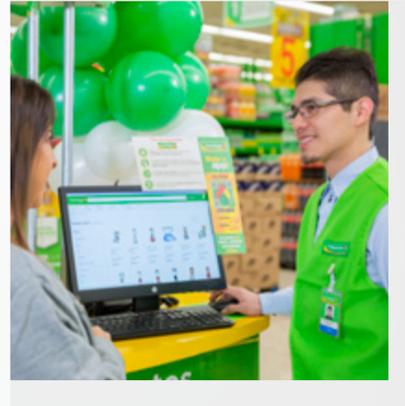
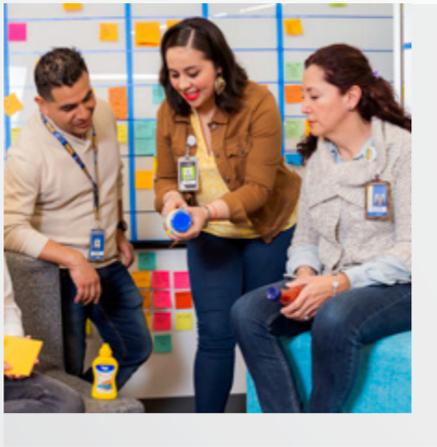


Detrás de una gran experiencia



Informe Financiero y de
Responsabilidad Corporativa
2019





Detrás

de una gran experiencia

está Walmart de
México y Centroamérica





Detrás de una gran experiencia está Walmart de México y Centroamérica

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa **2019**

4 Nuestro Negocio

- 5 **Mensaje del Presidente del Consejo de Administración y del Presidente Ejecutivo y Director General**
- 13 **Cifras Relevantes**
- 14 **Modelo de Negocio**
- 23 **Valor Compartido**

34 Transformación Ágil

- 35 **El Cliente en el Centro**
- 36 Transformando la Experiencia en Tienda y en Plataformas Digitales
- 42 Soluciones Ágiles
- 45 Clientes y Socios Satisfechos
- 48 Protección al Consumidor
- 51 Promovemos un Estilo de Vida Saludable
- 54 Nuestra Escala y Cobertura Geográfica
- 56 **Propuesta de Valor al Asociado**
- 58 Nuestro Talento
- 63 Desarrollamos Nuestro Talento
- 71 Balance de Vida
- 75 Diversidad e Inclusión

82 Generamos Valor

- 83 **Valor Financiero**
- 83 Mensaje de la Vicepresidenta Senior de Administración y Finanzas
- 84 Desempeño
- 88 Valor a los Accionistas
- 89 Inversiones
- 91 Estado de Resultados y Balance General
- 94 **Valor Ambiental**
- 96 Mitigar el Cambio Climático
- 106 Impulsar una Economía Circular
- 117 Abastecimiento Sustentable
- 119 **Valor Social**
- 120 Cadena de Valor Responsable e Inclusiva
- 142 Construyendo Comunidades Fuertes

152 Comprometidos con la Honestidad

- 153 **Ética y Cumplimiento**
- 177 **Gobierno Corporativo**
- 187 **Evaluación de Riesgos**

- 191 **Índices, Reconocimientos y Rankings**
- 199 **Índice GRI**
- 210 **Comentarios y Análisis de la Administración**
- 216 **Informe de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias**
- 218 **Informe de los Auditores Independientes y Estados Financieros Consolidados**
- 251 **Informe de Verificación Limitada Independiente**
- 260 **Glosario**
- 261 **Información para Inversionistas**



Detrás de una gran experiencia está Walmart de México y Centroamérica

Nuestro Negocio

[Mensajes](#) | [Cifras Relevantantes](#) | [Modelo de Negocio](#) | [Valor Compartido](#)



+6 millones de clientes
atendidos cada día



2,500 asociados
trabajando en equipos *agile*



+42,200 proveedores
en la región

Mensaje del Presidente del Consejo de Administración y del Presidente Ejecutivo y Director General

GRI 102-14



Enrique Ostalé

Presidente del Consejo de Administración de Walmart de México y Centroamérica



Guilherme Loureiro

Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart de México y Centroamérica

Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

* En **Walmart de México y Centroamérica** nuestra ambición es ser la cadena omnicanal más confiable y contribuir a que nuestros clientes ahorren dinero y su vida sea más fácil.

* Nuestras acciones están enfocadas en ofrecer una propuesta de valor de precios bajos todos los días y en brindar una experiencia de compra sin fricción, donde nuestros clientes compren en nuestras más de 3,400 tiendas y plataformas digitales, a su conveniencia.

2019 fue un año de transformación, de inversión y de resultados. Nos enfocamos en cambiar la forma en que trabajamos, ya que sabemos que los hábitos de compra evolucionan más rápido que nunca, por esta razón estamos liderando el cambio. Invertimos en infraestructura y capacidades para posicionarnos mejor en el futuro. Nuestra estrategia omnicanal permite potenciar nuestra extensa cobertura de tiendas y clubes al mismo tiempo que generamos sólidos resultados en nuestras operaciones.

Nos estamos convirtiendo en una organización ágil, esto significa poner al cliente aún más en el centro de las decisiones. Y para lograrlo, necesitamos entender mejor a los segmentos que atendemos, por ello incrementamos nuestra capacidad digital y de ciencia de datos. Con el mismo objetivo, nos estamos reorganizando en nuevos equipos multidisciplinarios dentro de una estructura matricial ligera donde se implementan soluciones de principio a fin.

En esta nueva forma de trabajar seguimos cuidando e inspirando a nuestros asociados. Estamos seguros que estas acciones nos ayudarán a continuar por el camino del éxito. **El Walmart del futuro está sucediendo hoy.**

En México seguimos creciendo, mantenemos un sólido desempeño e impulsamos el crecimiento futuro al desarrollar nuevas fortalezas omnicanal. Ampliamos nuestra entrega a domicilio en tiendas Walmart y Superama, incrementamos los kioscos para comprar digitalmente en Walmart y Bodega Aurrera y aumentamos los puntos *pickup* para recoger mercancía en tienda. Seguimos ampliando el número de tiendas omnicanal e implementamos innovaciones como auto-escaneo o auto-cobro. En la parte digital, trabajamos en mejorar nuestras aplicaciones de compra en todos los formatos, un ejemplo es la implementación de pedidos desde WhatsApp en Superama, el primer supermercado en ofrecer esta alternativa de compra.

Nos enfocamos en cambiar la forma en que trabajamos, ya que sabemos que los hábitos de compra evolucionan más rápido que nunca.





25.Abr.2019 / **10:20pm**
Pedido en sams.com.mx



26.Abr.2019 / **09:15am**
Picker surtiendo pedido



26.Abr.2019 / **01:15pm**
Entrega en punto pickup



26.Abr.2019 / **03:10pm**
Cientes disfrutando

Seguimos creciendo, mantenemos un sólido desempeño e impulsamos el crecimiento futuro al desarrollar nuevas fortalezas omnicanal.



Dimos pasos sólidos en nuestra estrategia de servicio a domicilio, llamada *on-demand*. Ahora podemos entregar el mismo día más de 12 mil productos. Para lograrlo, ampliamos la red logística con dos nuevos centros de distribución exclusivos para *eCommerce* y rediseñamos el proceso de surtido en tienda con tecnología que nos permite preparar los pedidos de forma más eficiente.

En Centroamérica, ampliamos las opciones de compra con el lanzamiento del servicio de *pickup* en Guatemala y Costa Rica, siendo pioneros en la región al ofrecer la posibilidad de recoger en tienda.

Nuestra estrategia omnicanal se beneficia de las capacidades digitales y de nuestra amplia cobertura de tiendas y clubes. Seguimos invirtiendo para ampliar nuestra cobertura con nuevas tiendas. Este año logramos hitos importantes, llegando a más de dos mil tiendas de Bodega Aurrera en México, y en El Salvador abrimos

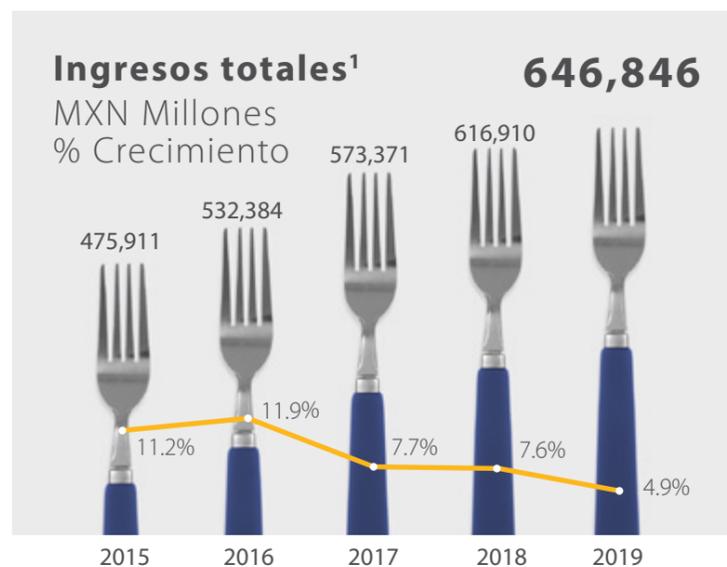
nuestra tienda número 100. Además, superamos la apertura de tiendas de los últimos cinco años, con 161 tiendas nuevas en México y Centroamérica, reflejo de nuestra confianza en las oportunidades de crecimiento en la región. Expandimos nuestra red logística, en más de 44 mil metros cuadrados en el centro de distribución de Coyoil, en Costa Rica, con lo que se convirtió en el más grande de Centroamérica.

Para seguir trabajando con total orientación hacia las personas nos apoyamos aún más en la tecnología, modernizando nuestras operaciones en tienda, logística y servicios de apoyo.

Construimos una empresa resiliente. Operar tiendas desde hace más de 60 años nos ha enseñado a lograr resultados, aún en situaciones desafiantes. Tenemos la capacidad de atender a todos los segmentos de la población, y una solidez financiera que se ha convertido en una ventaja durante la transformación.

* **+44,000 m²**
adicionales en el Cedis de Coyoil
en Costa Rica

* **+2,000 tiendas**
Bodega Aurrera operando en México



A nivel consolidado, los ingresos alcanzaron 646,846 millones de pesos con un incremento de 4.9% con respecto al año pasado. Los gastos crecieron 4.6%, 30 puntos base por debajo del total de ingresos. La utilidad de operación aumentó 4.7%. El flujo operativo EBITDA alcanzó 71,005 millones de pesos con un crecimiento de 5.7% con respecto a 2018 y una expansión de 10 puntos base.

¹ Walmex excluyendo Banco Walmart y Suburbia.

* Para proporcionar mejor visibilidad del desempeño de nuestro negocio, estamos incluyendo una estimación retroactiva del efecto que la adopción de la NIIF 16 hubiera tenido en los resultados financieros de 2018. Estas cifras pro-forma no están auditadas, pero se basan en los resultados auditados reportados en 2018 y fueron ajustados con nuestras mejores estimaciones para mostrar los efectos relacionados a la adopción de la NIIF 16. Es importante considerar que todas las referencias sobre los resultados del año anterior, se basan en las cifras pro-forma del 2018.



* **+238,900 asociados**
en México y Centroamérica

* **26,381 asociados**
promovidos

En Walmart de México y Centroamérica cada año nos desafiamos para tomar mejores decisiones y crear Valor Compartido para todos nuestros grupos de interés. Creemos firmemente que como empresa exitosa vamos un paso más allá, el objetivo a largo plazo es mejorar los sistemas en los que nos apoyamos, como el desarrollo de la fuerza laboral o las cadenas de suministro. No solo para generar confianza en el cliente, sino también para mejorar la seguridad del abasto, la calidad de los productos y servicios, administrar los costos y gastos eficientemente, generar nuevas fuentes de ingresos, y atraer y retener talento. Al fortalecer estos sistemas avanzamos en ser una compañía responsable, al tiempo que maximizamos el valor del negocio.

Estamos invirtiendo en nuestros más de 238,900 asociados, a través de la mejora de nuestra Propuesta de Valor por medio de mejores oportunidades educativas, beneficios y capacitación. Ampliamos nuestras licencias de maternidad y paternidad, y seguimos trabajando para ofrecer un entorno laboral seguro, diverso e inclusivo. Este año abrimos nuestra primera tienda Walmart inclusiva, la cual ofrece mayor facilidad y autonomía a nuestros clientes y asociados con alguna discapacidad motriz, visual o auditiva.



Proyecto Gigatón™



Desarrollamos nuevas iniciativas para ser más sustentables. A finales de este año, lanzamos el Proyecto Gigatón, una iniciativa que tiene como objetivo evitar mil millones de toneladas métricas (un gigatón) de gases de efecto invernadero de nuestras cadenas de valor mundiales para 2030.

Asimismo, nos enorgullece anunciar que este año Walmart de México y Centroamérica se ha adherido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, fortaleciendo nuestro compromiso de tomar medidas y operar de manera responsable de acuerdo con sus principios de respeto a los derechos humanos, estándares laborales, medio

ambiente, y lucha contra la corrupción, así como a llevar a cabo acciones estratégicas para avanzar hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Nos llena de satisfacción el gran esfuerzo de nuestros asociados y la estrecha colaboración con nuestros socios comerciales. Agradecemos la confianza de los accionistas y reiteramos nuestro compromiso de contribuir a las comunidades locales donde operamos. Muchas gracias por el interés en nuestra compañía.

Enrique Ostalé

Presidente del Consejo de Administración de Walmart de México y Centroamérica

Guilherme Loureiro

Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart de México y Centroamérica



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Cifras 2019

Descarga todas nuestras cifras 2019 aquí

Omnicanal	Económico y Financiero	Medio Ambiente	Social	Gobierno Corporativo
<p>* 61% crecimiento GMV</p>	<p>* 646,846 millones de ingresos totales +4.9% Cr.*</p>	<p>* 88% de nuestras tiendas son abastecidas con energía renovable</p>	<p>* 42,224 proveedores de la región</p>	<p>* 106,205 horas de capacitación en nuestra Declaración de Ética</p>
<p>* 1,115 puntos pickup en todos nuestros formatos</p>	<p>* 11.0% de los ingresos de EBITDA +5.7% Cr.*</p>	<p>* 70% de avance en nuestra meta Cero Residuos</p>	<p>* 93% de las mercancías vendidas en México se compran en el país</p>	<p>* -10% de accidentes de asociados en México</p>
<p>* 256 tiendas ofreciendo <i>on-demand</i> (entrega mismo día)</p>	<p>* 63,745 millones de generación de efectivo +5.4% Cr.*</p>	<p>* 51% del consumo de energía proviene de fuentes renovables</p>	<p>* 86% de las mercancías vendidas en Centroamérica se compran en la región</p>	<p>* -24% de accidentes de asociados en Centroamérica</p>
<p>* 894 kioscos (Bodega + Walmart)</p>	<p>* 20,575 millones de inversión +14.7% Cr.*</p>	<p>* 2,274 productos con mejoras para reducir su impacto ambiental</p>	<p>* 1,508 millones de pesos canalizados a través de los programas de impacto social</p>	<p>* 595 proveedores completaron o renovaron su entrenamiento anticorrupción</p>

* % crecimiento vs 2018.



