coyol - CR. Reubicación de material de relleno dentro de la misma propiedad (balanceo de sitios) evitando el trasiego y desecho del material (300,000 m³)	

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
EN12	Impactos más significativos en la biodiversidad, en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	<p>Agricultura sustentable: Se capacitó a 20,157 agricultores, de los cuales 8,992 son mujeres.</p> <p>Pesca sustentable: Objetivo 2015: 100% de pescado tilapia proveniente de China y basa de Vietnam contarán con la certificación de la organización Best Aquaculture Practices (BAP). Resultado: 100% de la compra cuenta con la certificación BAP.</p> <p>Aceite de palma: Objetivo 2015: el 100% de los productos de marcas propias con aceite de palma certificada. Resultado: Se identificaron todos los productos de marcas propias que contienen aceite de palma y se estableció la línea base (2010).</p> <p>En 2012 se capacitó a los compradores clave y se estableció el plan de sustitución hacia el 2015.</p> <p>Papel de fibra reciclada: Los folletos que se distribuyen en nuestras tiendas se imprimen en papel de fibra reciclada post-consumo.</p> <p>Papel con certificación FSC: El papel de consumo interno para impresión cuenta con la certificación Forest Stewardship Council (FSC).</p> <p>Madera autorizada: Las tarimas de madera que compra Walmart de México provienen de fuentes autorizadas.</p>	<p>Pesca Sustentable:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acuicultura: ES 58%, CR 72%, NC 11%, HN 70% y GT 59% (vs. venta total) • CR: <ul style="list-style-type: none"> • Parque Metropolitano La Sabana: Jornada de limpieza en áreas verdes, línea del tren, zonas concurridas y la siembra de más de 2 mil semillas de árboles de especies nativas de la zona. Dicha actividad correspondió al primer voluntariado corporativo. • Playa Azul, Jacó: Jornada de limpieza de la playa y de las áreas cercanas a la playa. • Día del Ambiente: Traspaso de almácigo a bolsas, San Sebastián, San José. Se trasplantaron casi 300 especies y posteriormente 596 más. • Garabito, Jacó: Limpieza del bulevar y la calle ancha de ingreso a la comunidad, esta jornada se realizó en conjunto con los vecinos de la zona y los asociados de la tienda. • Escuela Concepción de Atenas: Siembra de árboles en las instalaciones de la escuela ubicada en Concepción de Atenas, Alajuela, en conjunto con la comunidad y los asociados de la planta avícola. • ES: <ul style="list-style-type: none"> • Área natural protegida El Playón, Chanmico, en el municipio de San Juan Opico, Depto. de La Libertad: se han sembrado un total de 5,000 árboles en 12 ha. 	<p>Agricultura sustentable:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se capacitaron 1,449 agricultores, de los cuales 89 son mujeres. <p>Pesca sustentable: Objetivo 2015: 100% de pescado tilapia proveniente de China y basa de Vietnam contarán con la certificación de la organización Best Aquaculture Practices (BAP). Resultado: 100% de la compra cuenta con la certificación BAP.</p> <p>Aceite de palma: Objetivo 2015: el 100% de los productos de marcas propias con aceite de palma certificada.</p> <p>Resultado: Se identificaron todos los productos de marcas propias que contienen aceite de palma y se estableció la línea base (2010).</p> <p>Papel de fibra reciclada: Los folletos que se distribuyen en nuestras tiendas se imprimen en papel de fibra reciclada post-consumo.</p> <p>Papel con certificación FSC: El papel de consumo interno para impresión cuenta con la certificación Forest Stewardship Council (FSC).</p> <p>Madera autorizada: Las tarimas de madera que compra Walmart de México provienen de fuentes autorizadas.</p>	<p>Pesca Sustentable:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acuicultura: ES 64%, CR 72%, NC 9%, HN 84% y GT 55% (vs. venta total). • CR: <ul style="list-style-type: none"> • Parque Nacional Carara, en Garabito de Puntarenas. Jornada de limpieza en áreas verdes, embellecimiento de las áreas comunes y del sendero universal. Se recogieron escombros. • Jornada de Voluntariado Corporativo en el Parque Okayama y Polideportivo San Francisco. Limpieza de áreas verdes de los parques, colocación de nutrientes a los árboles, recolección de desechos y pintura de áreas infantiles. • Walmart Guadalupe: siembra de árboles en el Hogar de Adultos Mayores Carlos María Ulloa. • Día del Ambiente: Traspaso de almácigo a bolsas, San Sebastián, San José, CR. Se trasplantaron casi 300 especies y posteriormente 596 más. • NC: 200 asociados y asociadas trabajaron en el Zoológico Nacional para realizar mejoras en el Área de Rescates de Animales, siembra de plantas hospedadoras de mariposas, elaboración de depósitos de basura con material reciclables y limpieza general del área. • ES: <ul style="list-style-type: none"> • Área natural protegida El Playón, Chanmico, en el municipio de San Juan Opico, Depto. de La Libertad: se ha sembrado un total de 5,700 árboles en 14 ha.

CR: Costa Rica
ES: El Salvador
GT: Guatemala
HN: Honduras
NC: Nicaragua

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
			<ul style="list-style-type: none"> El Cedral: Reforestación de 11,43 ha con 10,000 árboles en "Comunidad El Cedral", municipio de Nejapa, Depto. San Salvador como parte del programa de compensación ambiental por el proyecto Walmart Constitución en la ciudad de Mejicanos. GT: <ul style="list-style-type: none"> Se sembraron 1,000 árboles en el Parque Nacional Naciones Unidas en Amatitlán, un área protegida de 373 ha. Además se construyó un muro perimetral reutilizando materiales de desecho para el vivero de plantas, elaborados con envases y otros desechos plásticos que fueron recolectados por los asociados de la compañía. Con motivo del Día del Agua, se brindaron charlas educativas y talleres sobre el uso adecuado del agua, con la participación de 100 alumnos de la Escuela Tecún Umán, 25 asociados voluntarios y ejecutivos de la entidad Fondo del Agua. NC: Se reforestaron y preservaron los alrededores de la Reserva Natural Laguna de Tiscapa y su anfiteatro, se entregaron bolsas reutilizables a la comunidad para evitar el uso de plástico que contamina la laguna y se donaron cestos para el tratamiento de la basura. 		<ul style="list-style-type: none"> Compensación de 1,516 árboles en el terreno de Walmart Constitución y de 8,434 árboles en área natural protegida El Cedral. GT: <ul style="list-style-type: none"> Proyecto "Cosecha de Agua" en Parque Nacional Naciones Unidas, construcción de captadores de agua de lluvia a través de canaletas de PVC en techos de las instalaciones existentes para utilizar lo recogido como agua de riego. Se dio una plática para motivar a los participantes a desarrollar la captación en sus viviendas y colaborar con la reducción del consumo de agua potable. Campaña ¿Basura?...La decisión está en tus manos: programa de educación ambiental en disposición y separación de basura para visitantes del Parque Nacional Naciones Unidas en conjunto con Fundación Defensores de la Naturaleza. Reforestación, en Parque Nacional Naciones Unidas, área protegida del país; se sembraron más de 2,000 árboles en 2013 a través de acciones de voluntariado y se han construido más de 98 metros lineales de muros con ecoladrillos (más de 12,000 ladrillos). En Totonicapán se sembraron 980 árboles (500 pinos y 480 palo liso).
EN13 Hábitats protegidos o restaurados.	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación y tamaño de hábitats restaurados y/o protegidos. Colaboraciones con terceros en medidas de restauración y/o protección. 	<p>Reforestación de 27 ha en el Parque Sierra de Guadalupe en el Edo. de México.</p> <p>Desarrollo de 300 ha para el proyecto "Campamento Flor de Marqués" en Chiapas.</p> <p>Seguimiento de la Organización Natura y Ecosistemas Mexicanos, A.C. para desarrollar el proyecto "Campamento Ecoturístico Flor de Marqués" en Chiapas y conservar los remanentes de selva alta perennifolia en el ejido Flor de Marqués, además de promover una actividad económica con todos los componentes de sustentabilidad y fortalecer a nivel regional (municipio Marqués de Comillas) un corredor ecoturístico, financiado en 2011 y concluido en 2012.</p>		<p>Reforestación de 47 ha en el Parque Sierra de Guadalupe en el Edo. de México.</p> <p>60,000 árboles durante el proyecto (2011-2013).</p>	

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM	
EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Estrategia de la organización	<p>En la construcción de nuevas tiendas se incluyen planes de remediación para que, en caso de afectar zonas verdes, los árboles puedan ser trasplantados y reubicados en zonas cercanas.</p> <p>En estricto apego a la ley, para cada desarrollo nuevo se tramitan las autorizaciones correspondientes ante la Semarnat.</p>	<p>En estricto apego a la ley, para cada desarrollo nuevo se tramitan las autorizaciones correspondientes conforme a la legislación de cada país.</p>	<p>En estricto apego a la ley, para cada desarrollo nuevo se tramitan las autorizaciones correspondientes ante la Semarnat.</p>	<p>En estricto apego a la ley, para cada desarrollo nuevo se tramitan las autorizaciones correspondientes conforme a la legislación de cada país.</p>	
	<p>Proyecto: Campamento Ecoturístico Flor de Marqués</p> <p>Indicar si existe una normativa nacional.</p>	<p>El programa de Pago por Servicios Ambientales que apoya la Comisión Nacional Forestal.</p>				
	<p>Incorporación de consideraciones relativas a la biodiversidad en las herramientas analíticas, tales como las evaluaciones de impacto ambiental.</p>	<p>Fundación Walmart de México en colaboración con Natura y Ecosistemas Mexicanos, A.C. realiza diagnósticos socioambientales de la región y formula propuestas de proyectos productivos que generen empleos y aumenten ingresos, al tiempo que conserven la biodiversidad.</p> <p>Los proyectos no requieren de una evaluación de impacto ambiental debido a que su construcción se está desarrollando en un área deforestada. Sin embargo, en el diseño arquitectónico se incorporaron elementos relativos al funcionamiento de los ecosistemas que se están protegiendo.</p> <p>Se elabora un manual de mejores prácticas de operación y construcción para garantizar la conservación de la biodiversidad.</p>				
	<p>Participación/compromiso con grupos de interés relevantes</p>	<p>El ejido, dueño de la selva, está organizado en torno a este proyecto y las decisiones se toman en asamblea.</p>				
	<p>Procesos de seguimiento</p>	<p>Reportes con indicadores de cumplimiento, visitas de verificación.</p>				