Modelo de **Negocio**

GRI 203:103-1, 103-2, 103-3, 203-2

Nuestros clientes siempre están en el centro de todas nuestras decisiones, por ello nuestro modelo de negocio tiene como ambición ofrecer una experiencia de compra sin fricción, a la vez que los apoyamos para que ahorren dinero y contribuimos a hacer su vida más fácil.

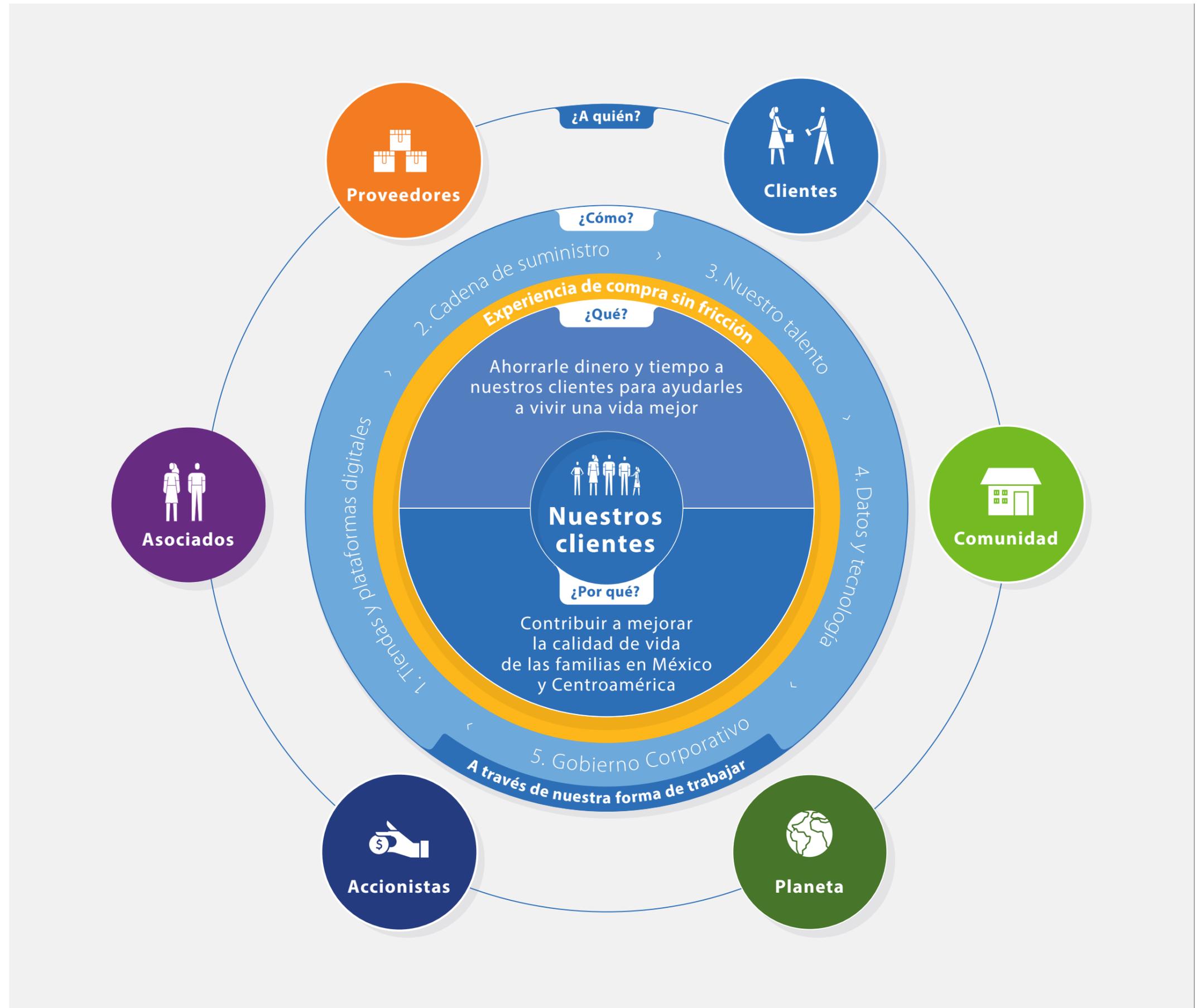
Las capacidades en las que nos apoyamos son nuestras tiendas y plataformas digitales, cadena de suministro, talento, y datos y tecnología.

Esto nos permite seguir entregando valor a todos nuestros grupos de interés: clientes, accionistas, asociados, comunidad, planeta y proveedores.



Nuestro Modelo de Negocio

- **El cliente en el centro:** Nos estamos transformando en una organización aún más centrada en el cliente, esto significa poner a nuestros clientes en el centro de todas nuestras decisiones
- **Experiencia de compra sin fricción:** Nuestros clientes pueden elegir comprar en tienda o en línea; pasando de una plataforma a otra sin distinción, buscamos que nuestros clientes compren donde quieran, como quieran y cuando quieran
- **Nuestras capacidades:** Los recursos claves que nos distinguen en nuestro modelo de negocio son: nuestras tiendas y plataforma digitales, cadena de suministro, talento, y datos y tecnología
- **Nuestra forma de trabajo:** Estamos cambiando nuestra forma de trabajar para convertirnos en una organización ágil
- **Grupos de interés:** Buscamos seguir creando valor para todos nuestros grupos de interés: clientes, comunidad, planeta, accionistas, asociados y proveedores





1. Tiendas y plataformas digitales

Ofrecemos una experiencia de compra integrada entre lo físico y lo digital, siempre comprometidos con una propuesta de valor de precios bajos, y al servir a diferentes segmentos de clientes estamos mejor preparados ante situaciones adversas, es decir, ganamos resiliencia.

Abrimos 161 tiendas durante 2019, el mayor número en cinco años, 134 tiendas en México y 27 en Centroamérica.

Fortalecimos nuestra presencia digital, por primera vez nuestros clientes utilizan WhatsApp para solicitar pedidos. Seguimos invirtiendo en nuestras páginas web, centros de atención telefónica y en aplicaciones propias disponibles en Android y iOS.

Nuestra estrategia omnicanal permite potenciar nuestra extensa cobertura de tiendas al equiparlas con nuevas capacidades digitales.

Estamos remodelando y abriendo nuevas unidades bajo un nuevo esquema omnicanal, donde nuestros clientes pueden combinar diferentes canales de compra y distintas formas de entrega de productos.

La tienda Omnicanal

* **+12,000 artículos** de mercancías generales entregados a través de nuestro servicio on-demand en 256 tiendas Walmart y Superama

* **1,115 puntos pickup** en todos nuestros formatos

* **+300 kioscos** de eCommerce en Bodega Aurrera

* **60% de tiendas** Walmart con servicio on-demand en 59 ciudades

* **2 nuevos Cedis** dedicados a eCommerce en Guadalajara y Monterrey

5 capacidades Omnicanal



- 1 Fachada omnicanal**
Identifica fácilmente nuestras tiendas omnicanal
- 2 Puntos pickup**
Compra digitalmente y recoge aquí sin bajar del automóvil. Contamos con estacionamiento especial y algunas tiendas con bahía
- 3 Módulo eCommerce**
Dentro de la tienda, es posible recoger las compras hechas en línea o teléfono. O bien, comprar en línea y pagar en tienda

- 4 Operación de súper a domicilio**
Rediseñamos nuestra operación en trastienda y en última milla para agilizar nuestras entregas a domicilio
- 5 Kiosco eCommerce**
Ampliamos las opciones disponibles con nuestro catálogo extendido. Fácil de consultar desde el módulo en tienda
- Transformación digital (Opcional)**
 - Auto-escaneo/auto-cobro
 - Pantallas catálogo extendido
 - Internet inalámbrico gratis
 - Señalización digital

Participación en ventas por formato de negocio

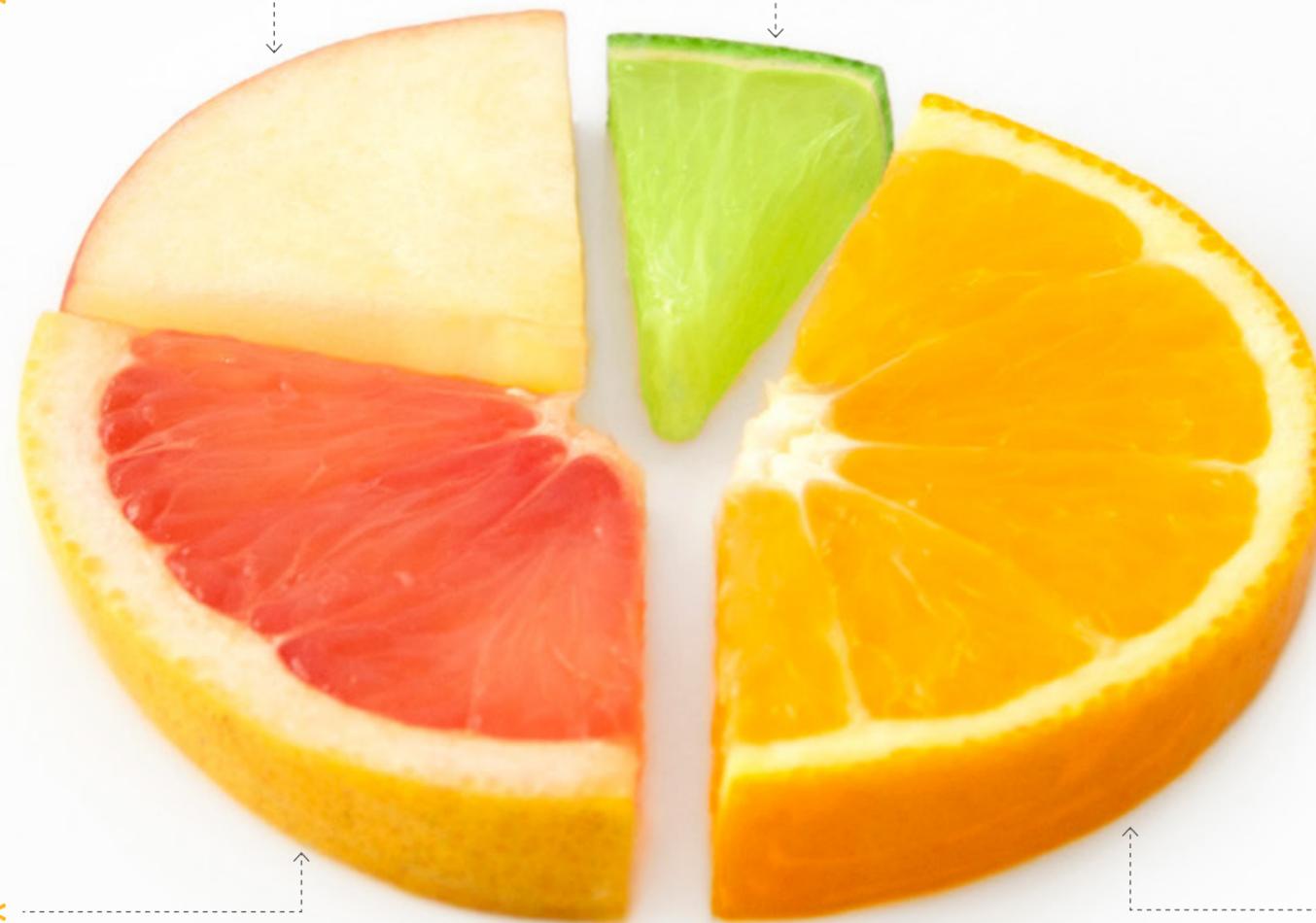
Nuestra estrategia multiformato nos permite atender distintas ocasiones de compra en los diferentes segmentos socioeconómicos.

Clubes de precio

Club de precios con membresía, enfocado en negocios y hogares con ingresos altos

Supermercados

Excelente calidad en departamentos de perecederos a precios razonables



Hipermercados

El surtido más amplio de mercancía con Precios Bajos Todos los Días

Bodegas y tiendas de descuento

Mercancías generales básicas, comida y artículos para el hogar a los mejores precios



2. Cadena de suministro

GRI 102-9

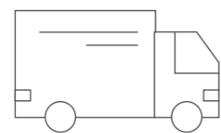
Nuestra red logística cuenta con 28 centros de distribución, 16 en México y 12 en Centroamérica. Durante el año, en México recorrimos más de 323 millones de kilómetros con lo cual realizamos una entrega cada 20 segundos a nuestras tiendas y clubes.

Estamos construyendo la cadena de suministro para el Walmart del futuro. Fortalecimos nuestras capacidades omnicanal en México con la inauguración de dos centros de distribución dedicados a *eCommerce*, localizados en Guadalajara y Monterrey. Gracias a una inversión de 370 millones de pesos, podemos entregar en dos días artículos de catálogo extendido en las principales ciudades del país. Dentro de los artículos que pueden solicitarse con esta mejora se encuentran más de 12 mil productos adicionales como laptops, celulares, televisiones, licuadoras, audio y muchos artículos más de hogar y electrónica. Con estas aperturas, mejoramos significativamente el servicio en 17 estados de la república reduciendo alrededor del 50% los kilómetros recorridos.

Además, en 2019 iniciamos la construcción de tres centros de distribución, uno dedicado a *eCommerce* en el Estado de México y dos nuevos con cobertura omnicanal en Mérida y Chihuahua. Los nuevos centros de distribución abrirán a partir del primer semestre de 2020.

En Centroamérica contamos con centros de distribución en cinco países. Durante el año ampliamos el centro de distribución del Coyol, en Costa Rica. La expansión agregó más de 44 mil metros cuadrados, con lo cual se convierte en el más grande de Centroamérica.

Para continuar ofreciendo un alto nivel de servicio, en el año realizamos proyectos de reingeniería en los centros de distribución mejorando el diseño logístico; simplificamos nuestros procesos de recibo, implementamos sistemas para mejorar la planeación de recursos y aumentar el desempeño por asociado, entre las cuales está la adquisición de máquinas automáticas de película elástica para empaque de tarimas, lo que ayuda a incrementar la productividad y facilita el manejo por parte de nuestros asociados.



+323 millones de km recorridos, con lo cual realizamos una entrega cada 20 segundos



Avanzamos en la reducción de accidentes gracias a capacitación e iniciativas donde involucramos a nuestros asociados y sus familias en una cultura de seguridad y prevención.

Recibimos el distintivo Storage Certificated Calificación AA del British Retail Consortium, por la alta inocuidad en el manejo de alimentos¹. El reconocimiento se otorgó a las operaciones de San Martin Obispo, Chalco y Monterrey, siendo las primeras en Walmart a nivel internacional.