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM	
	Información pública	Este proyecto incluye varios aspectos de vanguardia: conversión de agricultores en empresarios ecoturísticos; la conservación de la biodiversidad mediante proyectos productivos sustentables; organización para la operación de proyectos; estatutos que comprometen a la conservación, entre otros mecanismos poco frecuentes en los proyectos ecoturísticos. Esta información deberá sistematizarse y hacerse pública con la finalidad de influir en otros procesos semejantes y replicar las lecciones aprendidas.				
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones, según el grado de amenaza de la especie.	ND	ND	ND	ND	
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de GEI, en peso.	Emisiones directas (alcance 1)				
		Emisiones totales (ton)	523,314	29,851 ⁽¹⁾	725,339	27,303 ⁽²⁾
		Emisiones totales vs. área construida (kg/m ²)	82	24.10 ⁽¹⁾	74	22 ⁽²⁾
		Emisiones indirectas (alcance 2)				
		Emisiones totales (ton)	886,873	65,553 ⁽¹⁾	1,013,805	71,067 ⁽²⁾
		Emisiones totales vs. área construida (kg/m ²)	138.95	52.92 ⁽¹⁾	103.96	56 ⁽²⁾
	Norma utilizada y metodología asociada a los datos	Para el cálculo de las emisiones de GEI se utiliza la metodología establecida en el Protocolo WRI/WBCSD. Los datos se obtienen de las cantidades adquiridas de combustibles, refrigerantes y electricidad. Las emisiones se calculan utilizando los factores de emisión publicados.				
EN17	Otras emisiones indirectas de GEI, en peso.	Emisiones de CO ₂ por distribución de productos (ton)	199,417	26,133	206,864	28,316
		Emisiones por transportación de personal (ton)	3,454	-	3,040	-

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM			2013 MÉXICO	2013 CAM				
EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de GEI y reducciones logradas.	Iniciativas	<p>Iniciativas de logística</p> <ul style="list-style-type: none"> Programa de reducción de viajes en el transporte de mercancías. Barra Crosby: permite al proveedor estar tarimas en la caja del tráiler, reduciendo su flotilla a la mitad. Entrega a granel: entrega sin tarima, permitiendo reducir el costo de transporte. <p>Iniciativas de sustentabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> Suministro de energía eléctrica proveniente del parque eólico. Cambio de iluminación en piso de ventas (lámparas T5 en lugar de T8). Iluminación LED en estacionamientos y tiendas. Programa de reducción de fugas de refrigerantes en equipos de refrigeración. Implementación de campaña operativa de ahorro de energía. Mejoramiento del sistema de administración de energía. Programa de reducción de viajes en el transporte de mercancías. Instalación de puertas en refrigeración abierta. 	<ul style="list-style-type: none"> Cambio de iluminación en piso de ventas (lámparas T5 en lugar de T8). Programa de reducción de fugas de refrigerantes en equipos de refrigeración. Implementación de campaña operativa de ahorro de energía. Mejoramiento del sistema de administración de energía. La principal iniciativa de reducción de emisiones está fundamentada en el control de fugas de refrigerantes; en el 2012 se redujo 35% contra el año anterior. 			<ul style="list-style-type: none"> Suministro de energía eléctrica proveniente de dos parques eólicos. Cambio de iluminación en piso de ventas (lámparas T5 en lugar T8). Iluminación LED en estacionamientos y tiendas Programa de reducción de fugas de refrigerantes en equipos de refrigeración. Implementación de campaña operativa de ahorro de energía. Mejoramiento del sistema de administración de energía. Programa de reducción de viajes en el transporte de mercancías. Instalación de puertas en refrigeración abierta. Sistema de control para resistencias en puertas de refrigeración. Válvulas electrónicas para el sistema de refrigeración. 			<ul style="list-style-type: none"> Cambio de iluminación en piso de ventas (lámparas T5 en lugar de T8). Programa de reducción de fugas de refrigerantes en equipos de refrigeración. Implementación de campaña operativa de ahorro de energía. Mejoramiento del sistema de administración de energía. Sustitución de aires acondicionados por unidades con paquetes de alta eficiencia. Instalación de puertas en todos los equipos refrigerados abiertos (excepto verduras). La principal iniciativa de reducción de emisiones está fundamentada en el control de fugas de refrigerantes; en el 2013 se redujo 18.33% contra el año anterior. 		
	Emisiones NO generadas por suministro de energía proveniente del parque eólico (ton CO ₂)	135,802	-				81,964	-			
	Emisiones NO generadas por iniciativas que reducen los viajes en la distribución de mercancías (ton).										
	Meta 2012: Disminuir 20% GEI										
	Emisiones GEI	1,008,349	48,640⁽¹⁾				45,980⁽²⁾				
	Disminución emisiones CO ₂ vs. base 2005	22.4%	16% ⁽¹⁾				30.1%	22% ⁽²⁾			
Alcance vs. meta 2012	112%	80% ⁽¹⁾				150%	110% ⁽²⁾				
EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	Refrigerante R-22 (kg)	36,125	7,078			29,193	2,365				
EN20 NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	Emisiones por transportación de mercancías / Uso de combustibles fósiles		⁽¹⁾ Total	Uso fósil	Transporte		⁽²⁾ Total	Uso fósil	Transporte		
	Emisiones NOx (ton)	210	29.28	5.97	23.31	4,976	30.83	5.57	25.26		
	Emisiones SOx (ton)	10	175.54	10.05	165.49	335	193.7	14.38	179.32		
	Emisiones de partículas PM (ton)	23	1.35	0.18	1.17	671	1.47	0.21	1.26		
	Emisiones de VOC (ton)	20	0.70	0.17	0.53	672	0.75	0.18	0.57		

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM	
EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino. Iniciativas y ahorros de agua.	Vertimiento total de aguas residuales a drenajes municipales (m³)	6,607,692	-	5,993,800	-	
	• Agua residual tratada (m³)	1,470,000		1,686,592		
	• % agua residual tratada	28		28		
		El agua tratada cumple con las normas NOM 002 y 003, utilizando sistemas biológicos.			El agua tratada cumple con las normas NOM 002 y 003, utilizando sistemas biológicos.	
	Metas					
	2025: Generar cero descargas contaminantes					
	• Consumo de agua por unidad de área (m³/m²)	0.88		0.79		
	• Ahorro en consumo de agua potable (tiendas comparables)	12.3% (base 2011)		7.9% (base 2012)		
	• % avance vs. meta anual	123		112		
	• % unidades con planta de tratamiento	29.8	32.3	31.3	33	
Iniciativas de ahorro	Las iniciativas se han integrado a las especificaciones de tienda: <ul style="list-style-type: none"> • Tiendas con ahorradores de agua en lavabos y tarjas. • Mingitorios secos en unidades nuevas y remodelaciones. • Reutilización de agua para uso sanitario y áreas verdes. • Plantas de tratamiento en unidades nuevas que aplique y remodelaciones. 	• Para la mitigación de impactos ambientales se instalaron durante el año 20 plantas de tratamiento de aguas residuales en tiendas nuevas, aunque no se midió su impacto.	Las iniciativas se han integrado a las especificaciones de tienda: <ul style="list-style-type: none"> • Mingitorios secos en unidades nuevas y remodelaciones. • Reutilización de agua para uso sanitario y áreas verdes. • Plantas de tratamiento en unidades en remodelación mayor. • Recuperación de agua de retrolavado del sistema de filtración. 	• Para la mitigación de impactos ambientales se instalaron durante el año 13 plantas de tratamiento de aguas residuales en tiendas nuevas, aunque no se midió su impacto.		
EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Total residuos gestionados (ton)	303,077	37,191	313,537	38,176	
	• % de reciclaje de residuos generados	69%	55%	73%	0.61	
	Residuos reciclados (ton)	207,644	19,444	228,163	20,412	
	Rellenos sanitarios y vertederos municipales (ton)	95,433	16,736	89,478	14,888	
	Residuos orgánicos (ton)	128,074	407	116,108	2,519	
	• compostaje (ton)	5,335		6,410		
	Residuos inorgánicos (ton)	175,003	604	201,534	357	
	• unidades con programa(s) de reciclaje	1,417	100% tiendas, CEDIs, plantas de producción y oficinas.	1,897	100% tiendas, CEDIs, plantas de producción y oficinas.	
	Meta 2012: reducir 50% el consumo de bolsas de plástico (kg) [vs. base 2007]					
	• % reducción de consumo (vs. base 2007) (kg)	68	51		NA	
• % ahorro vs. año anterior (kg)	8	5	10.3	NA		

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM	
	<ul style="list-style-type: none"> Consumo de bolsa de plástico por área (kg/m²) 	2.12	2.0	2.03	NA	
	<ul style="list-style-type: none"> % avance vs. la meta 2012 	136	101	103	NA	
	Meta 2025: Generar cero desechos					
	Meta 2012: Reciclar el 75% de nuestros residuos					
	Espacio liberado de relleno sanitario por recuperación de residuos sólidos para reciclaje (m ³)	1,206,828	125,346 ⁽¹⁾	1,294,986	130,309 ⁽²⁾	
	% relleno sanitario evitado al reciclar y gestionar nuestros residuos	69	55	73	61	
	<ul style="list-style-type: none"> Acopio y reciclaje de cartón corrugado (ton) 	163,059	17,519 ⁽¹⁾	175,021	18,100 ⁽²⁾	
	<ul style="list-style-type: none"> Acopio y reciclaje de celulosa con clientes (ton) 	41	-	41	-	
	<ul style="list-style-type: none"> Acopio y reciclaje de plástico (ton) 	11,944	1,925 ⁽¹⁾	25,890	2,311 ⁽²⁾	
	<ul style="list-style-type: none"> Gancho de plástico (ton) 	554	9	6,488	6.9	
	<ul style="list-style-type: none"> Playo (ton) 	11,390	1,925 ⁽¹⁾	19,402	2,311 ⁽²⁾	
	Cómo se determinó método de tratamiento	Los métodos de tratamiento se determinaron de acuerdo a la infraestructura existente en el país y el valor de los residuos. Los residuos recuperados que son valorizables se enviaron a reciclaje. En el caso del compostaje, se determinó de acuerdo a la infraestructura disponible para llevarlo a cabo.	Los métodos de tratamiento se determinaron de acuerdo a la estructura existente en el país. Los residuos valorizables se enviaron a reciclaje.	Los métodos de tratamiento se determinaron de acuerdo a la infraestructura existente en el país y el valor de los residuos. Los residuos recuperados que son valorizables se enviaron a reciclaje. En el caso del compostaje, se determinó de acuerdo a la infraestructura disponible para llevarlo a cabo.	Los métodos de tratamiento se determinaron de acuerdo a la estructura existente en el país. Los residuos valorizables se enviaron a reciclaje.	
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No se presentaron derrames significativos.	Se reportan 13 eventos por derrames de químicos. Se registraron 2 fugas menores de refrigerante, un derrame de 24 gal de gasolina en una de nuestras estaciones de servicio y los restantes 11 fueron fugas de gas LP, la mayoría en cilindros de 25 lbs para la venta en CR, que presentaron problemas en su válvula. La fuga más importante se presentó cuando el camión de gas Tomza llenaba el tanque estacionario del MXM de Sta Ana en CR, y la manguera de suministro sufrió una ruptura, lo que obligó a evacuar a los vecinos; el volumen del gas fugado no se pudo establecer.	No se presentaron derrames significativos.	Se reportan 41 eventos de fuga de productos químicos, ninguno de químicos líquidos de importancia en la operación. Esto fue resultado de los problemas en los cilindros de gas para la venta, que afectó el mercado de CR durante el año; se registraron 32 eventos de fuga de gas en tiendas. Adicionalmente, hubo 3 eventos de fuga de gas refrigerante y una fuga de aguas residuales por rebalse del sistema.	
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	Peso total de residuos peligrosos transportados (ton)	133.5	56.3	141.0	49.7