Estamos invirtiendo en preparar a los futuros líderes en logística. Este año se graduó la decimoprimer generación del Diplomado Gerencial en Distribución impartido por el Tecnológico de Monterrey. Desde 2008 han participado 295 asociados en este programa, de los cuales 53% han sido promovidos a mejores oportunidades laborales.

1 El British Retail Consortium es una asociación comercial de *retail* en Reino Unido que certifica la seguridad de los alimentos durante los procesos de producción, empaque, almacenamiento y distribución.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019



3. Talento

Los asociados son uno de los pilares más importantes de nuestro modelo de negocio, fomentamos un sentimiento de pertenencia y confianza para ellos, ofreciendo un lugar para ser, crecer y pertenecer.

Estamos cambiando nuestra forma de trabajar para convertirnos en una organización ágil. Para apoyar la transformación, implementamos evaluaciones 360°, creamos la Propuesta de Valor al Asociado y también rediseñamos el proceso de retroalimentación a líderes. Trabajamos para elevar los estándares en pro de la inclusión. Nuestro enfoque está en la inclusión y no solo en la diversidad. Somos miembros del Pacto de San José, grupo encabezado por Pride Connection, el cual busca promover espacios de trabajo inclusivos.

Realizamos eventos en universidades para atraer talento a nuestra organización, destacando los beneficios y oportunidades de desarrollo que ofrecemos, con lo que logramos aumentar el número de postulaciones.

En Centroamérica nos aliamos con universidades locales para diseñar un programa enfocado en *retail* con duración de dos años. Las clases son en línea en convenio con el Massachusetts Institute of Technology (MIT); actualmente tenemos más de 200 personas inscritas. Lanzamos *Talk push*, el cual facilita el contacto con los candidatos durante el proceso de reclutamiento, iniciamos con 30 mil aplicaciones y actualmente se procesan 70 mil.

* **238,972 asociados**
en México y Centroamérica



4. Datos y tecnología

En línea con la estrategia de transformación digital, invertimos sustancialmente en el desarrollo de nuevas capacidades tecnológicas. Las operaciones de tienda, logística y servicios de apoyo se están modernizando con lo último en tecnología para tener una operación ágil.

Concluimos el despliegue de FlexPOS, nuestro sistema para administrar el punto de venta, el cual permite tener más opciones de pago como auto-escaneo, auto-cobro y servicios financieros, mejorando la experiencia de compra de nuestros clientes e incrementando la productividad de nuestros asociados en línea de caja. Migramos exitosamente el proceso de nómina, catalogada como una de las tres más grandes del mundo para SAP. Seguimos ampliando la cobertura de internet inalámbrico en tiendas y clubes, y por primera vez lanzamos el Tech Day 1.0, un evento donde reunimos proveedores tecnológicos con la idea de impulsar el uso de herramientas de vanguardia dentro de nuestra industria.

Además de la tecnología, nuestra transformación enfatiza el análisis de datos, siendo uno de los pilares de nuestra definición de una organización ágil.

La Oficina de Datos es nuestra iniciativa para evolucionar a una compañía con capacidad de generar soluciones analíticas más avanzadas usando datos. Este año alcanzamos una evolución importante en el modelo de madurez de esta oficina. Ahora se generan más indicadores clave, los cuales están 100% validados y brindan certidumbre en la toma de decisiones.

Desarrollamos un modelo de recomendación en nuestras plataformas digitales, el cual sugiere a nuestros clientes productos complementarios considerando sus compras omnicanal. El modelo genera hasta un 35% más de conversión de compra. Mediante iniciativas como esta el Walmart del futuro está sucediendo hoy.

Valor Compartido

GRI 102-15, 102-31, 203-1

El propósito de Walmart es ahorrarle dinero a nuestros clientes y ayudarles a vivir una vida mejor. Ayudamos a las familias a que encuentren soluciones que faciliten su estilo de vida ocupado proporcionándoles acceso conveniente a alimentos y otros productos de bajo costo en todo el mundo, generando al mismo tiempo oportunidades económicas y buscando una mejora en la sustentabilidad social y ambiental para lograr el fortalecimiento de las comunidades locales.

Para nosotros no hay distinción entre ser un ciudadano responsable y una empresa exitosa. Aspiramos a convertirnos en la cadena omnicanal más confiable y de la que nuestros grupos de interés puedan sentirse muy orgullosos.





Para lograr este círculo virtuoso Walmart – Grupos de interés, contamos con el firme compromiso de nuestros líderes para desarrollar competencias y nuevas formas de conocimiento, así como para mantener un diálogo continuo con nuestros grupos de interés para considerar sus necesidades.

Aumentamos el valor del negocio ayudando a abordar importantes necesidades de la sociedad e, igualmente, podemos ayudar a transformar la sociedad a través de nuestro negocio.

Para Walmart de México y Centroamérica, Valor Compartido implica la creación de valor económico, ambiental y social para todos nuestros grupos de interés. Esto aumenta la competitividad de la compañía, al mismo tiempo que contribuimos a mejorar las condiciones sociales y económicas de aquellos con quienes nos relacionamos.

De esta forma, nos esforzamos diariamente en:



Actuar responsablemente, garantizando el cumplimiento, la sustentabilidad y eficiencia de nuestras operaciones y cadena de valor



Realizar inversiones a largo plazo que beneficien tanto a las comunidades como a los accionistas de la compañía



Mejorar la confianza de los clientes brindándoles productos de calidad, innovadores y a precios bajos



Preservar el medio ambiente como base de negocio, entendemos que el futuro de la compañía está estrechamente ligado al futuro del planeta



Entregar valor a los proveedores y asociados, además de fortalecer las relaciones con la sociedad civil

GRI 102-40, 102-42, 102-43, 102-48

Modelo de Valor Compartido

GRI 102-16, 203-1, 203-2

Una compañía de nuestro tamaño con 238,972 asociados, más de 2,200 millones de clientes, 42,224 proveedores y presencia en 675 ciudades en la región– tiene la posibilidad y la responsabilidad de contribuir de forma significativa al desarrollo sustentable. Es por ello que creemos en nuestro enfoque: Valor Compartido.

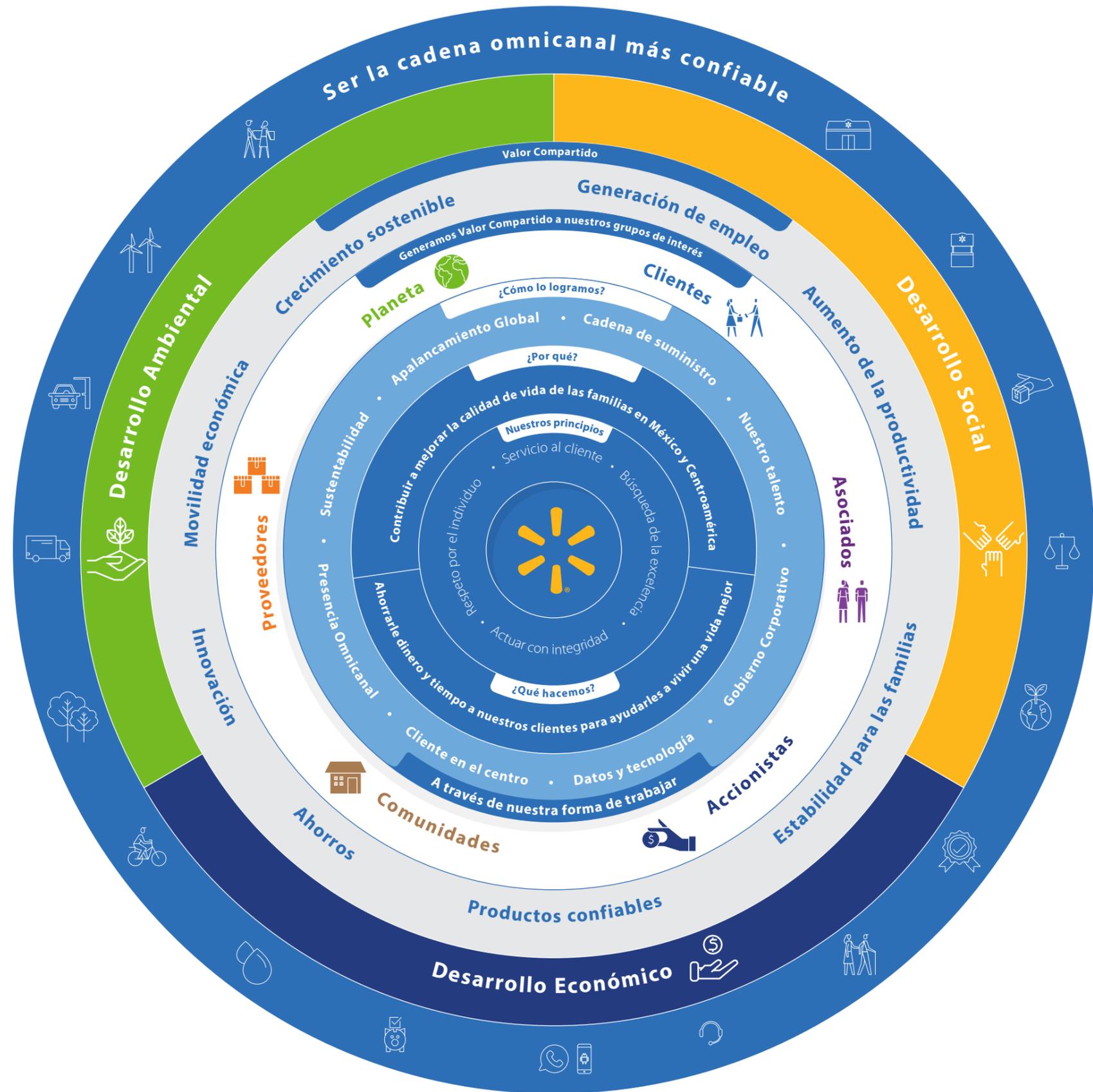
Nuestra compañía siempre ha sido una organización basada en valores y dirigida de forma ética, guiada por nuestros principios que orientan nuestras decisiones y liderazgo.

Cada una de estas acciones está alineada con nuestro propósito de ahorrarle dinero y tiempo a los clientes y ayudarles a vivir una vida mejor, con la visión de contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias de la región.

Esto lo logramos a través de nuestra forma de trabajar, en conjunto con todos nuestros grupos de interés.

Juntos generamos Valor Compartido a la sociedad y al planeta para potencializar el desarrollo económico, ambiental y social.

Construir este círculo virtuoso, nos lleva a ser la cadena omnicanal más confiable, de la cual todos nos sentimos muy orgullosos.





Queremos utilizar nuestra escala de manera positiva, para contribuir de forma significativa al desarrollo sustentable.

Prioridades **ASG**

Para maximizar el Valor Compartido, nuestro objetivo no solo es dirigir un buen negocio omnicanal, sino también realizar mejoras a gran escala y duraderas en los ecosistemas más destacados de nuestro negocio.

Tenemos una habilidad única para hacer la diferencia a través de nuestras fortalezas, en la que definitivamente juegan un papel relevante nuestros asociados de la región, las relaciones con nuestros proveedores, nuestra experiencia en alimentos, comestibles y otras categorías, las unidades y nuestras capacidades logísticas y tecnológicas.

Determinamos nuestras prioridades ASG basándonos en la relevancia que tiene cada tema para el propósito de la compañía, de las categorías que manejamos y de nuestros mercados clave; la capacidad de nuestra compañía para crear el cambio; así como en la importancia para nuestros clientes y demás grupos de interés.

Estas prioridades están fundamentadas en información valiosa que nos proporcionan nuestros grupos de interés. En 2018, elaboramos nuestro [Análisis de Materialidad](#), los resultados de este ejercicio nos ayudaron a:



Identificar temas prioritarios para la empresa



Identificar temas prioritarios para cada uno de nuestros grupos de interés



Identificar riesgos y oportunidades



Definir e implementar planes de acción que contribuyen a mejorar nuestro desempeño

Con base en nuestro enfoque estratégico y en los temas considerados esenciales por nuestros grupos de interés, hemos definido tres pilares estratégicos para nuestra empresa:

GRI 102-46, 102-47



Mantenemos nuestra estrategia actualizada a través de un proceso de mejora continua y compartimos nuestros compromisos, progresos y desafíos con todos nuestros grupos de interés:



El propósito, los valores y la estrategia de negocios de Walmart



En Walmart contamos con diferentes medidas y herramientas para avanzar en el proceso de incorporación de nuestras prioridades ASG en nuestra operación:

GRI 102-46, 102-47



Principios, compromisos y posturas que ofrecen orientación a las personas y aseguran, tanto el cumplimiento de las leyes, como la adhesión a los estándares que superan estos lineamientos. Un ejemplo es nuestra Declaración de Derechos Humanos. Estamos comprometidos con el cumplimiento de los derechos humanos reconocidos internacionalmente, no solo dentro de nuestras propias operaciones, sino también a lo largo de toda nuestra cadena de valor



Índices sustentables: estas evaluaciones independientes de terceros son una importante fuente de motivación para nosotros y sirven como herramienta de gestión, a la vez que nos ayudan a identificar nuestro progreso, así como nuestras áreas de posibles mejoras



Lineamientos como los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible



Enfoques para una gestión responsable de la empresa y para actuar con integridad: incluyendo nuestro enfoque ASG, nuestra Declaración de Ética así como nuestras estructuras de gobierno corporativo y de cumplimiento



Definición de objetivos ASG en las principales áreas de la empresa



Gestión ASG

El propósito de la gestión ASG es integrar sistemáticamente la sustentabilidad en nuestro negocio, teniendo en cuenta los efectos recíprocos entre aspectos económicos, ambientales y sociales de una manera eficiente y orientada a las soluciones.

Comité de Responsabilidad Corporativa

GRI 405-1



Composición al 31 de diciembre de 2019

GRI 102-19, 102-20, 102-22

Presidente:	Director General
Miembros:	Asuntos Corporativos, Centroamérica
	Auditoría
	Bienes Raíces
	Compras
	Comercio Electrónico
	Cumplimiento
	Finanzas y Relaciones con los Inversionistas
	Legal, Centroamérica
	Legal y Asuntos Corporativos
	Operaciones
	Recursos Humanos
	Transformación Digital

Nuestra responsabilidad como empresa es comparable a nuestro tamaño. Por eso alineamos la estrategia de negocio con nuestros principios ASG. Para ello, contamos con un Comité de Responsabilidad Corporativa, liderado por nuestro Director General y compuesto por altos ejecutivos de cada una de las áreas de la empresa.

Las principales funciones de este Comité son definir la estrategia ASG de la empresa a largo plazo, ajustar los procesos operativos y tomar decisiones, así como desarrollar planes de acción para cada asunto esencial. Este Comité sesiona cuatro veces al año.