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
EN25 Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.		Debido al giro de la empresa, el indicador no aplica.			
EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.		<p>1,254 productos con características de bajo impacto ambiental, entre los que destacan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 507 alimentos orgánicos e hidropónicos (128 con certificación de comercio justo). • 365 productos ahorradores de energía y agua. • 288 productos biodegradables y no contaminantes. • 67 productos hechos con material reciclado, 27 reutilizables. • 293 casetas acústicas para plantas de emergencia (24 nuevas). • 188 cuartos eléctricos insonorizados (47 nuevos). 	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta de productos sustentables desarrollados por proveedores, pero no hay iniciativas comerciales con proveedores para dicho tipo de productos. • 61 casetas acústicas para plantas de generación eléctrica de emergencia. • Desecho de materiales electrónicos 56,300 kg. 	<p>1,342 productos con características de bajo impacto ambiental, entre los que destacan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 543 alimentos orgánicos e hidropónicos (128 con certificación de comercio justo). • 390 productos ahorradores de energía y agua. • 308 productos biodegradables y no contaminantes. • 72 productos hechos con material reciclado, 29 reutilizables. • 70 casetas acústicas para plantas de emergencia (24 nuevas). • 54 cuartos eléctricos insonorizados (47 nuevos). 	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta de productos sustentables desarrollados por proveedores, pero no hay iniciativas comerciales con proveedores para dicho tipo de productos. • Desecho de materiales electrónicos 49,670 kg.
EN27 Porcentaje de productos vendidos y materiales de embalaje que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	<ul style="list-style-type: none"> • % acopio y reciclaje de cartón corrugado • % acopio y reciclaje de celulosa con clientes • % acopio y reciclaje de plástico 	<p>79</p> <p>0.02</p> <p>6</p>	<p>90</p> <p>0</p> <p>10</p>	<p>77</p> <p>0.02</p> <p>12</p>	<p>89</p> <p>0</p> <p>11</p>
* vs. total de reciclados.	<ul style="list-style-type: none"> • % gancho de plástico • % playo 	<p>0.3</p> <p>5.5</p>	<p>0</p> <p>10</p>	<p>2.5</p> <p>8.5</p>	<p>0</p> <p>11</p>
EN28 Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.		<p>1 multa por \$1,181,600.00 impuesta a la unidad Bodega Las Trancas, la cual fue pagada a la Procuraduría Ambiental del estado de Veracruz (esta multa se reporta por su aproximación al monto de consideración de multas significativas).</p>	-	<p>No se reportan multas ni sanciones no monetarias significativas que hayan sido confirmadas por la autoridad (consideramos significativo aquellas que rebasan los 1.2 mdp).</p>	-

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO			2012 CAM	2013 MÉXICO			2013 CAM				
EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Emisiones de CO ₂ por distribución de productos (ton) (EN7)				199,417				26,133				28,316
	• kilómetros recorridos				216,155,597				20,527,360				22,241,875
	• galones								2,565,920				2,780,234
	Ahorros por proyectos e iniciativas logísticas (i.e. backhaul, eficiencia cubicaje, etc.)	Total	Backhaul	Logística inversa					Total	Backhaul	Logística inversa		
	• Eficiencias operativas (viajes ahorrados)	157,400	63,000	94,400									
	• kilómetros no recorridos (km)	23,335,000	3,783,000	19,552,000		1,230,880		33,501,837	3,811,620	29,690,217			1,454,760
	• emisiones CO ₂ evitadas (ton)	24,548	5,531	19,017		1,045		34,376	5,542	28,834			1,235
	• reducción de viajes	157,400	63,000	94,400				206,958	63,527	143,431			
	• cartón recolectado nivel nacional (ton)	126,758		126,758				170,216		170,216			
	• playo reciclado nivel nacional (ton)	10,574		10,574				11,497		11,497			
• galones evitados (gal)	414,548				102,573		564,684					121,230	
EN30 Inversión ambiental.	Inversión ambiental (mdp)				150 (sólo eficiencia energética)				243 ⁽¹⁾			487 (sólo eficiencia energética)	341.8 ⁽²⁾
OiEN Otras acciones de responsabilidad social y sustentabilidad significativas.	Liderazgo ambiental Programa gratuito de ecoeficiencias para fomentar la competitividad en la cadena de valor, realizado por Walmart en colaboración con la Semarnat Resultados: <ul style="list-style-type: none"> • 99 empresas completaron el curso • 150 personas capacitadas • 22.6 mdp en inversión (ROI = 5 meses) • Ahorros: <ul style="list-style-type: none"> • Agua = 234 millones de litros por año • Energía = 3.9 millones kWh por año • GEI = 6,143 ton CO₂ por año • Reciclaje = 3,603 ton por año • Pesos: 50 mdp 	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Capacitación a proveedores en eco-eficiencia En una siguiente etapa del programa Liderazgo ambiental para la competitividad, se estableció un convenio con el FOMIN del Banco Interamericano de Desarrollo y Tec de Monterrey para desarrollar una plataforma virtual de capacitación para MiPyMEs, en el tema de eco-eficiencia. El portal de internet fue lanzado en octubre y los cursos iniciarán en el segundo trimestre del 2014.												
	Sustainable Packaging Scorecard La herramienta se integra al sistema del Sustainability Index, por lo que ya no se lleva un registro de artículos capturados.												
	Foro de sustentabilidad 2013: Juntos por un planeta mejor En septiembre de 2013 se llevó a cabo la segunda edición del Foro de sustentabilidad con la participación de más de dos mil asistentes a la expo de servicios y tecnologías sustentables que se presentaron a 140 stands, así como a conferencias y paneles de discusión donde se compartieron mejores prácticas en temas como medición de huella de carbono, manejo sustentable del agua, eficiencia energética, entre otros.												

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
		<p>Sustainable Packaging Scorecard Herramienta gratuita que permite conocer el impacto ambiental de los empaques. El objetivo es reducir residuos, aumentar eficiencias en la cadena de suministro e impulsar la innovación y prácticas sustentables. Resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5,265 artículos capturados. • 185 proveedores participantes. 		<p>Dieciséis empresas firmaron un acuerdo con siete compromisos para la impulsar la sustentabilidad en sus empresas y cadenas de suministro, en temas como la reducción de emisiones de carbono, uso eficiente del agua, reducción de residuos, impulsar productos con menores impactos ambientales, así como una comunicación responsable en temas de sustentabilidad.</p> <p>Premio de Innovación sustentable Walmart+Ibero En colaboración con la Sociedad de alumnos de Ingeniería Química y el departamento de Ingeniería y Ciencias Químicas de la Universidad Iberoamericana se llevó a cabo el primer premio de innovación sustentable Walmart + Ibero, el cual consistió en una convocatoria abierta a todos los estudiantes universitarios radicados en el país a presentar propuestas de negocios en las áreas de energía, agua y residuos. Se recibieron más de 180 propuestas de 17 estados del país, siendo la mayoría de los proyectos de universidades públicas. Los cinco proyectos finalistas se presentaron en el Congreso Internacional de Sustentabilidad, organizado por la Universidad Iberoamericana donde resultaron ganadoras dos estudiantes del Centro de Investigaciones de Diseño Industrial de la UNAM, con un proyecto de huertos urbanos hidropónicos. En total se repartieron \$475 mil pesos en premios para los mejores 30 proyectos.</p> <p>Programa Transporte Limpio Por tercer año consecutivo se obtuvo el reconocimiento por la participación en el programa Transporte Limpio de la Secretaría de Medio Ambiente. En él se obtuvo una disminución de 3,146 toneladas de CO2 debido a eficiencias en la distribución de mercancías.</p> <p>Logística:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recolección de 71 ton donadas por tiendas para ONG. • Recolección de 944 Ton de donaciones de clientes para los eventos de desastre Ingrid y Manuel 	

prácticas laborales y ética del trabajo*

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO				2012 CAM				2013 MÉXICO				2013 CAM			
		% vs Total	Asociados	%M	%H	% vs Total	Asociados	%M	%H	% vs Total	Asociados	%M	%H	% vs Total	Asociados	%M	%H
LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Total asociados:	100	217,450	52	48	100	30,796	40	60	100	212,541	53	47	100	31,312		
	Ejecutivos	1	2,561			1	328	34	66	1	2,672	31	69	1	349		
	No ejecutivos	99	214,889			99	30,468	41	59	99	209,869	53	47	99	30,963		
	Asociados permanentes:	94	204,887	52	48	98	30,104	41	59	96	203,892	53	47	98	30,541	41	59
	Jornada completa	84.4	183,613			89	27,455	39	61	83.3	176,956	52	48	89	27,755		
	Jornada parcial	9.8	21,274			9	2,649	57	43	12.7	26,936	56	44	9	2,786		
	Asociados eventuales:	5.8	12,563	49	51	2	692	38	62	4.1	8,649	49	51	2	760	43	58
	Jornada completa	4.5	9,802			2	506	32	68	3.1	6,669	48	52	2	522		
	Jornada parcial	1.3	2,761			1	186	55	45	0.9	1,980	53	47	1	238		
	Asociados eventuales temporada navideña:	6	12,063			0	122	46	54	4	9,028	46	54	0	11		
LA2 Número total de nuevas contrataciones.	Nuevos asociados	100	61,428	48	52		7,213	37	63	100	56,917	47	53	100	8,754	37	63
	Grupos de edad: <25	59	36,092	41	59	57	4,088	32	68	57	32,381	39	61	53	4,670	33	67
	26-30	15	9,188	51	49	22	1,558	41	59	15	8,615	51	49	22	1,903	38	62
	31-35	9	5,818	60	40	11	790	46	54	10	5,618	58	42	13	1,141	42	58
	36-40	7	4,417	63	37	6	412	48	52	8	4,441	63	37	6	543	47	53
	>=41	10	5,913	60	40	5	365	46	54	10	5,862	60	40	6	497	45	55%
	Bajas asociados	100	107,305	44	56		10,332	34	66	100	110,567	44	56	100	8,754	49	85
	Grupos de edad: <25	58	62,208	38	62	46	4,782	30	70	58	63,859	38	62	53	4,670	34	71
	26-30	16	17,398	47	53	24	2,452	34	66	16	17,958	48	52	22	1,903	59	102
	31-35	10	10,822	52	48	14	1,410	38	62	10	10,851	53	47	13	1,141	64	92
36-40	7	7,925	58	42	8	791	43	57	7	7,787	58	42	6	543	73	101	
>=41	8	8,952	58	42	9	897	42	58	9	10,112	58	42	6	497	94	109	

* Todas las cifras de este apartado incluyen a asociados de restaurantes.

prácticas laborales y ética del trabajo

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO		2012 CAM		2013 MÉXICO		2013 CAM	
LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada.	<p>Indique los beneficios sociales que se ofrecen a todos los empleados.</p> <p>Beneficios sociales estándar para asociados de jornada completa, jornada parcial/temporal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vacaciones ejecutivos • Vacaciones no ejecutivos • Días de descanso (festivos) • Días personales de subgerentes en operaciones • Permisos especiales • Subsidio de alimentación • Vale electrónico • Descuento en compras • Company car ejecutivos • Car allowance ejecutivos • Check-up médico ejecutivos • Seguro de vida • Seguro hospitalario • Seguro de gastos médicos mayores • Subsidio por incapacidad • Celebración fin de año 	Todos los asociados cuentan con las mismas prestaciones.							
		Jornada Completa	Jornada Parcial/Temp.	Jornada Completa	Jornada Parcial/Temp.	Jornada Completa	Jornada Parcial/Temp.	Jornada Completa	Jornada Parcial/Temp.
		C		C		C		C	
		A	A	A	A	A	A	A	A
		C	C	B		C	C	B	
		B	B	B		B	B	B	
		C	C	C	A	C	C	C	A
		B	B	B	B	B	B	B	B
		A				B			
		B	B	B	B	B	B	B	B
		B		B				B	
		B		B		B		B	
		B		B		B		B	
		B		B		B		B	
		B		B		B		B	
		C	C	C	A	B	B	C	A
		B	B	B	B	B	B	B	B
LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Los asociados en todo el país son contratados conforme a lo dispuesto en la Ley Federal del Trabajo. El 100% de aquellos asociados que, de acuerdo con dicha ley, son sujetos de este tipo de contratación.	Cumplimos con la legislación laboral en cada uno de los países donde operamos.		Los asociados en todo el país son contratados conforme a lo dispuesto en la Ley Federal del Trabajo. El 100% de aquellos asociados que, de acuerdo con dicha ley, son sujetos de este tipo de contratación.		Cumplimos con la legislación laboral en cada uno de los países donde operamos.			
LA5 Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	La ley no contempla esta figura.								

A: Se otorga conforme a la ley
 B: La ley no lo exige y la empresa lo otorga
 C: La ley lo exige y adicional la empresa lo otorga

prácticas laborales y ética del trabajo

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
LA6 Comités de seguridad y salud laboral.	% asociados en Comités de Salud y Seguridad	19.5	100% de los asociados están representados por un Comité de Seguridad, Higiene y Salud Ocupacional. De éstos el 10% aproximadamente mantiene una participación activa como miembro de dicho comité.	18	100% de los asociados están representados por un Comité de Seguridad, Higiene y Salud Ocupacional. De éstos el 10% aproximadamente mantiene una participación activa como miembro de dicho comité.
	Asociados por cada unidad u oficina en Comisión de Seguridad e Higiene	5-10	5-10	5-10	De 4 a 10 asociados en función del tamaño de la tienda
	Nivel de funcionamiento	Centro de trabajo/corporativo	Centro de trabajo/regional	Centro de trabajo/corporativo	Centro de trabajo/regional
	Asociados capacitados en seguridad y salud	50,460	6,777	113,880	11,770 en un total de 470 eventos de capacitación.
LA7 Ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y víctimas mortales relacionadas con el trabajo.	Indicar si se incluyen o excluyen incidentes laborales leves (que requieren primeros auxilios)	Incidentes leves excluidos.	Se excluyen Incidentes leves que no requieran licencia médica.	Incidentes leves excluidos.	Se excluyen Incidentes leves que no requieran licencia médica.
	Indique si "días" significa "días naturales" o "días hábiles de trabajo"	Días= Días naturales	Días= Días hábiles o laborales	Días= Días naturales	Días= Días hábiles o laborales
	Cómo se contabilizan los "días perdidos"	De acuerdo a lo indicado en la incapacidad calificada por el IMSS como "accidente sí de trabajo".	Desde el momento en que el médico tratante emite el permiso médico. Normalmente coincide con el día del accidente.	De acuerdo a lo indicado en la incapacidad calificada por el IMSS como "accidente sí de trabajo".	Desde el momento en que el médico tratante emite el permiso médico. Normalmente coincide con el día del accidente.
	Accidentes registrados	13,082	1,310	13,436	1,248
	• Riesgo de trabajo	0	No se calcula este indicador, el récord se lleva como accidentes/mil asociados= 4,06	0	No se calcula este indicador, el récord se lleva como accidentes/mil asociados= 4,06.
	• Tasa de accidentes ((#total de Accidentes / total hrs trabajadas) * 200,000)				
	Días de incapacidad	316,541	27,441	249,447	25,998
	• Tasa de días perdidos ((#total de días perdidos / total horas trabajados) * 200,000)	ND	No se calcula este indicador, el récord se lleva como días perdidos por accidentes/mil asociados= 84,98.	ND	No se calcula este indicador, el récord se lleva como días perdidos por accidentes/mil asociados= 84,98.
	• Tasa de ausentismo ((#total de días perdidos (por ausencia) / total días trabajados) * 200,000)	ND	No se calcula este indicador, el récord se lleva como días perdidos por enfermedad/mil asociados= 192,79.	ND	No se calcula este indicador, el récord se lleva como días perdidos por enfermedad/mil asociados= 192,79.
	Asociados incapacitados	11,910	6,761	11,971	7,295
• Número absoluto de víctimas mortales	0	1	0	0	
Sistema de reglamentación para el registro y comunicación de accidentes	De acuerdo a la Ley del IMSS y sus reglamentos, los accidentes que este Instituto califica como sí de trabajo.	El reporte de accidentabilidad se realiza conforme a los requerimientos de Walmart de México y Centroamérica, Walmart Internacional y la legislación de cada país donde se opera.	De acuerdo a la Ley del IMSS y sus reglamentos, los accidentes que este Instituto califica como sí de trabajo.	El reporte de accidentabilidad se realiza conforme a los requerimientos de Walmart de México y Centroamérica, Walmart Internacional y la legislación de cada país donde se opera.	

prácticas laborales y ética del trabajo

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Asistencia y asesoramiento	Existen diferentes programas de control de riesgos, desde cursos para puestos específicos de mayor riesgo, revisiones mensuales a instalaciones, campañas permanentes de comunicación para evitar condiciones y actos inseguros, etc. Todo lo anterior con el objetivo de que prevalezca un ambiente seguro tanto para asociados como para clientes.	Con el fin de cumplir nuestra visión de hacer de Walmart un lugar más seguro para comprar y trabajar, se han desarrollado programas de comunicación y capacitación, con el fin de reforzar el cumplimiento de los lineamientos del Manual de Seguridad Humana, buscando crear espacios de trabajo y compra seguros y libres de accidentes. Nuestros esfuerzos en promoción de la salud se concentraron en nuestro Programa Mi Salud-Mi Vida, con el que se ha articulado la acción de las campañas de capacitación y comunicación, las clínicas médicas de la empresa y los demás instrumentos, para sensibilizar a los asociados en el cuidado de su salud.	Existen diferentes programas de control de riesgos, desde cursos para puestos específicos de mayor riesgo, revisiones mensuales a instalaciones, campañas permanentes de comunicación para evitar condiciones y actos inseguros, etc. Todo lo anterior con el objetivo de que prevalezca un ambiente seguro tanto para asociados como para clientes.	Con el fin de cumplir nuestra visión de hacer de Walmart un lugar más seguro para comprar y trabajar, se han desarrollado programas de comunicación y capacitación, con el fin de reforzar el cumplimiento de los lineamientos del Manual de Seguridad Humana, buscando crear espacios de trabajo y compra seguros y libres de accidentes. Nuestros esfuerzos en promoción de la salud, se concentraron en nuestro Programa Mi Salud-Mi Vida, con el que se ha articulado la acción de las campañas de capacitación y comunicación, las clínicas médicas de la empresa y los demás instrumentos, para sensibilizar a los asociados en el cuidado de su salud.
	Prevención y/o control de riesgos	Ayuda por desastre para asociados, administrada por el Centro de Continuidad de Operaciones (CCO) y RRHH.	Además de la ayuda que se administra por el Comité de Respuesta a Crisis y Emergencias, en conjunto con RRHH, también se ha difundido información para colaborar a que los asociados puedan prepararse a nivel personal y familiar de cara a situaciones de emergencia como sismos y erupciones volcánicas.	Ayuda por desastre para asociados, administrada por el Centro de Continuidad de Operaciones (CCO) y RRHH.	Además de la ayuda que se administra por el Comité de Respuesta a Crisis y Emergencias, en conjunto con RRHH, también se ha difundido información para colaborar a que los asociados puedan prepararse a nivel personal y familiar, de cara a situaciones de emergencia como sismos y erupciones volcánicas.
	Indique si hay trabajadores destinados a ocupaciones que presentan un alto índice o riesgo de contraer enfermedades específicas.	<ul style="list-style-type: none"> Personal de mantenimiento. Personal de brigadas de primeros auxilios que puede estar en contacto con residuos biológicos. Personal de display que puede ser afectado por exposición a solventes. 	Con base en el mapeo de riesgo de las diferentes ocupaciones en la empresa, la probabilidad de contraer una enfermedad específica, como resultado único de la ocupación es muy baja.	<ul style="list-style-type: none"> Personal de mantenimiento. Personal de brigadas de primeros auxilios que puede estar en contacto con residuos biológicos. Personal de display que puede ser afectado por exposición a solventes. Personal en CEDIs expuesto a fluidos peligrosos como amoniaco. 	Con base en el mapeo de riesgo de las diferentes ocupaciones en la empresa, la probabilidad de contraer una enfermedad específica, como resultado único de la ocupación es muy baja.
LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Cumplimos con la legislación laboral en cada uno de los países donde operamos.				