54%

de los miembros son mujeres

En Walmart México y Centroamérica trabajamos para asegurar que cada operación, cada producto y cada servicio genere valor para todos nuestros grupos de interés.

Día con día, esta responsabilidad recae en la Dirección Ejecutiva de Desarrollo Corporativo, quien reporta directamente al Vicepresidente Ejecutivo y Director General de Legal y Asuntos Institucionales para México y Centroamérica. La dirección se encarga de encontrar las fortalezas y oportunidades de la empresa en temas ASG, así como de coordinar el desarrollo de planes, los objetivos e indicadores para mejorar nuestro desempeño en conjunto con el Comité de Responsabilidad Corporativa.



Principales responsabilidades del Comité de Responsabilidad Corporativa:

GRI 102-29, 102-30, 102-31



Asegurar la sólida integración del desarrollo sostenible en la estrategia de la empresa



Evaluar la efectividad de las iniciativas de Responsabilidad Corporativa y el progreso de la implementación



Apoyar la consolidación de cambios estructurales y establecer los planes de acción, indicadores, políticas y procedimientos



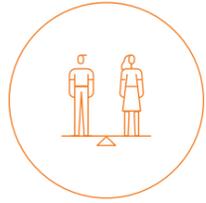
Dirigir a la empresa hacia las tendencias nacionales e internacionales para mantener nuestra posición de liderazgo



Analizar riesgos e identificar internamente las oportunidades que surjan para mejorar nuestro desempeño



Establecer una visión a largo plazo y prioridades estratégicas que se basan en lo que es mejor para nuestros clientes, el negocio y la sociedad



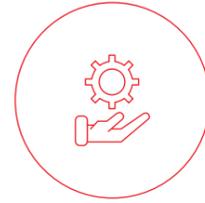
Derechos Humanos



Medio Ambiente



Estándares Laborales



Anticorrupción

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Nos enorgullece anunciar que este año nos convertimos en signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, fortaleciendo nuestro compromiso de operar responsablemente de acuerdo con los diez principios y de tomar medidas estratégicas para avanzar hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Ser signatario de esta iniciativa nos ayuda a integrar firmemente la sustentabilidad en nuestra estrategia empresarial. Además de proporcionarnos el marco adecuado para reforzar nuestro compromiso a largo plazo con las prácticas comerciales responsables y éticas.



APOYAMOS EL PACTO MUNDIAL

Contribución a los ODS

GRI 102-12

Nuestros ODS prioritarios

Nuestra estrategia de Valor Compartido responde a los desafíos globales que afectan a nuestro negocio y a nuestros grupos de interés, desde la desigualdad y los derechos humanos, hasta el cambio climático y el desperdicio de alimentos.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS) proporcionan un enfoque sobre cómo las empresas, los gobiernos y la sociedad civil pueden abordar estos desafíos para promover un futuro más sostenible para todos.

En Walmart de México y Centroamérica contribuimos de diferentes maneras y en diferentes grados al cumplimiento de todos los ODS. En línea con la orientación del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, hemos identificado qué objetivos son especialmente relevantes para nosotros: dónde son mayores las expectativas, los riesgos y las oportunidades para la empresa, y dónde podemos hacer la contribución más significativa.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019



Sobre este reporte

Hemos estado informando sobre una amplia gama de temas ASG desde 2004. En Walmart de México y Centroamérica nos esforzamos por dar continuidad a la publicación clara y transparente de nuestro desempeño.

Este reporte ha sido preparado de acuerdo con los Estándares GRI (*Global Reporting Initiative*) de conformidad Exhaustiva. Asimismo, marcos como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB) y el *Task Force on Climate-related Financial Disclosures* (TCFD) inspiran los temas claves a comunicar en nuestros reportes.

La información contenida en este documento cubre el período del 1 de enero al 31 de diciembre de 2019, y describe el desempeño de todos los formatos de negocio pertenecientes a Walmart de México y Centroamérica, en los seis países en los que operamos; su cobertura incluye la operación de nuestras unidades, centros de distribución, comercio electrónico y oficinas.

Proporcionamos información adicional sobre una variedad de temas ASG en los siguientes recursos:

Ambiental

- [Análisis de Materialidad](#) 
- [Política de Sustentabilidad Ambiental](#) 
- [Política de Pesca Sustentable](#) 
- [Política de Deforestación](#) 

Social

- [Estándares para Proveedores](#) 
- [Abastecimiento Responsable](#) 

Gobierno Corporativo

- [Declaración de Ética](#) 
- [Estándares Laborales](#) 
- [Política Anticorrupción](#) 



Detrás de cada momento, hay un equipo que se transforma

Transformación Ágil

El Cliente en el Centro | Propuesta de Valor al Asociado



+2,200 millones

de transacciones atendidas en
nuestras tiendas y clubes



50% menos km recorridos

en entregas de *eCommerce* en 17 estados



9.5 millones de horas

de capacitación a asociados

El Cliente en el Centro

Nuestros clientes son nuestra mayor prioridad, junto con nuestros asociados y las comunidades donde operamos; así está reflejado en nuestros principios básicos que son los valores que guían nuestras decisiones y nuestro liderazgo.

Nos estamos transformando para responder de manera más ágil a los nuevos hábitos de consumo, dentro de los cuáles el aspecto digital cobra mayor relevancia en nuestros clientes.

Por ello, cambiamos nuestra forma de trabajar y seguimos enfocados en ofrecer una experiencia de compra omnicanal sin fricción, donde los clientes puedan moverse de forma fácil, integrada y sin obstáculos entre la tienda y las plataformas digitales.

Estamos aquí para servir a nuestros clientes y contribuir positivamente en las comunidades donde tenemos presencia.

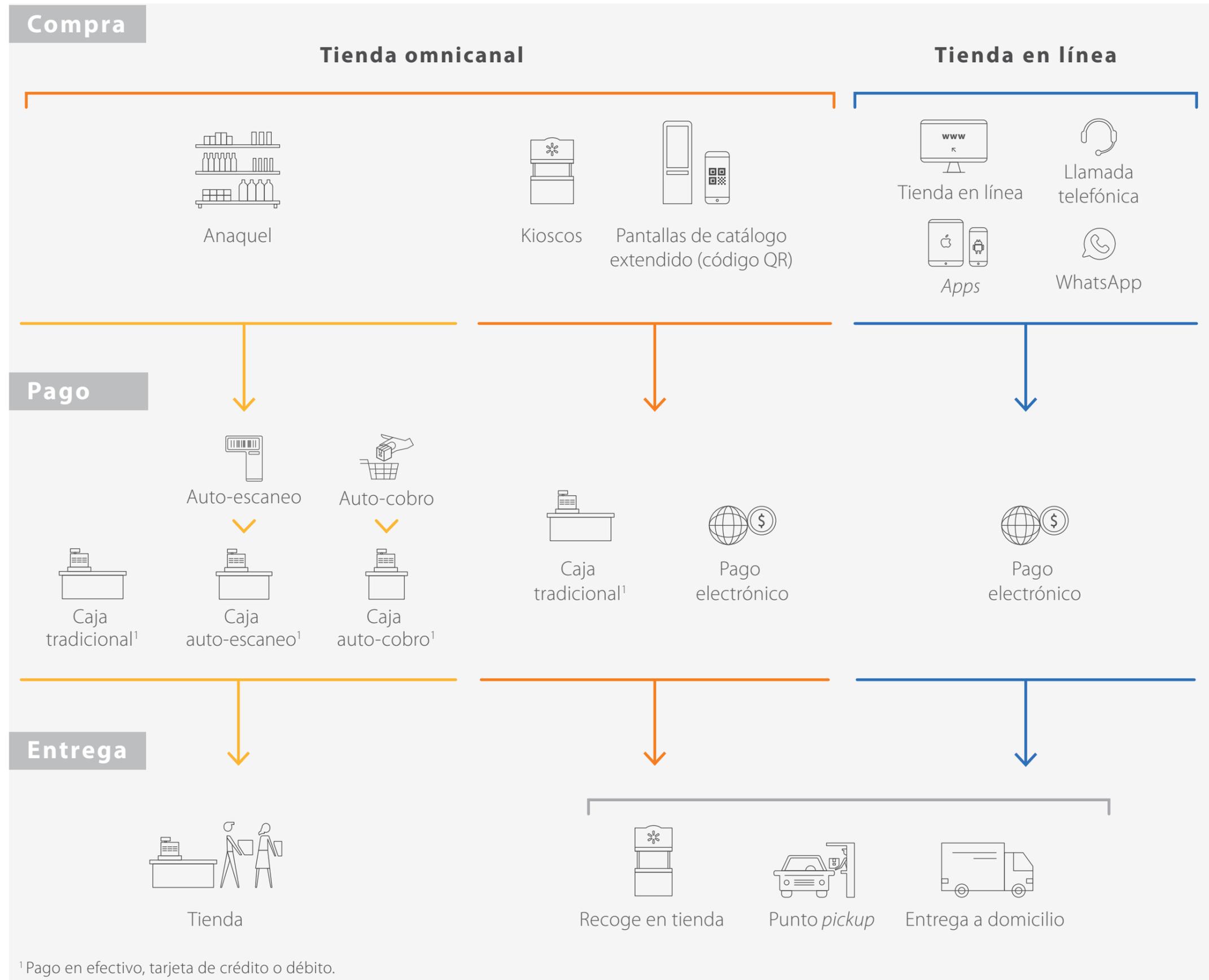


Transformando la experiencia en tienda y en plataformas digitales

La experiencia omnicanal

Los clientes pueden realizar sus compras en la tienda física o en plataformas digitales, usando diferentes medios de pago y seleccionando distintas formas de entrega de su mercancía.

En la tienda omnicanal combinamos los beneficios de la tienda física con las nuevas ventajas digitales. Dentro de la tienda, nuestros clientes pueden realizar compras en línea a través de los kioscos y pantallas de catálogo extendido y para recibir su mercancía pueden elegir entre: *pickup* para recoger en tienda, entrega a domicilio o seleccionar los productos directo del anaquel. Las plataformas digitales ofrecen a nuestros clientes la flexibilidad de comprar en el momento y lugar que les sea más conveniente.





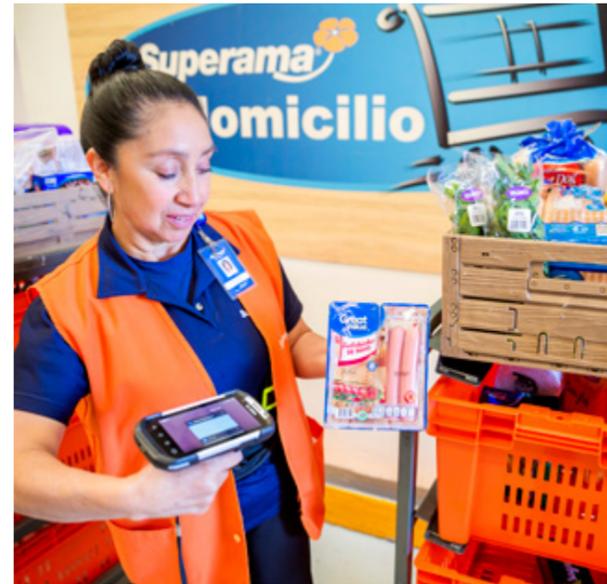
Equipo ágil planeando mejorar la experiencia del cliente



26.Jul.2019 / **11:32am**
Pedido en app Superama



26.Jul.2019 / **12:45pm**
Picker surtiendo pedido



26.Jul.2019 / **02:15pm**
Entrega a domicilio



Las innovaciones en tienda y plataformas digitales permiten mejorar la experiencia omnicanal, es decir, que nuestros clientes pueden comprar como quieran, donde quieran y cuando quieran.

26.Jul.2019 / **04:15pm**
Familia disfrutando



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa **2019**



Transformación en tienda

Seguimos aumentando el número de tiendas con capacidades omnicanal para que nuestros clientes puedan combinar lo mejor del mundo físico y digital. Dentro de las tiendas Walmart y Bodega Aurrera ya contamos con 894 kioscos digitales donde los clientes pueden comprar artículos de catálogo extendido. Hemos equipado 1,115 puntos *pickup* en los cuales nuestros clientes pueden recoger sus pedidos sin costo adicional.

Innovamos para nuestros clientes con la opción de auto-cobro. La nueva tecnología permite a los clientes escanear ellos mismos sus productos y pagar mediante tarjeta de crédito, débito o efectivo, lo que les da mayor independencia y rapidez en el proceso de compra. Patio Santa

Fe en la Ciudad de México, es la primera tienda Walmart habilitada con estas características.

Otra modalidad de innovación, son nuestras tiendas con auto-escaneo donde nuestros clientes escanean y empaacan sus productos, para posteriormente pagar en una caja especial, lo que también hace el proceso de compra y pago más eficiente.

Bodega Aurrera está dando pasos firmes en cobertura omnicanal, este año abrimos más de 300 kioscos de catálogo extendido para comprar digitalmente y recoger sus productos en la tienda más cercana. Nuestra oferta omnicanal está presente en todos los segmentos de la población.

* **894** kioscos digitales
de catálogo extendido

* **1,115** puntos *pickup*



* **3 formatos habilitados**
con auto-cobro y auto-escaneo,
Bodega, Walmart y Superama

* **1ª tienda inclusiva**
Walmart Punto Guadiana

Abrimos nuestra primera tienda inclusiva, Walmart Punto Guadiana en Durango; donde nuestros clientes y asociados encontrarán facilidades que amplían la accesibilidad para mujeres embarazadas y adultos mayores. El diseño cuenta con botones de ayuda, accesos especiales, mobiliario accesible y guías táctiles que facilitan la experiencia de compra de personas con alguna discapacidad visual, motriz o auditiva, ofreciéndoles una mayor independencia al momento de comprar. Para nuestros asociados también incluimos facilidades que permiten una forma de trabajo más agradable y autónoma.

En Centroamérica, ampliamos las opciones de compra con el lanzamiento del servicio de *pickup* en Guatemala y Costa Rica. La tienda Supermercado Paiz Naranjo, localizada en Guatemala, es la pionera en Centroamérica ofreciendo la posibilidad de recoger en tienda sus productos.

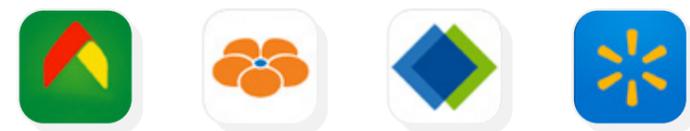
Estamos ampliando las experiencias más allá de una compra, apoyando a las comunidades donde operamos con espacios donde nuestros clientes pueden acudir a una consulta médica, usar nuestros servicios bancarios o incluso reciclar sus envases usando las máquinas automáticas, todo ello mientras realizan el súper.

Transformación en plataformas digitales

Para mejorar la experiencia digital, nuestras *apps*, página web y ahora WhatsApp continúan evolucionando para brindar una experiencia de compra sin fricción.

Lanzamos la *app* de Bodega, con la cual nuestros clientes pueden comprar y elegir recibir sus pedidos con entrega a domicilio o recogerlo en el *pickup* de la tienda seleccionada. La nueva aplicación permite encontrar miles de marcas y productos exclusivos en línea. También rediseñamos el portal *entrecampeonas.com*. El sitio web cambió para que sea más fácil encontrar consejos sobre cuidado de la familia, bienestar y recetas de cocina.

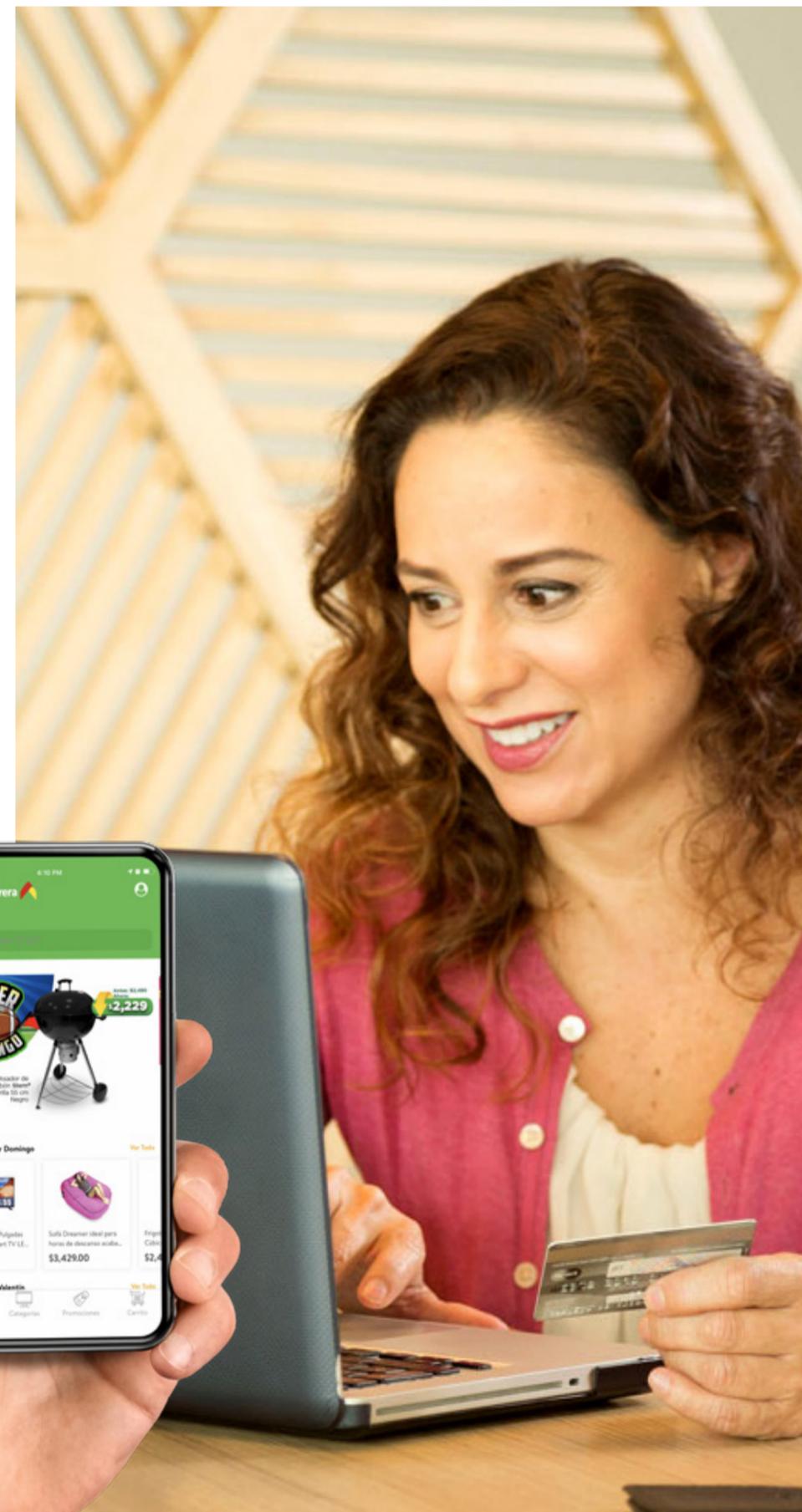
La nueva aplicación Walmart Plus ofrece un catálogo extendido de mercancías generales, así nuestros clientes encuentran de forma práctica y sencilla productos adicionales a los existentes en tienda.



En Superama ahora es posible utilizar la aplicación de WhatsApp para pedir el súper a domicilio. El servicio está disponible en las ciudades donde el formato tiene presencia. Nuestros clientes pueden comprar a través de un mensaje de texto o enviar fotos de sus productos a nuestro número de WhatsApp. La aplicación permite dar seguimiento a los pedidos las 24 horas del día y los 7 días de la semana.

Benefits es la nueva aplicación para encontrar promociones exclusivas para los socios de Sam's en los establecimientos afiliados. Es muy sencillo encontrar grandes ahorros en la compra de boletos de cine y promociones en categorías como restaurantes, salud, belleza y entretenimiento. Además, del programa Sam's Club Viajes que ofrece ahorros en viajes, vuelos y cruceros.

Seguimiento a pedidos,
las 24 horas del día,
los 7 días de la semana.



Agilizando la entrega a domicilio

Mejoramos nuestra promesa de entrega en *on-demand*, que es nuestra iniciativa para entregar a domicilio, estamos listos para entregar el mismo día más de 12 mil productos de tecnología y hogar, adicionales a los que ya ofrecemos de perecederos y consumibles. Ofrecemos este servicio en 256 tiendas Walmart y Superama.

Para reducir el tiempo de entrega, abrimos dos centros de distribución exclusivos de *eCommerce*, uno en Guadalajara y otro en Monterrey, además del que tenemos en la Ciudad de México, con esto agregamos más de 47 mil metros cuadrados a nuestra capacidad logística.

Rediseñamos nuestro proceso dentro de las tiendas y clubes para mejorar nuestra entrega

a domicilio. Este año en Sam's implementamos nuevas herramientas tecnológicas, las cuales facilitan y optimizan los recorridos de nuestros asociados al surtir los pedidos dentro del club, con la finalidad de lograr una entrega rápida y completa para nuestros socios.

Capacitamos a nuestros asociados para que sepan elegir frutas, verduras y otros perecederos de la misma manera que lo harían nuestros clientes, pero sin salir de casa.

En la última milla, invertimos en tecnología que automáticamente traza la mejor ruta para reducir la distancia de entrega y consolidar pedidos, mejorando la experiencia al cliente y reduciendo el impacto ambiental.



+12,000 productos

de tecnología y hogar listos para entregarse el mismo día de la compra



+47,000 m²

adicionales de capacidad instalada en nuestros centros de distribución en México



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

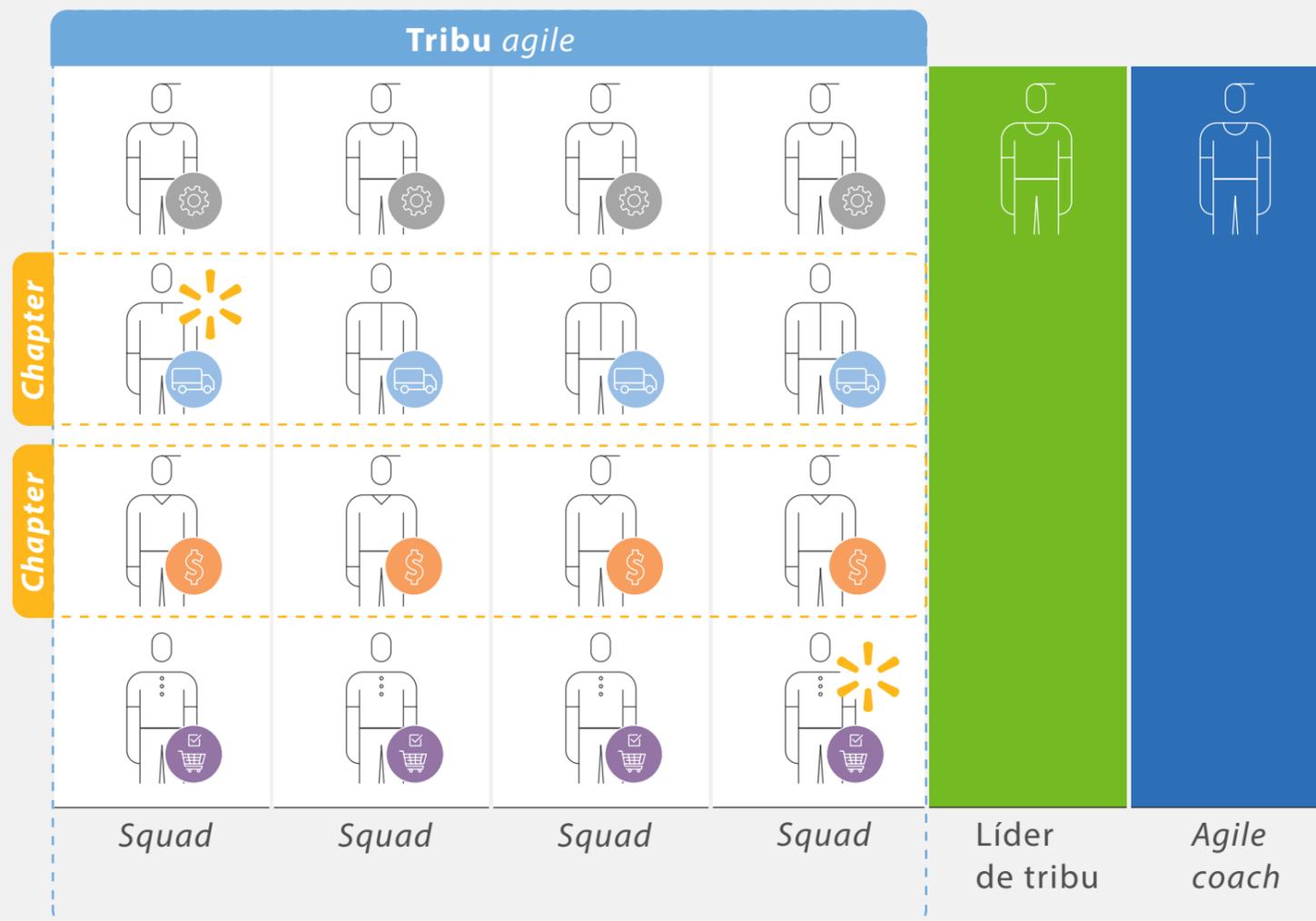
Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Soluciones ágiles

Debido a la continua evolución en los hábitos de compra de nuestros clientes, cambiamos nuestra forma de trabajo, organizándonos en nuevos equipos llamados tribus *agile*.

La tribu *agile* es un equipo multidisciplinario diseñado para implementar una solución de principio a fin, dentro de una estructura matricial ligera organizada en pequeños grupos llamados *squads*. Para gestionar y expandir el conocimiento técnico dentro de las tribus, los especialistas de una misma disciplina se organizan en *chapters*. Al reunir un amplio conocimiento de la organización logramos soluciones más efectivas, que de otro modo llevaría más tiempo al tener que pasar por diferentes áreas de la organización, esto nos permite brindar mejores soluciones.

Remodelamos nuestros espacios de trabajo buscando organizarnos de forma más colaborativa. Ahora, en los diferentes equipos el día empieza con una reunión ágil y breve donde clarificamos actividades, prioridades, se revisan avances y se detallan los obstáculos a resolver. Aprovechando la experiencia de todo el equipo en diferentes disciplinas, logramos entender y atender las necesidades del cliente.



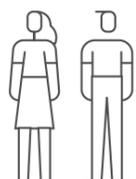
- **Tribu:** Equipo multidisciplinario diseñado para implementar una solución de principio a fin, dentro de una estructura matricial ligera organizada en *squads* y *chapters*.
- **Squad:** Es un equipo pequeño de especialistas en diversas ramas, trabajando en alcanzar un objetivo compartido dentro de la tribu.
- **Chapter:** Especialistas de una misma función trabajando en diversos *squads*.
- **Líder de tribu:** Mediante un liderazgo de servicio fija una visión, orienta en las prioridades y empodera a los miembros de la tribu para lograr una solución de principio a fin centrada en el cliente.
- **Agile coach:** Experto en la metodología *Agile* que promueve y guía a los equipos en la nueva forma de trabajar. Fomenta el alto rendimiento y visualiza posibles obstáculos a eliminar.
- ✦ **Chapter leader:** Es un experto en su función, por lo cuál brinda *coaching*. También es responsable de expandir y gestionar el conocimiento técnico.



Pilares de la transformación



Cliente en el centro



Asociado



Forma de trabajar



Análisis de datos

Es un cambio cultural y también estructural, en el cual diseñamos una primera solución y la probamos para mejorarla en ciclos continuos de aprendizaje y decisión. La nueva cultura acompaña a la nueva estructura. Nuestra estrategia de convertirnos en una organización ágil es la Estrella Norte que guía nuestras decisiones y nuestro liderazgo.

Inspiramos a nuestros asociados al crear una cultura de confianza y empoderarlos a través de líderes que proporcionan una visión, y no solo una dirección.

Nuestras decisiones están basadas en hechos, por ello creamos nuestra Oficina de Datos, la cual usa soluciones y modelos de analítica avanzada para tomar decisiones con mayor confiabilidad.

Al colocar los datos como base de las decisiones, a través de ciclos rápidos de aprendizaje y adaptación focalizada en el cliente, minimizamos el riesgo de diseñar una solución que no cumpla con sus necesidades y esto nos permite evaluar rápidamente el resultado y ajustar el rumbo.

Estamos entusiasmados con la transformación que vive nuestra organización, estamos reimaginando el *retail* desde una posición de solidez. Confiamos que este viaje que apenas inicia brindará frutos provechosos para nuestros clientes, asociados y accionistas.

Comunicación y campañas con clientes

Nuestra transformación digital se enfoca en mensajes y servicios más personalizados con nuestros clientes. Nos apoyamos en el uso de datos y tecnología para lograr un mejor entendimiento del cliente y una mayor segmentación de audiencias.