prácticas laborales y ética del trabajo

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO			2012 CAM			2013 MÉXICO			2013 CAM			
LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría y género.			%M	%H				%M	%H					
	Inversión capacitación (mdp)	91.3			Participaciones Pre-senciales	23,218	Horas hombre (miles)	132,109	93.2			4.6		
	• presencial	86.6			Participaciones CBL	41,863	Horas hombre CBL (miles)	211,586	54.44					
	• a distancia	4.7			Total	65,081		343,695	38.81		Asociados	Participaciones	Horas	
	Total asociados capacitados (incluye los que dejaron la empresa)	Incluye CDA y apertura	310,757	55	45				212,444	54	46	21,775	44,415	127,862
	Horas hombre (millones)	4.54							2.61			0.12		
	Capacitación	Horas hombre	Horas por asociado		Participaciones	Horas hombre		Horas hombre	Horas por asociado		Participantes	Participaciones	Horas hombre	
	• nivel directivo	5,520	12.1		Operativo	45,557	40	4,084	29.5		28	59	539.0	
	• nivel gerencial	898,315	86.9		No Operativo	19,524	25	698,814	119.2		917	4,938	25,861.0	
	• nivel departamental	841,020	26.2					409,183	13.1		1,809	7,307	29,960.0	
	• nivel línea	2,793,294	17.3					1,496,216	8.7		16,379	32,111.0	71,502.0	
LA11 Programas de gestión de habilidades y formación continua de asociados		Asociados	%M	%H	Asociados	%M	%H	Asociados	%M	%H	Asociados	%M	%H	
	Total de asociados permanentes	204,887	52	48	30,104	41	59	203,892	53	47	30,541	41	59	
	Promociones	22,936	49	51	3,674	34	66	22,750	50	50	3,459	67	33	
	Base Universal de Talento (BUT), asociados no ejecutivos	17,883	53	47	ND	ND	ND	21,789	55	45		NA		
	• Asociados promovidos de la BUT	3,487	48	52	ND	ND	ND	5,644	52	48		NA		
	• % vs. total de la BUT	19						26				NA		
	• % vs. total promociones	15						25				NA		
	Top Talent (TT: planes de desarrollo acelerado)	421	29	71	54	35	65	435	34	66	53	0	66	
	• Asociados promovidos de TT	49	30.6	69.4	3	66.6	33	43	28.6	71.4	6	1	50.0	
	• % vs. total de TT	12			6			10			11			
	• % vs. total promociones	0.2			0.1			0.2			vs total ascensos CAM	0.2	vs ascensos ejecutivos:	25
	• Mujeres Top Talent			122			19	149			18			
	Capacitación corporativa										Asociados	Participaciones		
	• cursos impartidos			-			126		11,683		76			
	• asociados capacitados			-	Participaciones		14,516		211,185		1,558		6,994	
	• horas hombre			-			44,996		2,103,900				37,881	
	• horas hombre por asociado			-			34.5		9.96				24	
	• inversión en capacitación			-			\$202,000		\$22.42				\$134,649	
	Formación externa													

prácticas laborales y ética del trabajo

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO			2012 CAM			2013 MÉXICO				2013 CAM		
	<ul style="list-style-type: none"> Asociados con educación abierta (autoridades educativas) 	-					NA	1,064						NA
	Financiamiento para formación externa de asociados (mdp)							1.48						
	<ul style="list-style-type: none"> monto total financiado (mdp) 	-					NA	8.6						NA
	<ul style="list-style-type: none"> asociados 	-					NA	1,596						NA
	Financiamiento para formación externa Top Talent													
	<ul style="list-style-type: none"> monto total financiado (mdp) 	-					NA	7.1						NA
	<ul style="list-style-type: none"> asociados 	-					NA	532						NA
LA12	Empleados que reciben evaluaciones de desempeño	Evaluación anual, aplica para asociados permanentes con por lo menos un año en la empresa			%M	%H								
	Asociados evaluados	122,815	55	45	22,891						147,155			
	% de la plantilla total de asociados permanentes	60%			2,401	36	64				120,760			7,327
					10.5						82			
LA13	Composición por género, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	%M	%H	Total	%M	%H	% vs Total	Asocia-dos	%M	%H	Total	%M	%H	
	Total asociados permanentes	204,887	52	48	30,104	49	51	1	203,892	53	47	30,541	41	59
	Mujeres	107,564			12,199			53	107,517			12,469		
	Hombres	97,323			17,905			47	96,375			18,072		
	Personas con discapacidad	623	39	61	188	27	73				169	28	72	
	Grupos de edad							1	203,892					
	- < 30 años	96,728	45	55	16,397	35	65	45	92,476	45	55	16,992	35	65
	- 30 años < 50 años	95,924	60	40	12,316	47	53	47	95,197	60	40	12,869	47	53
	> 50 años	12,235	53	47	1,391	53	47	8	16,219	56	44	1,451	52	48
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	No existe diferencia entre los sueldos por sexo, edad, religión, preferencia sexual o ideología política. Contamos con un tabulador salarial y las diferencias que existen se deben al desempeño individual de cada asociado, mismo que se evalúa anualmente en base a comportamientos de éxito y antigüedad en la empresa.												
LA15	Regreso al trabajo y tasas de retención después de un permiso de maternidad/paternidad por género.	100%			100%			100%			100%			
	<ul style="list-style-type: none"> Número de empleados que tienen derecho a un permiso de maternidad/paternidad. 													
	<ul style="list-style-type: none"> Número de empleados que regresaron después de un permiso de maternidad/paternidad. 	De 4,796 asociadas con ausencia por maternidad 3,464 llegaron a estar vigentes al 31 diciembre 2012.			De 967 asociadas con ausencia por maternidad 861 llegaron a estar vigentes al 31 diciembre 2012.			De 7,734 asociadas con ausencia por maternidad 5,913 llegaron a estar vigentes al 31 de diciembre 2013.			1,008	77% mujeres	23% hombres	

derechos humanos

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
HR1 Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> Número total de acuerdos de inversión. 	<p>No se tienen acuerdos de inversión</p> <p>El Contrato de Proveedores que se firma con todos los proveedores, contiene el clausulado relativo al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables a la actividad que desarrolle el proveedor conforme a su giro de fabricación, elaboración o importación de productos, incluyendo las relativas a la no contratación de menores de edad y pago de todas las prestaciones establecidas en la Ley Federal del Trabajo.</p>	<p>No se tienen acuerdos de inversión</p> <p>El Contrato de Proveedores que se firma con todos los proveedores, contiene el clausulado relativo al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables a la actividad que desarrolle el proveedor conforme a su giro de fabricación, elaboración o importación de productos, incluyendo las relativas a la no contratación de menores de edad y pago de todas las prestaciones establecidas en la ley laboral.</p>	<p>No se tienen acuerdos de inversión</p> <p>El Contrato de Proveedores que se firma con todos los proveedores, contiene el clausulado relativo al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables a la actividad que desarrolle el proveedor conforme a su giro de fabricación, elaboración o importación de productos, incluyendo las relativas a la no contratación de menores de edad y pago de todas las prestaciones establecidas en la Ley Federal del Trabajo.</p>	<p>No se tienen acuerdos de inversión</p> <p>El Contrato de Proveedores que se firma con todos los proveedores, contiene el clausulado relativo al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables a la actividad que desarrolle el proveedor conforme a su giro de fabricación, elaboración o importación de productos, incluyendo las relativas a la no contratación de menores de edad y pago de todas las prestaciones establecidas en la ley laboral.</p>
HR2 Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de contratos con cláusulas o que son objeto de análisis en materia de derechos humanos. 	100%	100%	100%	100%
HR3 Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aspectos de derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.		ND	ND	ND	ND
HR4 Número total de incidentes y medidas adoptadas.	<p>Línea Ética Directa (mecanismo interno)</p> <ul style="list-style-type: none"> Número total de incidentes Incidentes con medidas disciplinarias de acuerdo a nuestra normatividad. Incidentes no comprobados. <p>Otros incidentes</p> <ul style="list-style-type: none"> Incidentes de asociados y/o clientes 	<p>1,559</p> <p>573</p> <p>986</p>	<p>590</p> <p>280</p> <p>310</p>	<p>998</p> <p>316</p> <p>682</p> <p>1,523</p> <p>Las cifras datan sobre incidentes (casos éticos) cerrados.</p>	ND
HR5 Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Actividades y proveedores en las que se haya detectado una amenaza a los derechos de los empleados.	Ninguna, ya que se da un estricto cumplimiento a la Ley del Trabajo de cada país.			

derechos humanos

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.		Walmart cumple con la Ley Federal del Trabajo al contratar sólo a personas con edad mínima de 18 años cumplidos. El contrato de proveedores y el programa de Estándares Éticos para Proveedores contienen cláusulas de responsabilidad laboral relativas al cumplimiento de la Ley Federal del Trabajo y el respeto a la normatividad laboral.	Walmart cumple con la Ley del Trabajo de cada país. Es requisito indispensable para ser proveedor o prestador de servicios que se fijen los términos y condiciones de la relación comercial incluyendo las obligaciones relativas al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables, incluyendo las relativas a la no contratación de menores de edad, de extranjeros que no tengan los permisos, y el pago de todas las prestaciones establecidas en la ley laboral.	Walmart cumple con la Ley Federal del Trabajo al contratar sólo a personas con edad mínima de 18 años cumplidos. El contrato de proveedores y el programa de Estándares Éticos para Proveedores contienen cláusulas de responsabilidad laboral relativas al cumplimiento de la Ley Federal del Trabajo y el respeto a la normatividad laboral.	Walmart cumple con la Ley del Trabajo de cada país. Es requisito indispensable para ser proveedor o prestador de servicios que se fijen los términos y condiciones de la relación comercial incluyendo las obligaciones relativas al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables, incluyendo las relativas a la no contratación de menores de edad, de extranjeros que no tengan los permisos, y el pago de todas las prestaciones establecidas en la ley laboral.
HR7 Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	<ul style="list-style-type: none"> Mecanismos internos en caso de inconformidad 	Walmart de México y Centroamérica está alineada a las leyes y normas de trabajo y seguridad que establecen las autoridades oficiales. Con lo anterior aseguramos que nuestro comportamiento empresarial evita este tipo de prácticas. Política de Puertas Abiertas Línea Directa Cumplimiento normativo			
HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	<ul style="list-style-type: none"> Personal de prevención y pérdidas Personal de seguridad subcontratado 	100%	100%	100%	100%
HR9 Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	<ul style="list-style-type: none"> Número de incidentes 	No se tiene registro de incidentes.			
HR10 Porcentaje y número total de operaciones que han sido sometidas a revisión de derechos humanos y/o evaluación de impacto.		El primer principio básico de Walmart de México y Centroamérica es el Respeto por el Individuo. Todas las operaciones de la compañía se llevan a cabo bajo el estricto cumplimiento de las leyes y el respeto por los derechos humanos.			
HR11 Número de quejas relacionadas con derechos humanos, presentadas, atendidas y resueltas a través de un mecanismo formal de quejas.		No se tiene registro de incidentes.			

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM	
SO1 Operaciones donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impacto y participación de la comunidad local.	Filantropía					
	<ul style="list-style-type: none"> Programas de desarrollo Evaluaciones de impacto Participación con la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> Hambre Cadenas productivas Mujeres Voluntariado y desastres <p>Medimos el impacto a través de dos indicadores: "Incremento en el ingreso" y "Disponibilidad de alimentos".</p> <p>A través de nuestro programa de voluntariado, la comunidad participa realizando actividades de mejoramiento de espacios públicos. Nuestro programa de desastres apoya a las víctimas con donativos en especie.</p>			<ul style="list-style-type: none"> Hambre Cadenas productivas Mujeres Voluntariado y desastres <p>Medimos el impacto a través de dos indicadores: "Incremento en el ingreso" y "Disponibilidad de alimentos".</p> <p>A través de nuestro programa de voluntariado, la comunidad participa realizando actividades de mejoramiento de espacios públicos. Nuestro programa de desastres apoya a las víctimas con donativos en especie.</p>	<p>ES: Programas "Educando a Consumidores Infantiles de Despensa de Don Juan" y taller "Aprendamos a Reciclar" en Despensa Familiar.</p>
	Total de recursos canalizados (mdp)	581.6	42.61	464	42.7	
	• % de la empresa	96	82	94	99	
	• % de socios, clientes y proveedores	4	18	5,91	1	
	• Beneficiarios	2,080,904	1,320,607	825,831	ES: 17,413 / NC: 24,574 / CR: 786,818 / HN: 39,914 / GT: 378,345 - Total: 1,247,064	
	• Estados de la República	En 31 estados de la República y el Distrito Federal	5 países	En 31 estados de la República y el Distrito Federal	5 países	
	• Instituciones colaboradoras	215	157	215	ES: 11 / NC: 63 / CR: 78 / HN: 31 / GT: 42 - Total: 225	
	Desarrollo de capacidades productivas					
	• Productores beneficiados	2,403		3,837	Cooperativa PyME de café gourmet con 136 mujeres productoras en GT con la Asociación Gremial de Empresarios Rurales. Aporte \$320,000.	
	• Beneficiarios indirectos	7,237		20,750	Pesca y comercialización sostenible de productos pesqueros en ES con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional: 84 beneficiarios. Aporte \$256,000.	
	• Estados de la República	Oaxaca, Puebla, Colima, Michoacán, Guerrero, Chihuahua, Estado de México, Yucatán, Zacatecas, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco		Oaxaca, Puebla, Colima, Michoacán, Chiapas, Guerrero, Chihuahua, Nuevo León, Estado de México, Yucatán, Zacatecas, Guanajuato, Hidalgo	Instalación de 250 ecoestufas para reducir afecciones pulmonares en 250 hogares en HN con la Asociación Hondureña para el Desarrollo. Aporte \$403,200.	
	• % incremento de ingresos de los beneficiarios	38				
	• Ventas (mdp)	6.5		9.3		
	• Utilidades reintegradas	\$561,579		\$1,001,253		
	• Tiendas participantes	295		302		
	• Productos en tienda	157		127		
	• Instituciones beneficiadas	15		14		
	Lucha contra el hambre		Apoyo a bancos de alimentos en CR, NC, HN y GT		Apoyo a bancos de alimentos en CR, NC, HN, ES y GT	
	• Beneficiarios directos	568,207	53,020	35,584	ES: 15,000 / NC: 6,400 / CR: 35,000 / HN: 10,579 / GT: 43,200 - Total: 110,179	

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
	• Beneficiarios indirectos	69,970		52,655	
	• Estados de la República	En 31 estados de la República y el Distrito Federal		En 31 estados de la República y el Distrito Federal	
	• Instituciones beneficiadas	200		194	
	• Toneladas de alimento canalizadas	22,510	777	12,071	NC: 335 ton / ES: 10 ton / CR: 1.397 ton / HN: 80 ton / GT: 112 ton - Total: 1,934
	• Niños con desnutrición atendidos	4,265		5,357	
	• % niños que alcanzó estado de nutrición normal	48		42	
	• Traspacios	2,158		800	
	• Sistemas de agua	167		552	
	• Sanitarios ecológicos	48		55	
	• Estufas ecológicas	27		94	
	Empoderamiento de la mujer				
	• Mujeres inscritas en el programa "Mujer, cuentas con nosotros".	39,268	Fortalecimiento Mujeres Emprendedoras de La Chureca en NC con Manna Project International. Aporte \$360,858.	25,456	"Mujeres con Futuro" en CR, NC, HN y ES con Visión Mundial, programa que beneficia a 238 mujeres en la región. Aporte \$3 mdp.
	• Cursos otorgados para iniciar o mejorar un negocio.	38,706	Primer Diplomado de Mujeres en HN con Vital Voices. Aporte \$328,340.	25,152	Desarrollo empresarial de 54 mujeres productoras de plátano en NC con VECO Meso América. Aporte \$135,897.
	• Becas de manutención para preparatoria y universidad tecnológica.	562	Mujeres a la Obra en ES con Asociación de Proveedores Agrícolas. Aporte \$348,340.	304	Desarrollo comercial y empresarial de 22 artesanas en NC con Manna Project International. Aporte \$126,720.
	• Mujeres apoyadas con programas productivos y de alimentación.	12,381	Organika y Oxlajú en GT con Asociación Gremial de Empresarios Rurales. Aporte \$407,141.6. Mujeres con Futuro en Costa Rica, NC, HN y El Salvador con Visión Mundial. Aporte 2.9 mdp.	28,019	Empoderamiento económico de 300 mujeres en extrema pobreza dependientes del Banco de Alimentos en CR con Asociación Empresarial para el Desarrollo. Aporte \$160,000. Fortalecimiento de 100 emprendimientos liderados por mujeres microempresarias en HN con Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa. Aporte \$115,200.

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
	Apoyo a la comunidad				
	• Voluntarios	130,996		131,055	NC: 850 / CR: 2,540 / ES: 1,191 / HN: 2,205 / GT: 1,204 - Total: 7,990
	• Número de actividades realizadas (para mejorar espacios públicos de las comunidades).	3,211		3,493	NC: 18 / CR: 89 / ES: 34 / HN: 66 / GT: 19 - Total: 226
	• Toneladas de ayuda canalizadas para apoyo a damnificados por desastres naturales.	274		1,888 (50% clientes y 50% Fundación Walmart)	NC: 5,155 / CR: 9,836 / ES: 6,967 / HN: 8,256 / GT: 7,991 - Total: 38,330
	• Desastres naturales ocurridos.	Sequía	CR: Inundaciones en el Atlántico y terremoto de 7.6° Richter en Península de Nicoya. GT: Terremoto de 7.2° Richter en San Marcos.	Huracanes Ingrid y Manuel	No ocurrieron desastres naturales en 2013
	Programas con clientes y proveedores				
	• Beneficiarios campaña "Haz Magia"	138,007	"Tour Navideño" en ES, "Árbol de Ángeles" en oficinas centrales de los 5 países; ambos con instituciones que benefician a la niñez.	159,923	
	• Juguetes canalizados	87,472		113,432	
	• Prendas invernales canalizadas	84,349		46,491	
	• Ventas de tarjetas de ayuda social	\$5,307,962		\$3,149,940	
	• Donativo de proveedores (mdp)	23,278,954		27,423,951	
S02 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	La Declaración de Ética es la columna vertebral de la Cultura Walmart y garantiza que cumplimos con la legislación.				
S03 Empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	Capacitación Declaración de Ética y Anticorrupción	Como parte integral del Programa Anticorrupción de Walmart, en el 2012 se impartieron cursos y talleres presenciales a 7,765 asociados de las áreas con mayor interacción con dicho programa, y a terceros intermediarios. Asimismo, se desarrolló un nuevo curso en línea sobre el programa anticorrupción que será lanzado en el 2013. Para mayores detalles sobre las acciones que se han tomado con relación al programa anticorrupción, incluido el entrenamiento de asociados y terceros, favor de consultar la siguiente página:		Como parte integral del Programa Anticorrupción de Walmart, en el año 2013, se impartieron cursos y talleres presenciales a 9,694 empleados de las áreas con mayor interacción con el programa y a terceros intermediarios. Asimismo, el curso en línea sobre el programa anticorrupción lanzado en este año tuvo una cobertura de 11,050 empleados. Para mayores detalles de acciones que se han tomado con relación al programa anticorrupción incluido el entrenamiento de asociados y terceros, favor de consultar la siguiente página:	
		http://news.walmart.com/walmart-global-compliance-action-steps		http://news.walmart.com/walmart-global-compliance-action-step	

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
S04 Incidentes de corrupción.	<p>Con asociados y proveedores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medidas adoptadas en respuesta a los incidentes. • Demandas contra la organización o alguno de sus asociados y el resultado. 	<p>En este momento Walmart está siendo objeto de una investigación sobre supuestas violaciones a la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero de los Estados Unidos de América. Para mayores detalles, consultar las siguientes páginas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • http://www.walmartmexico.com.mx/descargas/walmex-2do-trim-2012-nota1.pdf • http://news.walmart.com/news-archive/2013/01/10/walmart-statement-in-response-to-jan-10-letter-from-congressman-waxman-congressman-cummings • http://news.walmart.com/news-archive/2012/12/17/walmart-statement-in-response-to-new-york-times-article-about-allegations-of-corruption-in-mexico • http://news.walmart.com/news-archive/2012/04/24/updated-walmart-statement-in-response-to-recent-new-york-times-article-about-compliance-with-the-us-foreign-corrupt-practices-act • http://news.walmart.com/news-archive/2012/04/21/walmart-statement-in-response-to-recent-new-york-times-article-about-compliance-with-the-us-foreign-corrupt- 			
S05 Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas, y actividades de cabildeo.		Las actividades de participación pública se llevan a cabo a través de las diferentes cámaras nacionales y locales de las que formamos parte.			
S06 Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.		No se reportan aportaciones a partidos políticos ni a instituciones relacionadas.			
S07 Total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopólicas y contra la libre competencia, y sus resultados.		No se ha incurrido en prácticas monopólicas, ni en contra de la libre competencia.			
S08 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones.		No se reportan multas administrativas ni sanciones no monetarias significativas (consideramos significativo aquellas que rebasan los 1.2 mdp).			
S09 Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.		En todas las locaciones participamos con la comunidad buscando ser un buen vecino aportando beneficios a nuestro entorno, cuidando el medio ambiente y apoyando la economía de las familias; por ello no representamos un impacto negativo en las comunidades.			
S010 Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.		<p>En caso de que existan terrenos con hidrocarburos en el suelo y/o residuos peligrosos Walmart siempre los dispone de conformidad con la legislación.</p> <p>En todos los diseños de proyectos se cumple con la legislación ambiental y de desarrollo urbano. En la construcción de los mismos, se emplean medidas de mitigación, tales como manejo de residuos, programas de rescate de flora y fauna etc.</p>			