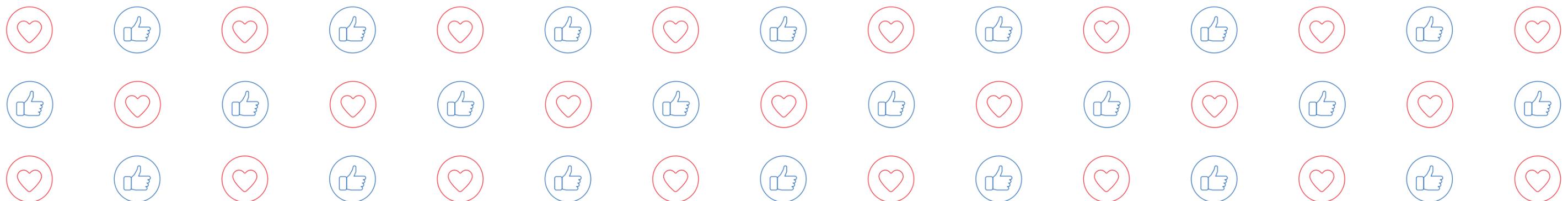
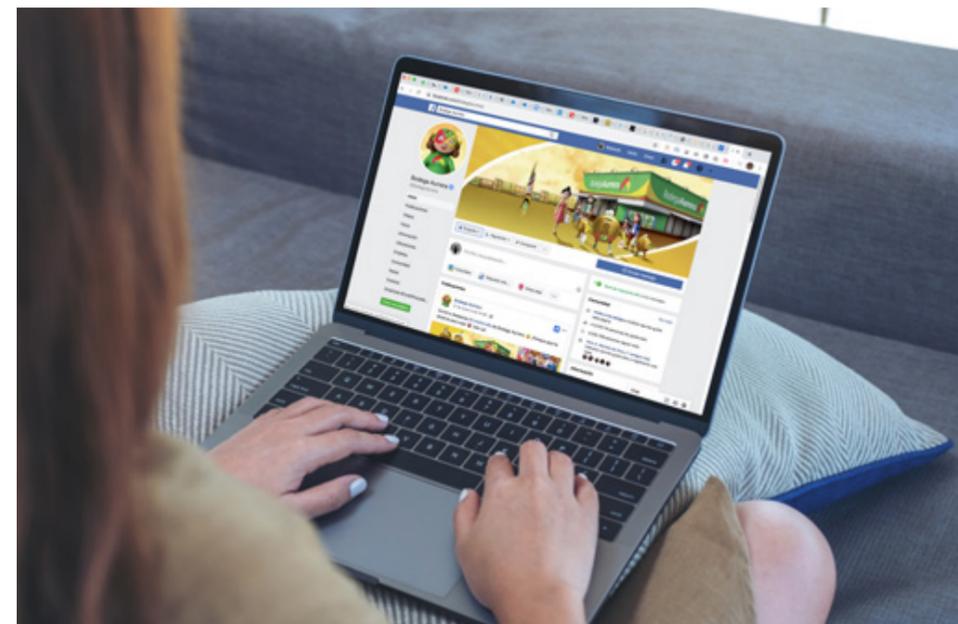
La *fan page* de Bodega cuenta con el mayor número de seguidores en México, con más de 8 millones, esto nos da la oportunidad de conectar de manera directa con los clientes. Nuestro programa Cocinando con tu Morralla es el primer *reality show* en redes sociales; este año lanzamos la segunda temporada, para la cual decidimos crear recomendaciones más cercanas al público con consejos de cocina realizados directamente de cliente a cliente, en lugar de un experto en cocina.

En Walmart, los eventos de temporada como Rebajas para Todos, la cual fue muy exitosa durante el verano, y el concurso de exhibiciones creativas, donde nuestros asociados compiten

entre tiendas por ganar la mejor exhibición, han sido claves en el buen desempeño del formato. La campaña Maestros de la Parrilla es ejemplo de cómo Superama está creando experiencias con nuestros clientes mientras capitaliza nuevas ocasiones de compra y logra diferenciarse de sus competidores.

En Sam's nuestros esfuerzos están enfocados en mejorar, por medio de la transformación digital, la interacción con nuestros socios, dentro y fuera del club, por ello durante el año trabajamos en eventos como Días de Shopping Online, el Open House y el Socio Fest, ofreciendo beneficios exclusivos para socios y también campañas de captación para atraer miles de socios potenciales.

* **+8 millones de seguidores**
en la *fan page* de Bodega



Clientes y socios satisfechos



Somos una compañía orientada al cliente, trabajamos en equipo para satisfacer sus necesidades. Todos los días escuchamos las opiniones de los clientes y socios, y nos esforzamos diariamente para ofrecerles una experiencia de compra omnicanal sin fricción.

Regla de oro



El cliente
siempre tiene la razón



Mejoramos la experiencia de nuestros clientes y socios

Contamos con herramientas digitales para medir y mejorar continuamente el Índice de Experiencia del Cliente e Índice de Experiencia del Socio; los cuales tienen como objetivo monitorear la experiencia de compra a través de una encuesta de satisfacción. Estos índices nos ayudan a detectar nuestras fortalezas y oportunidades para desarrollar planes de acción para mejorar la experiencia de nuestros clientes.

Por medio de análisis e inteligencia de datos tenemos resultados por tienda, distrito, región y categoría.

¿De dónde obtenemos la información?



Tablets



Correo electrónico



Redes sociales



¿Cuántas tiendas participan?



1,300 tiendas



47,722,093 encuestas

aplicadas a nuestros clientes y socios de la región

Sam's Club



- ✓ Incrementamos la tasa de recomendación de nuestros socios
- ✓ Incrementamos la intención de renovación de membresía de socios que compran en clubes y en línea
- ✓ El formato mejor evaluado en satisfacción general
- ✓ Mejoramos significativamente nuestro Indicador de experiencia del socio en línea

Con lo anterior validamos nuestras promesas a los socios:

- Rápido
- Amable
- Limpio
- Seguro
- Producto

Autoservicios



- ✓ Incrementamos el indicador de Próxima Compra de todos los formatos en México, es decir, aquellos clientes que regresarán a nuestras tiendas para sus próximas compras

Con lo anterior validamos nuestras promesas a los clientes y socios:

- Frescura y calidad
- Surtido
- Servicio
- Precio
- Experiencia
- Satisfacción

Sabemos que existen situaciones en las que nuestros clientes no quedan satisfechos, generando quejas, comentarios o sugerencias, por ello, contamos con un Centro de Contacto Corporativo en donde ponemos a su disposición diferentes medios de comunicación para nuestros clientes: teléfonos customizados por negocio 01800, llamada programada, correo electrónico, chat corporativo y redes sociales. Así, hemos logrado detectar áreas de oportunidad en nuestra operación para continuar mejorando el servicio en todas nuestras unidades.



En Centroamérica fortalecimos la medición de promesas a los clientes con diferentes criterios que se ajustan a cada formato y a su promesa de valor desde su implementación.

Adicionalmente, cada semana entregamos reportes a la operación con el fin de implementar mejoras en el corto plazo que nos permitan brindar una experiencia más cercana a la que los clientes esperan.

Recibimos respuesta de más de un millón de clientes del 100% de las unidades de negocio de los 4 formatos en la región.



Protección al **consumidor**

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Estamos comprometidos en cumplir con todas las leyes y regulaciones de protección al consumidor aplicables donde operamos y también en proporcionar a los consumidores información clara y precisa sobre nuestros productos y servicios.

La comunicación sobre nuestros productos, precios, servicios y ofertas promocionales demuestra nuestro respeto por el individuo y ayuda a nuestros clientes a tomar decisiones de compra basadas en información precisa. Ganamos y mantenemos la lealtad de nuestros clientes mediante el desarrollo y la implementación efectiva de políticas, programas y procesos en nuestra compañía.

Para esto, anualmente llevamos a cabo un intenso programa de comunicación y capacitación a nuestros asociados de tiendas, clubes y staff, que desarrollan publicidad o promociones, con el fin de asegurar que éstas sean claras, veraces y en apego a los requerimientos de la regulación aplicable.

En éste se incluyen reglas particulares para categorías de productos que tienen reglas específicas, tales como bebidas alcohólicas, cigarrillos, fórmulas lácteas y medicamentos.

De igual forma, Protección al Consumidor cuenta con un programa de comunicación tanto para el staff como para la operación reforzando constantemente las reglas y las mejores prácticas, a fin de evitar sanciones de la autoridad y asegurar clientes satisfechos.

Adicionalmente, contamos con programas de calibración de básculas en todas nuestras unidades, así como con procedimientos para la devolución de productos. Lo anterior, con el objetivo de cumplir con la ley aplicable y para generar experiencias de compra satisfactorias.

Para nuestras plataformas en *eCommerce*, contamos con el programa de *Trust and Safety*, cuyo propósito es monitorear que la información de los productos sea correcta y no se vendan productos prohibidos por la normatividad aplicable y/o políticas internas de la compañía, como lo son los productos ofensivos (discriminatorios o con lenguaje inapropiado).

Etiquetado

GRI 416-2, 417-1, 417-2, 414: 103-1, 103-3 ,419: 103-1, 103-2, 103-3, 419-1

Revisamos el etiquetado de productos de Nuestras Marcas, nos cercioramos de que la información de seguridad sea acorde a lo que nos señala la legislación aplicable a cada producto. Brindamos asesoría a nuestros asociados y generamos diferentes guías y herramientas para la revisión de las etiquetas por parte de la operación.

Los principales requerimientos de etiquetado son:



Origen de los componentes del producto o servicio



Contenido, especialmente en lo que respecta a sustancias que pueden tener cierto impacto ambiental o social



Instrucciones de seguridad del producto o servicio

México



999 etiquetas
validadas



930 incidentes
de etiquetado



300 con resultado
en multa o sanción



35 procesos
de la autoridad por incumplimiento



61 visitas
de la autoridad sanitaria y de
protección al consumidor

Centroamérica



31% categorías
significativas



39 visitas
regulatorias para revisar cumplimiento de
normativa y requisitos de etiquetado



17 casos
relativos a inconsistencias de etiquetado a
los cuales se dio seguimiento correctivo

Nos enfocamos en 5 categorías significativas por volumen y sensibilidad de los productos: Alimentos y bebidas nacionales, alimentos y bebidas importados, cosméticos, higiénicos y farmacéuticos.

Mercadeo responsable

GRI 417-3

México



10 incidentes
de mercadotecnia



10 con resultado
en multa o sanción

Centroamérica



Cero procesos
en multa o sanción



40 con resultado
en incumplimiento de códigos voluntarios



40 incidentes
derivados de reclamos de clientes,
relativos a incumplimiento en temas de
publicidad, a los que se dio seguimiento
correctivo





Promovemos un **estilo de vida saludable**

GRI 416: 103-1, 103-2, 103-3



Estamos interesados en la salud y bienestar de nuestros clientes. Nos enfocamos en tres pilares para apoyarlos a tener un estilo de vida saludable y hábitos que los ayudan a mantenerse más sanos:



Ofrecer productos saludables



Fomentar la actividad física



Educar a nuestros clientes



Ofrecer productos saludables

Contamos con un equipo especializado en la comunicación de mercadotecnia responsable, la transparencia en el contenido nutrimental de los productos, así como en la innovación de productos y la mejora de perfiles nutrimentales a través de las reducciones de sodio, grasas y azúcar, entre otros aspectos. Hemos incrementado considerablemente nuestra oferta de productos saludables y nutritivos como: Libres de gluten, Sin azúcar, Orgánico, Kosher, Sin grasas trans, Bajos en sodio, entre otros.



Fomentar la actividad física

Superama, año con año organiza la carrera Corre ConSentido de 5 y 10 kilómetros, ya que sabemos que el estilo de vida de nuestros clientes es dinámico, saludable y familiar, dándoles una oportunidad para que pongan en práctica sus habilidades atléticas y convivan en familia. Adicionalmente, las carreras son un evento con causa social en el que el 100% de las inscripciones es donado a diferentes organizaciones de la sociedad civil.





Educar a nuestros clientes

El *Consumer Goods Forum* es una organización global que reúne a los principales minoristas y productores de consumo masivo de todo el mundo para lograr cambios positivos en la industria y en sus consumidores. Doug McMillon, Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart Inc., es miembro del Consejo de Administración Global, y Enrique Ostalé, Presidente del Consejo de Administración de Walmart de México y Centroamérica, representa a la compañía en el capítulo latinoamericano.

Derivado de la importancia de esos temas para la región, determinamos que nuestros esfuerzos iniciales deberían centrarse en el pilar Salud y Bienestar.



México Ponte Bien

Walmart de México y Centroamérica en alianza con Arca Continental, Bimbo, Coca-Cola, Colgate Palmolive, Danone, Grupo Lala, Johnson & Johnson, Kellogg's, Mars, Nestlé, Procter & Gamble, PepsiCo y Sigma, llevamos a cabo: México Ponte Bien, una iniciativa de la organización global Consumer Goods Forum, que tiene como objetivo promover en nuestros clientes la importancia de tomar decisiones de compra conscientes que les permitan adoptar estilos de vida saludables.

El evento tuvo una duración de tres días en 10 tiendas Walmart de la Ciudad de México, donde los clientes pudieron encontrar *stands* basados en cuatro pilares: Salud y Bienestar, Calidad, Sostenibilidad y Cadena de Valor, incentivando estilos de vida más óptimos con un equilibrio en la alimentación, control en las porciones alimenticias y prácticas de buenos hábitos en el cuidado e higiene personal.





Nuestra **escala** y **cobertura geográfica**

A lo largo de los años, hemos logrado construir un negocio sólido al enfocarnos en entender las necesidades y particularidades de cada localidad, buscando siempre deleitar a nuestros clientes en las 675 ciudades donde operamos.

Una ventaja adicional es la escala internacional de nuestra organización, pues tenemos acceso a experiencia y tecnología que ha sido exitosa en otros mercados de Walmart. Esto nos permite aprender de otros mercados y optimizar la inversión en tecnología, pues los ciclos de implementación son más cortos y requieren menor uso de capital al tener buena parte de la innovación ya desarrollada en otras operaciones internacionales de Walmart. Además, contamos

con una extensa red de talento global que nos permite acceder a las mejores prácticas probadas en diferentes latitudes.