responsabilidad de producto

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	Marcas Estratégicas				
	• Desarrollo de concepto	No	Si	No	Si
	• Investigación y desarrollo (I+D)	Si	Si	Si	Si
	• Certificación	Si	Si	Si	Si
	• Manufactura y producción	Si	Si	Si	Si
	• Marketing y promoción	No	No	No	No
	• Almacenaje, distribución y suministro	Si	Si	Si	Si
	• Utilización y servicio	No	Si	No	Si
	• Eliminación, reutilización y reciclaje	Si	No	Si	No
	Productos Marcas Estratégicas	1,685	1,167	1,915	1,144
% productos evaluados (Marcas Estratégicas)	85	100	90	100	
	<ul style="list-style-type: none"> • 100% de los ingredientes y materias primas autorizadas en la Normatividad Mexicana (Secretaría de Salud, Sagarpa, Cofepris). En desarrollos de niños, no incluimos sustitutos de azúcar que puedan crear reacciones alérgicas o sensibilidades. • Los prototipos de productos a lanzar son evaluados en competitividad con respecto al contratipo. • Los artículos resurtibles de Marcas Estratégicas están dentro de un programa anual de análisis para asegurar el cumplimiento con la normatividad aplicable. • Todas las fábricas en las que se elaboran productos de Marcas Estratégicas son auditadas por firmas autorizadas que verifican el cumplimiento de Buenas Prácticas de Manufactura, Seguridad Alimentaria y Estándares Éticos. 	<p>En función de la naturaleza del producto, los fabricantes asignan el ciclo de vida que corresponde.</p> <p>Existe un estricto control para no comercializar productos caducos. Las unidades hacen revisiones diarias.</p>	<p>Se iniciaron inspecciones de Estándares éticos a proveedores y a sus impresores. Seguimos evaluando nuestros productos en calidad en base a calendario anualizado. Se tiene ya el 100% de especificaciones en sistema y han servido para todas las inspecciones de CEDIs.</p>	<p>En función de la naturaleza del producto, los fabricantes asignan el ciclo de vida que corresponde.</p> <p>Existe un estricto control para no comercializar productos caducos. Las unidades hacen revisiones diarias.</p>	

Profeco: Procuraduría Federal del Consumidor

responsabilidad de producto

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
		<ul style="list-style-type: none"> Los productos tienen número de lote y caducidad que asegura la calidad óptima de éstos durante la vida de anaquel establecida. Las etiquetas cuentan con leyendas e instrucciones que facilitan el manejo del producto por el consumidor; algunas de estas leyendas son de conservación. Existen especificaciones con proveedores que son enviadas a Cedis para la inspección de productos. Resto de proveedores: En función de la naturaleza del producto, los fabricantes asignan el ciclo de vida que corresponde. Existe un estricto control para no comercializar productos caducos. Las unidades hacen revisiones diarias. <p>Adicionalmente se han incluido inspecciones de seguridad de la cadena de abasto (Supply Chain Security) a plantas de proveedores que están fabricando en el extranjero y se internan en el país vía CMA.</p>			
PR2 Total de incidentes derivados del incumplimiento de regulación legal o de códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Total de incidentes salud y seguridad <ul style="list-style-type: none"> con resultado en multa o sanción con resultado en amonestación con resultado en incumplimiento de códigos voluntarios visitas de la autoridad sanitaria y Profeco órdenes de retiro órdenes de retiro por caducidad 	<p>10</p> <p>13 multas impuestas por Secretaría de Salud y 130 multas por Profeco.</p> <p>2 por parte de Secretaría de Salud.</p> <p>0</p> <p>3,095 de las cuales 1,933 fueron visitas de Secretaría de Salud y 1,162 de Profeco.</p> <p>46</p> <p>10 de las cuales 5 correspondieron a Secretaría de Salud y 5 a Profeco.</p>	ND	<p>20</p> <p>16 multas impuestas por Secretaría de Salud y 151 multas por Profeco.</p> <p>16 por parte de Secretaría de Salud.</p> <p>0</p> <p>3,345 de las cuales 2,239 fueron visitas de Secretaría de Salud y 1,106 de Profeco.</p> <p>58 de las cuales 21 fueron ordenados por Secretaría de Salud y 37 por Profeco.</p> <p>20 de las cuales 6 correspondieron a Secretaría de Salud y 14 a Profeco.</p>	ND

responsabilidad de producto

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	<p>Requerimientos de información y etiquetado</p> <p>Otros</p>	<p>Las etiquetas de los productos nacionales de marcas propias pasan por el proceso de revisión y validación del área Legal. Durante 2012 el área legal realizó el análisis de 984 etiquetas de alimentos, mercancías generales y medicamentos de marca propia. Por su parte, el área de Marcas Estratégicas envió a revisión 248 etiquetas de diversos productos de marcas propias con el Bufete en Comercio Exterior y Normalización, S.A. de C.V.</p> <ul style="list-style-type: none"> Los contratos comerciales que se celebran con proveedores contienen la obligación de cumplir con la normatividad. Calidad Corporativa revisa de manera aleatoria en CEDIS, productos de marcas propias para validar la información de etiquetado. El 100% de las etiquetas de marca propias deben ser validadas por las áreas internas de la compañía o por unidades de verificación acreditadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Los contratos comerciales que se celebran con proveedores contienen la obligación de cumplir con la normatividad. 	<p>Las etiquetas de los productos nacionales de marcas propias pasan por el proceso de revisión y validación del área Legal. Durante 2013 el área legal realizó el análisis de 609 etiquetas de alimentos, mercancías generales y medicamentos de marca propia. Por su parte, el área de Marcas Estratégicas envió a revisión 429 etiquetas de diversos productos de marcas propias con el Bufete en Comercio Exterior y Normalización, S.A. de C.V.</p> <ul style="list-style-type: none"> Los contratos comerciales que se celebran con proveedores contienen la obligación de cumplir con la normatividad. Calidad Corporativa revisa de manera aleatoria en CEDIS, productos de marcas propias para validar la información de etiquetado. El 100% de las etiquetas de marca propias deben ser validadas por las áreas internas de la compañía o por unidades de verificación acreditadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Varias categorías de productos como alimentos, cosméticos, juguetes, farmacéuticos, textiles y otros requieren cumplir requisitos específicos de ley regionales o por país. Cumplimiento de monitoreo/ asesoría/capacitación constante a las áreas para lograr cumplimiento al 100%. Se han elaborado varias Guías de Verificación para minimizar riesgo de incumplimiento, así como modelos de etiquetas ideales que orientan hacia cumplimiento interno y externo. Se apoya 100% proceso Importados para mercadería general y juguetes revisando/ validando artes de etiquetas para garantizar total cumplimiento. Requisitos no piden procedencia de los componentes pero sí del producto en general. Ley de algunos países como GT y CR piden declarar contenidos de sustancias como plomo y bisfenol e incluso prohíben su uso. Utilización segura de producto sí debe declararse mediante instrucciones de uso y advertencias de riesgo para consumidor en aquellos productos que lo requieran. Forma de eliminación no es requerida como parte del etiquetado. Otros se refiere al cumplimiento específico de requisitos de ley según categoría de producto. Productos de Marcas Estratégicas cumplen al 100%.
PR4 Total de incumplimientos de la regulación y de códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	<p>Total de incidentes de etiquetado</p> <ul style="list-style-type: none"> con resultado en multa o sanción con resultado en amonestación con resultado en incumplimiento de códigos voluntarios procesos de la autoridad por incumplimiento casos de marcas propias 	<p>148</p> <p>49</p> <p>0</p> <p>0</p> <p>148</p>	<p>ND</p>	<p>153</p> <p>37</p> <p>0</p> <p>0</p> <p>153</p>	<p>100 casos atendidos/resueltos por Cumplimiento en CAM durante 2013</p> <p>No se reportan multas significativas en el periodo (considerando significativas aquellas superiores a 1.2 mdp)</p> <p>0</p> <p>0</p> <p>30</p> <p>10</p> <p>Profeco inmovilizó 2 productos en tienda. El área legal dio contestación a la autoridad, argumentando que la apreciación del verificador es incorrecta puesto que se trata de ingredientes únicos.</p>

responsabilidad de producto

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
	Otros	El área de Calidad Corporativa realiza la revisión aleatoria al etiquetado de textiles para marcas propias en los centros de distribución. Este año se rechazaron 664 productos por incumplimiento con la NOM de etiquetado.	Se desarrolló una guía de cumplimiento de acuerdo a la legislación de cada país y el nuevo reglamento técnico centroamericano de etiquetado.	El área de Calidad Corporativa realiza la revisión aleatoria al etiquetado de textiles para marcas propias en los centros de distribución. Este año se rechazaron 315 productos por incumplimiento con la NOM de etiquetado.	Varios dentro de cada caso atendido.
PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Clientes	<p>Centro de Atención Telefónica (CAT) Call center para información, comentarios y sugerencias de clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> La queja se canaliza al área correspondiente. Plazo máximo de solución: 48 horas El operador telefónico da seguimiento hasta el cierre de la incidencia. Sistema de escalamiento para situaciones específicas. Se mide satisfacción del cliente seleccionando el 10% de las quejas de manera aleatoria para evaluar el nivel de solución. 	<p>Servicio de Atención al Cliente (SAC) Call center para información, comentarios y sugerencias de clientes.</p> <p>Cada mes, medimos el nivel de satisfacción de nuestros clientes a través de la herramienta de investigación Store Track. En el 2012 el índice de satisfacción para total CAM fue de 86%.</p>	<p>Centro de Atención Telefónica (CAT) Call center para información, comentarios y sugerencias de clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> La queja se canaliza al área correspondiente. Plazo máximo de solución: 48 horas (Supercenter 24 horas) El operador telefónico da seguimiento hasta el cierre de la incidencia. Sistema de escalamiento para situaciones específicas. Se mide satisfacción del cliente seleccionando el 10% de las quejas de manera aleatoria para evaluar el nivel de solución. 	<p>Servicio de Atención al Cliente (SAC) Call center para información, comentarios y sugerencias de clientes.</p> <p>Cada mes, medimos el nivel de satisfacción de nuestros clientes a través de la herramienta de investigación Store Track. En el 2013 el índice de satisfacción para total CAM fue de 84%.</p>
	Total de llamadas	315,261	211,091	371,226	255,470
	• % contestación	89	ND	88	ND
	• Total de quejas	15,812	ND	17,579	17,093
	• % quejas	5.0	4.2 - 7	4.7	6.70
	• % atención de quejas igual o menor a 48 horas	84	ND	77	ND
	• % respuesta a quejas	100	100	100	100
		<p>Controles de ejecución en tienda: Rally's: Revisión de los estándares de ejecución en tienda a través de Mystery Shoppers.</p> <ul style="list-style-type: none"> Indicador mensual por unidad y operadora. Rápido, amable, limpio y seguro son las dimensiones que mide dicho estudio. Las variables que se miden son: agotamientos, precios correctos, filas en cajas, El asociado acompañó al cliente hasta el producto y sanitarios limpios. <p>Se entrega un reporte unificado con principales oportunidades en Call Center y Rally's.</p>		<p>Controles de ejecución en tienda: Rally's: Revisión de los estándares de ejecución en tienda a través de Mystery Shoppers.</p> <ul style="list-style-type: none"> Indicador mensual por unidad y operadora. Rápido, amable, limpio y seguro son las dimensiones que mide dicho estudio. Las variables que se miden son: agotamientos, precios correctos, filas en cajas, El asociado acompañó al cliente hasta el producto y sanitarios limpios. <p>Se entrega un reporte unificado con principales oportunidades en Call Center y Rally's.</p>	
	Proveedores	Encuesta de satisfacción de proveedores	ND	Encuesta de satisfacción de proveedores	ND
		<ul style="list-style-type: none"> Estudio cuantitativo a través de un tercero, que mide el nivel de desempeño y satisfacción de proveedores. Se obtiene un indicador anual que muestra el ranking que ocupa la operadora en el mercado. Se obtiene benchmark vs. mercado. 		<ul style="list-style-type: none"> Estudio cuantitativo a través de un tercero, que mide el nivel de desempeño y satisfacción de proveedores. Se obtiene un indicador anual que muestra el ranking que ocupa la operadora en el mercado. Se obtiene benchmark vs. mercado. 	

responsabilidad de producto

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO				2012 CAM				2013 MÉXICO				2013 CAM			
		Bodega	Walmart	Superama	Sam's					Bodega	Walmart	Superama	Sam's				
	Rankings <ul style="list-style-type: none"> • Cadena de suministro • Relaciones de negocio • Categorías • Organización • Desempeño en tiendas 	2	2	1	4					3	5	3	2				
		1	3	4	5					6	4	6	8				
		1	2	3	4					2	1	3	6				
		1	2	6	4					3	5	3	1				
		5	6	7	3					6	2	10	2				
PR6	<p>Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estricto apego a la ética y legalidad. • El área legal analiza las campañas y anuncios publicitarios para el cumplimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el Reglamento Sanitario en Materia de Publicidad, las Normas Oficiales Mexicanas y demás regulaciones aplicables. • De manera permanente las áreas de Marketing envían para consulta y validación las campañas publicitarias, promociones, concursos y demás programas de beneficios a consumidores. • Procedimiento de publicidad comparativa para que el personal de tiendas ejecute en apego a la ética y legalidad. 	ND	<ul style="list-style-type: none"> • El área de legal analizó las campañas de publicidad y materiales de tienda, revisando que cumplan con la Ley Federal de Protección al Consumidor, el Reglamento Sanitario en Materia de Publicidad, las Normas Oficiales Mexicanas y demás regulaciones aplicables. • De manera permanente las áreas de Marketing envían para consulta y validación las campañas publicitarias, promociones, concursos y demás programas de beneficios a consumidores. • De manera permanente se envían comunicados a las tiendas para reforzar el procedimiento de publicidad comparativa. 	ND												
PR7	<p>Total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.</p>	<p>Total de incidentes de comunicaciones de marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • con resultado en multa o sanción • con resultado en amonestación • con resultado en incumplimiento de códigos voluntarios 	<p>25 procedimientos, de los cuales 22 son errores en la ejecución de señalización en tiendas de acuerdo al procedimiento de competencia vigente y 3 derivados de la falta de información en materiales de publicidad, mismos que fueron corregidos de forma inmediata.</p> <p>19 multas por publicidad comparativa.</p>	ND	<p>25 procedimientos, de los cuales 12 son errores en la ejecución de señalización en tiendas de acuerdo al procedimiento de competencia vigente y 13 derivados de la falta de información en materiales de publicidad, mismos que fueron corregidos de forma inmediata.</p> <p>10 multas por publicidad comparativa y 7 por publicidad en general.</p>	ND											
					1							0					
					0							0					

responsabilidad de producto

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
		Las irregularidades derivadas en la ejecución del procedimiento de competencia vigente a cargo de las unidades, se corrigieron de inmediato, presentando evidencia a Profeco. El área de legal, de manera constante envía comunicados a las tiendas para recordarles los lineamientos de publicidad comparativa.		Las irregularidades derivadas en la ejecución del procedimiento de competencia vigente a cargo de las unidades, se corrigieron de inmediato, presentando evidencia a Profeco. El área de legal, de manera constante envía comunicados a las tiendas para recordarles los lineamientos de publicidad comparativa.	
PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Reclamaciones de privacidad y fuga de datos	ND	ND	ND	ND
PR9 Costos de multas significativas por incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Importe de multas significativas	No se reportan multas significativas en el periodo (considerando significativas aquellas superiores a 1.2 mdp).			
OiPR Otras acciones de Responsabilidad de Producto significativas para la compañía.	• Conflicto de interés	Todos los ejecutivos de Walmart de México reportan anualmente cualquier situación que pudiera generar un conflicto de interés. Actualmente contamos con 3,392 cuestionarios. Mensualmente se incluye a los nuevos ejecutivos de la empresa.	ND	Todos los ejecutivos de Walmart de México reportan anualmente cualquier situación que pudiera generar un conflicto de interés. Mensualmente se incluye a los nuevos ejecutivos de la empresa.	ND
	• Distintivo H	Actualmente 308 negocios cuentan con Distintivo H que otorga la Secretaría de Turismo a los establecimientos que acreditan el cumplimiento a las normas de buenas prácticas de higiene en preparación y servicio de alimentos.	ND	Actualmente 178 negocios cuentan con Distintivo H que otorga la Secretaría de Turismo a los establecimientos que acreditan el cumplimiento a las normas de buenas prácticas de higiene en preparación y servicio de alimentos.	ND

responsabilidad de producto

INDICADOR	CONTENIDO	2012 MÉXICO	2012 CAM	2013 MÉXICO	2013 CAM
	Auditorías textiles a marcas privadas				
	• proveedores nacionales	50		196	
	• proveedores de importación	700		261	
		150		46	Ethical Standards: fábricas de importación, 87.9% de fábricas en Verde y Amarillo.
	Auditorías a maquiladoras de marcas propias de alimentos	185	Se auditó el 90% de los proveedores de marcas propias.	213	Ethical Standards: fábricas locales o nacionales, 77.0% de fábricas en Verde y Amarillo.
	• no aprobados	17	66% no aprobó el diagnóstico de la auditoría.	3	GFSI: Se auditó el 99% de los proveedores de marcas propias. GFSI: 23% no aprobó el diagnóstico de la auditoría.
	• Certificación Global Food Safety Initiative (GFSI)	94.5%	239 proveedores	79%	235 proveedores
			Contamos con 8 proveedores que ya tenían certificación NIVEL 3 (7%). Total de proveedores de alimentos: 104.		10% de proveedores con certificación, 4% en proceso de certificación (ya recibieron auditoría de pre-certificación). Total de proveedores: 102.
	Auditorías a maquiladoras de marcas propias de mercancías generales	139	En proceso de declaración de fábricas para auditoría de Ethical Sourcing.	134	
	• no aprobados	6	NA	5	
	Auditorías a maquiladoras de marcas propias de medicamentos	39	NA	13	
	• no aprobados	0		0	
	Quejas ante la Profeco			972	
	• concluidas			608	
	• pendientes de resolución			364	
	Inspecciones a CEDIs de perecederos	252,906		352,465	
	Auditorías en tiendas (no anunciadas de Seguridad Alimentaria)	24,810	7,500	27,321	7,686



Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **Walmart de México y Centroamérica** ha presentado su memoria "La forma de enfrentar los retos" (2014) a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3.1 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3.1 de GRI. Para conocer más sobre la metodología: www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 19 de marzo 2014

Ásthildur Hjaltadóttir
Director de Servicios
Global Reporting Initiative



Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. www.globalreporting.org

Descargo de responsabilidad: En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 07 de marzo 2014. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

INFORMACIÓN PARA inversionistas

MERCADO DE COTIZACIÓN

Bolsa Mexicana de Valores

RELACIÓN CON INVERSIONISTAS

Mariana Rodríguez
mariana.rodriguez@wal-mart.com
Teléfono
(52) 55 5283 0289

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

María Gisela Noble
gisela.noble@wal-mart.com
Teléfono
(52) 55 5283 0100, ext. 18106

PROGRAMA PATROCINADO DE ADR

The Bank of New York
Investor Services
P.O. Box 11258
Church Street Station
New York, NY 10286-1258
1 888 218 4375
shareowners@bankofny.com
www.stockbny.com

OFICINAS CORPORATIVAS

Blvd. M. Ávila Camacho 647
Colonia Periodista
Delegación Miguel Hidalgo
11220 México, D.F.

Tel.: (52) 55 5283 0100

walmartmexicoycam.com
walmex.mx



@WalmartMXyCAM



facebook.com/WalmartdeMexicoyCentroamerica

CLAVE DE COTIZACIÓN

Bolsa Mexicana de Valores
WALMEX V

PROGRAMA PATROCINADO DE ADR

WMMVY

INTERNATIONAL OT CQX

MARKET TIER
WMMVY

BLOOMBERG

WALMEXV MM
WMMVY

REUTERS

WALMEXV.Mx
WMMVY.Pk



WALMEX



EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE

MEMBER OF
Dow Jones
Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM

Este Informe Anual puede contener ciertas referencias relacionadas con el desempeño futuro de Walmart de México y Centroamérica y que deben considerarse como estimados de buena fe por parte de la Compañía. Dichas referencias reflejan sólo expectativas de su administración y se basan en supuestos e información disponibles en ese momento.

Todo lo anterior siempre estará sujeto a eventos futuros, riesgos e imponderables, que podrían afectar los resultados de la Compañía.