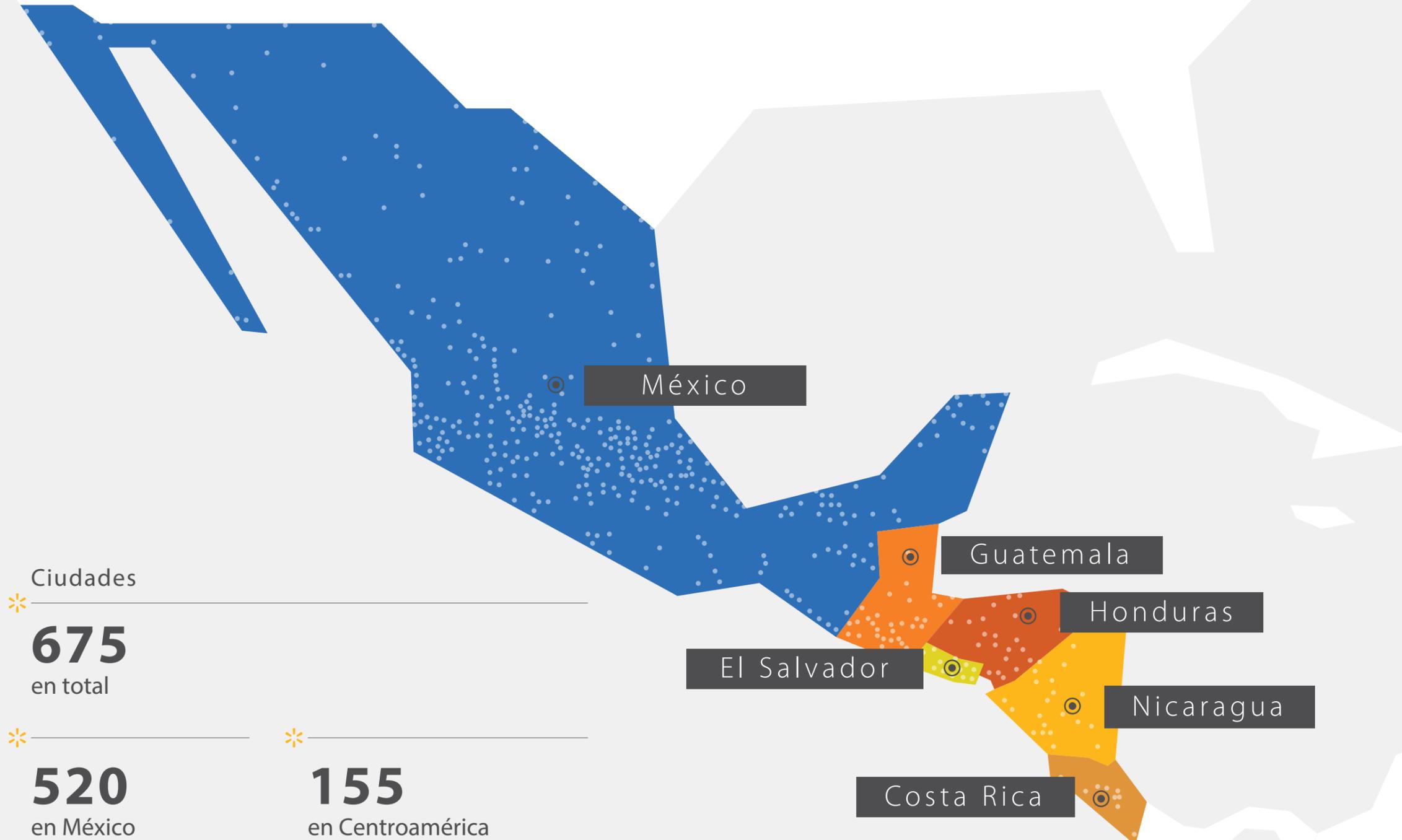
En México, creamos un grupo de tiendas y clubes donde probamos las iniciativas que serán punta de lanza de nuevas tecnologías, y que fueron implementadas exitosamente en otros mercados de la organización a nivel internacional; una vez adaptadas a las necesidades de nuestro cliente local, hacemos el despliegue al resto de tiendas y clubes.

Para ganar en omnicanal, contamos con una amplia red logística que suministra a más de 3,400 tiendas y clubes en seis países.

En México, el 85% de la población de las grandes ciudades viven a menos de 10 minutos de alguna de nuestras tiendas, lo que nos coloca en una gran posición para liderar en el terreno de entrega *on-demand* al convertir nuestras tiendas y clubes en miles de puntos de entrega a domicilio.

Presencia geográfica

Nuestra cobertura se extiende a seis países donde operamos cuatro formatos comerciales dirigidos a diferentes mercados.



Ciudades

* **675**
en total

* **520**
en México

* **155**
en Centroamérica

México y Centroamérica

* **3,407**
Unidades en total

* México

2,571
Unidades

2,035 Bodegas Aurrera
280 Walmart
163 Sam's Club
93 Superama

16
Cedis

* Centroamérica

* **836**
Unidades

549 Tiendas de descuento
155 Bodegas
33 Walmart
99 Supermercado

12
Cedis

Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Propuesta de Valor al Asociado

GRI 102-8



Tenemos el compromiso de colocar en el centro de nuestras decisiones a nuestra gente, porque queremos ser el mejor lugar para ser, crecer, pertenecer, y nuestros asociados que lo viven en el día a día son el mejor referente; ellos mismos recomiendan a la compañía como el mejor lugar para trabajar y esto nos permite atraer al talento que necesitamos del mercado para construir el futuro del *retail*.



Propuesta de Valor al Asociado

GRI 401: 103-1, 103-2

México

Un lugar donde puedes ser tú

Todas y todos son bienvenidos

Un lugar que te inspira

Aquí todo es posible

Llegas a donde quieras

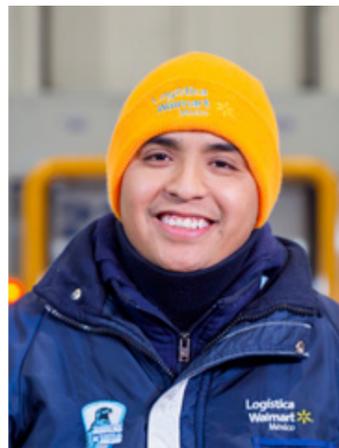
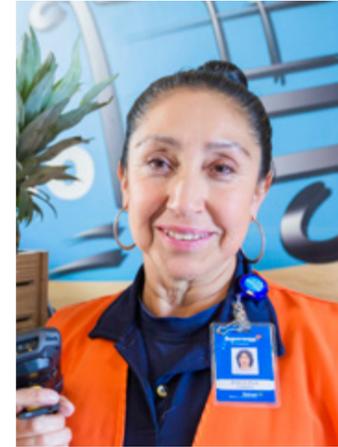
Creer más y seguir aprendiendo en grande

Marcas la diferencia

Mejorando la calidad de vida de quienes más lo necesitan

Reinventas las reglas del retail

Lo digital es una mentalidad y una forma de trabajar



Este es el lugar

Centroamérica

Propósito

Este es el lugar donde creces junto a millones de familias

Reto

Este es el lugar donde encuentras la grandeza de superar retos

Oportunidad

Este es el lugar donde te fortaleces con oportunidades únicas

Inclusión

Este es el lugar donde cada diferencia hace lo que somos

Disfrute

Este es el lugar donde disfrutamos lo que hacemos

Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Nuestro talento

GRI 203-2, 401-1

La industria del *retail* -como punto de entrada al trabajo, un lugar para adquirir valiosas habilidades y una porción significativa del mercado laboral general-, es considerada como una puerta de entrada a la movilidad ascendente para miles de personas y ayuda a abordar la necesidad de desarrollo de la fuerza laboral. Reconociendo esto, nos comprometemos a contribuir a que la industria del *retail* sea un lugar que cree oportunidades, una plataforma para que las personas adquieran las habilidades y experiencia necesarias para avanzar en la fuerza laboral.

8,543 empleos generados

Nuestros asociados



53%
Mujeres

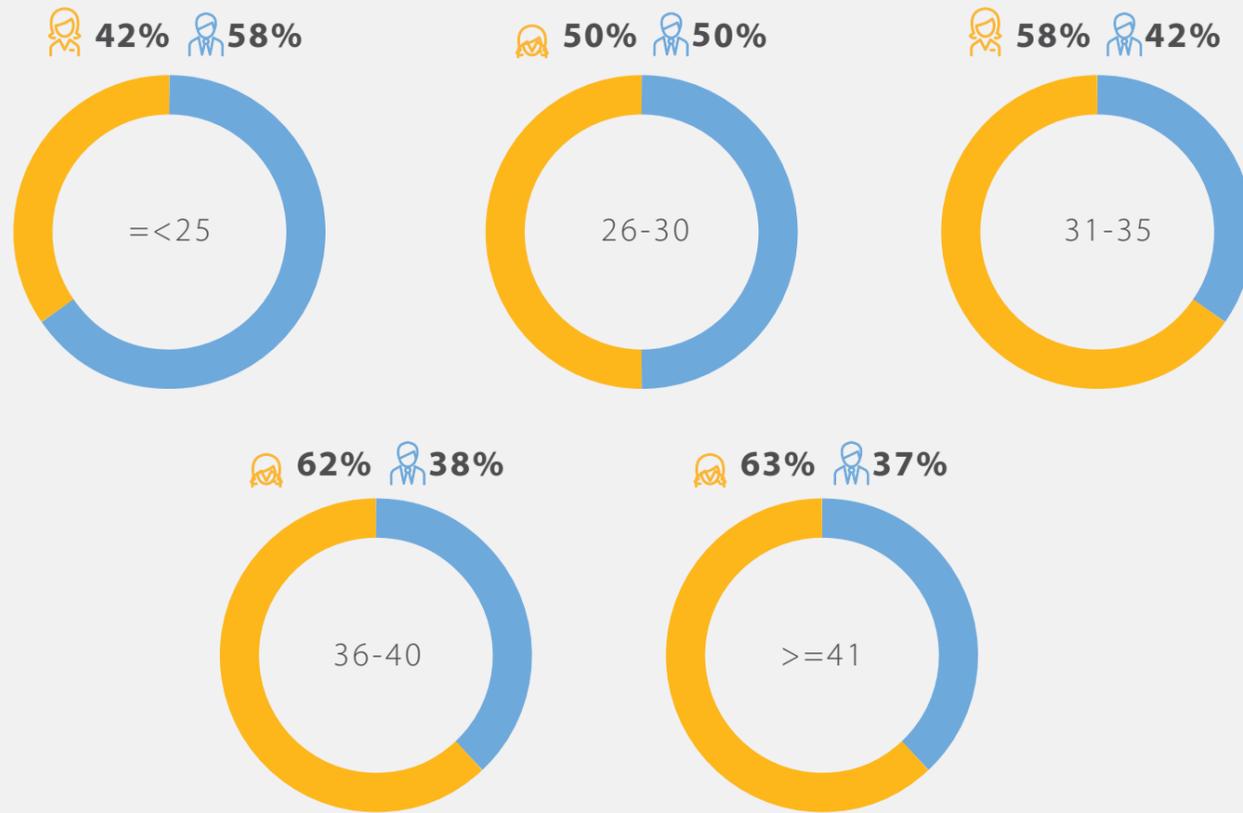


47%
Hombres

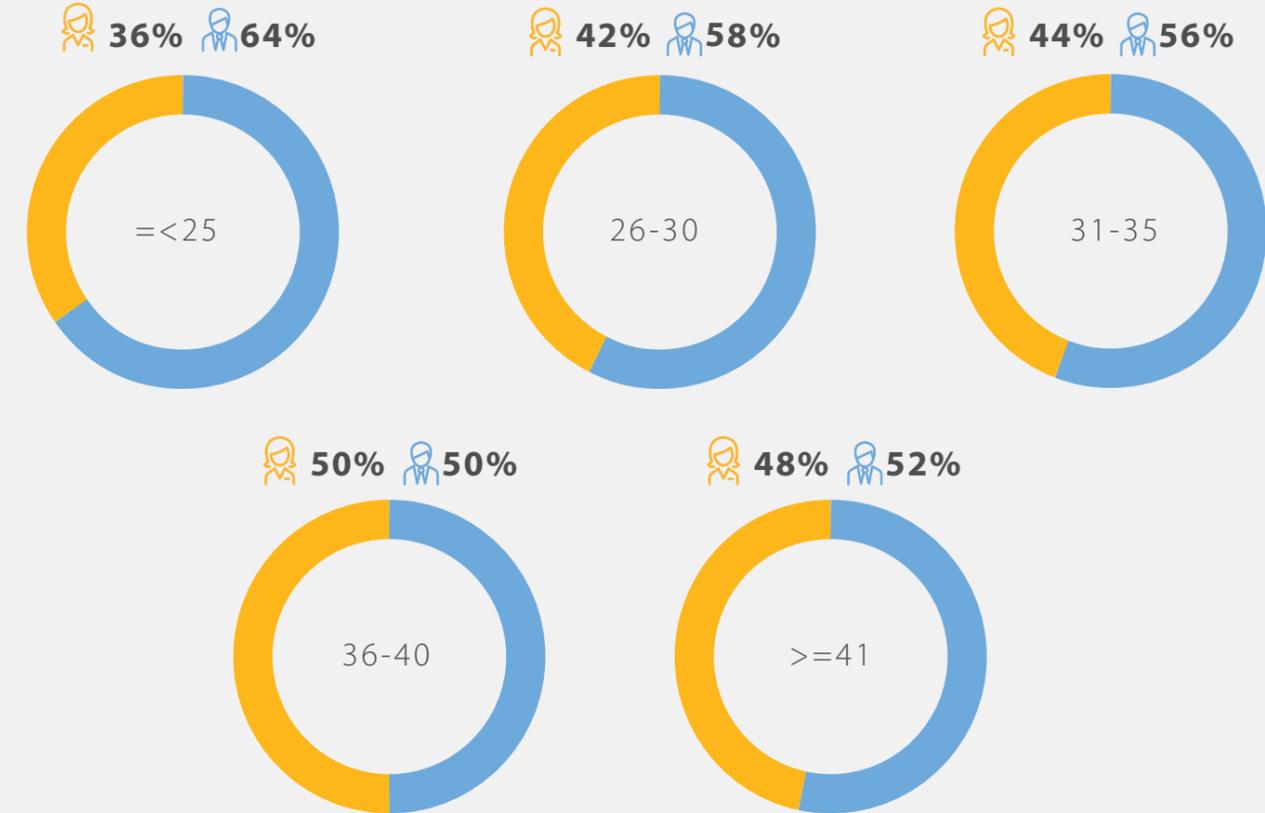
Total de asociados por edad

GRI 401-1

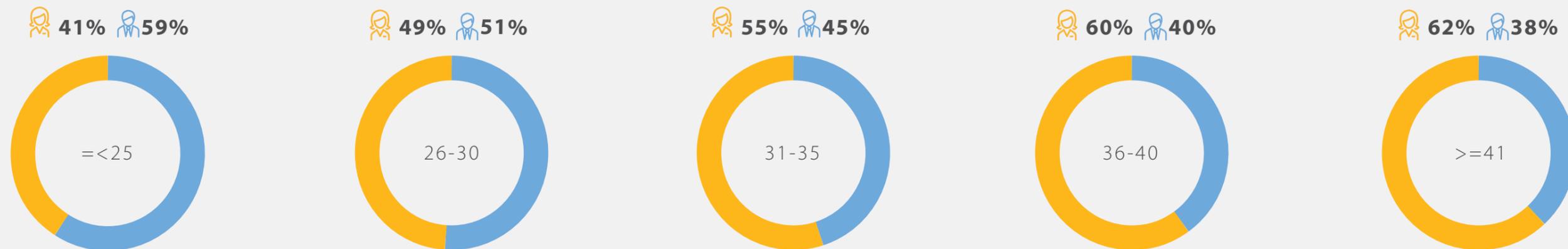
México

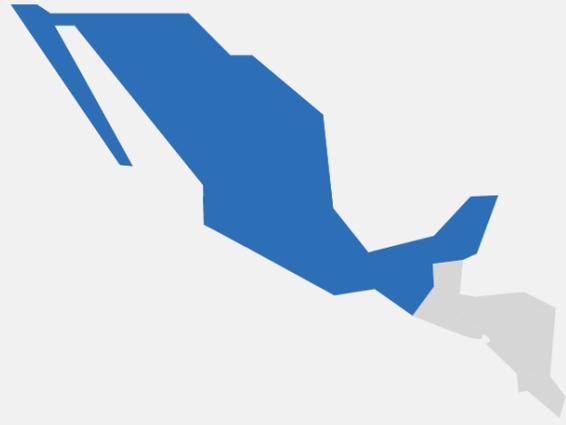


Centroamérica



Total de México y Centroamérica





México

200,207

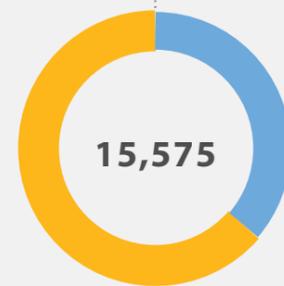
asociados



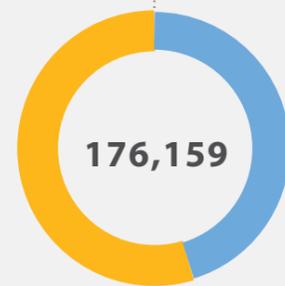
55% Mujeres



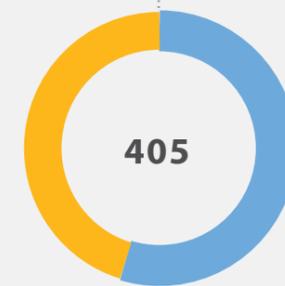
45% Hombres



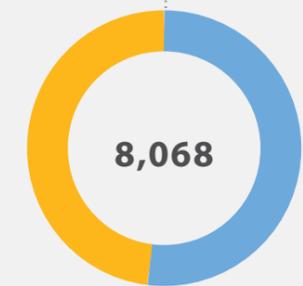
Jornada parcial
 61% | 39%



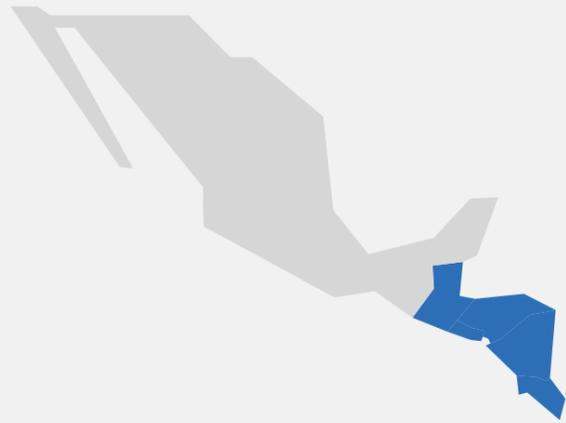
Jornada completa
 54% | 46%



Jornada parcial
 46% | 54%



Jornada completa
 48% | 52%



Centroamérica

38,765

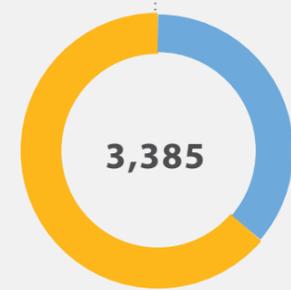
asociados



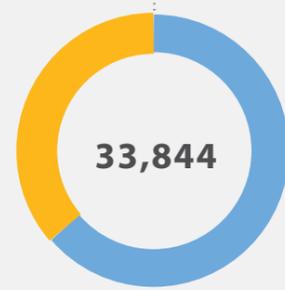
 **42% Mujeres**



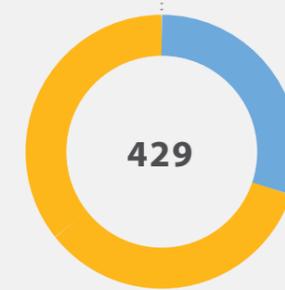
 **58% Hombres**



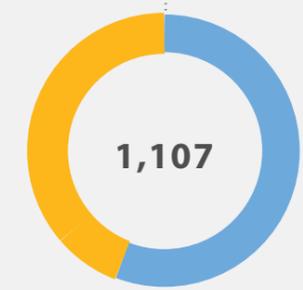
Jornada parcial
 **66%** |  **37%**



Jornada completa
 **40%** |  **60%**



Jornada parcial
 **65%** |  **35%**



Jornada completa
 **44%** |  **56%**



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa **2019**



	México			Centroamérica		
	Total	 %	 %	Total	 %	 %
Nuevos asociados	148,705	51	49	10,625	43	57
<25	71,990	49	51	5,135	39	61
26-30	26,582	48	52	2,560	47	53
31-35	15,758	50	50	1,478	48	52
36-40	11,141	50	50	771	50	50
>41	23,234	60	40	681	47	53
Bajas	148,148	47	53	15,117	40	60
<25	65,898	39	61	4,999	38	62
26-30	29,302	46	54	4,145	39	61
31-35	16,698	42	58	2,645	40	60
36-40	11,580	48	42	1,572	45	55
>41	24,670	59	41	1,756	45	55

Desarrollamos nuestro talento

GRI 404: 103-1, 103-2, 103-3, 404-1, 404-2



Walmart de México y Centroamérica ofrece una amplia gama de oportunidades de carrera, tenemos como meta ofrecer a nuestros asociados la posibilidad de crecer y ser exitosos dentro de la compañía. Contamos con diferentes programas de capacitación diseñados con base en la detección de necesidades individuales, con el fin de brindarles las herramientas necesarias para su desarrollo profesional y personal.

* **26,381 promociones**



* **43.6 millones**
de pesos invertidos
en capacitación

* **9.5 millones**
de horas de capacitación

* **27.6 horas**
de capacitación promedio
por asociado
GRI 401-1

Horas de capacitación por nivel

Nivel	México		Centroamérica	
	horas hombre	horas por asociado	horas hombre	horas por asociado
Ejecutivo	51,359	52	11,929	103.60
No ejecutivo	622,216	78		
Departamental/Línea	7,918,122	48	485,164	122.28



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad



Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

México

Durante 2019 se diseñaron y desarrollaron estrategias de capacitación con enfoque en nuestros programas transversales como liderazgo, agilidad y técnicos funcionales:



Panadería: identificación de los nuevos procesos y su rol.



Apps: capacitación integral acerca de las diferentes herramientas digitales diseñadas para los asociados con el fin de sustituir los procesos y consultas manuales, así como de agilizar las diversas actividades que realizan en las tiendas y clubes.



Trainees de compras, Subgerentes de autoservicio, Sam's: semillero de talento.



Desarrollar, Atraer y Retener (DAR): *onboarding* dirigido a líderes de recursos humanos y de mantenimiento.



Onboarding Gerentes: estrategia de capacitación integral y homologada para todos los formatos, con entrenamiento basado en los principales pilares Operación, Cumplimiento, Cultura Walmart y Liderazgo.



Liderazgo: desarrollo de habilidades como retroalimentación, toma de decisiones y gestión de asociados.



Certificación gerencial: certificar competencias técnicas y soft en los gerentes de tienda.

e-Commerce



Business continuity plan: sensibilizar a los asociados para evitar la interrupción de actividades clave del negocio ante amenazas o crisis



Administración de la experiencia del cliente: brindar conocimiento sobre nuevas tendencias y mejores prácticas de servicio al cliente

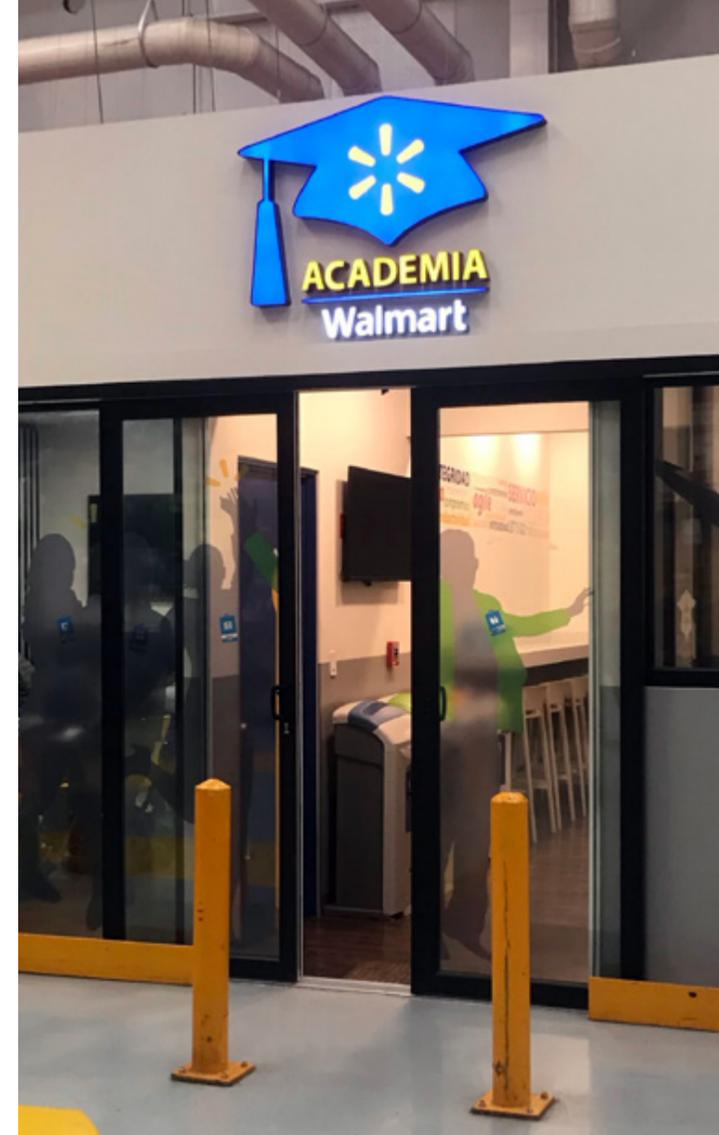


Fundamentos de análisis para la toma de decisiones: proporcionar un set de herramientas para incrementar las habilidades de análisis con precisión en la toma de decisiones informadas

Capacitación aperturas



Nuevas unidades: formación de líderes de nuevas tiendas a través de un entrenamiento teórico-práctico que les permita tener un aprendizaje significativo para conocer y entender los aspectos operativos y estratégicos de sus funciones, así como la importancia de su rol



Centro de talento

Los Centros de Talento tienen como objetivo brindar a las unidades de negocio una oferta de capacitación 100% práctica, en un ambiente real que fortalezca las competencias requeridas para aumentar la productividad, nivel de servicio e indicadores de retención en posiciones críticas, contribuyendo a mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes. Actualmente impartimos el curso de cajas, dirigido a asociados de nuevo ingreso de esta área

Facilitadores

El objetivo de esta área es diseñar, implementar y brindar seguimiento a experiencias de aprendizaje con la finalidad de desarrollar equipos de alto desempeño:



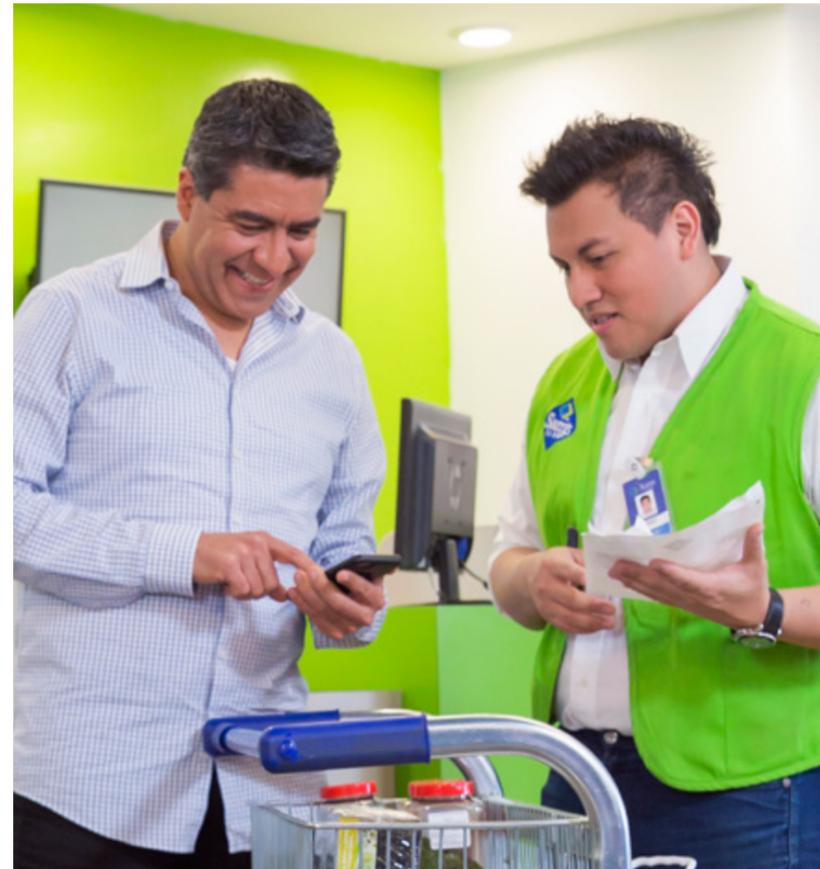
Instituto Walton de Cultura: facilitación y coordinación de cursos capacitando a asociados de nivel ejecutivo de staff y operaciones



Diseño e implementación del programa "Mi Rol como Facilitador" que tiene como finalidad habilitar y sensibilizar al equipo de asociados facilitadores responsables de programas estratégicos sobre la importancia del rol del facilitador, así como la validación de competencias básicas



Inducción multiformato operaciones: nuevo proyecto que busca homologar la inducción en operaciones para brindar a los asociados de nuevo ingreso los elementos de nuestra cultura organizacional



Academia de operaciones para autoservicios y Sam's club



Flex POS: capacitación en la que se habilitan a todos los asociados de cajas para que hagan uso de las nuevas herramientas donde se cobra la mercancía y se procesan los pagos de servicio de clientes, con el objetivo de mejorar el servicio y productividad en la línea de cajas, así como mejorar la experiencia de nuestros clientes



Retail ready packaging: incrementar la productividad en la cadena logística y acomodo de mercancía de las tiendas



Nuestras Marcas: fomentar en los asociados el sentido de pertenencia y su rol como embajadores de marcas propias

Staff



Liderazgo: desarrollo de líderes viviendo las competencias y comportamientos de la organización



Mi año Walmart: modelo de aprendizaje que le permite al asociado conocer los beneficios y compensaciones dentro de la compañía



Gestión de asociados: capacitación enfocada en la gestión de equipos



Udemy: ofrecer a nuestros asociados una biblioteca de contenidos *on demand* con más de 3,500 cursos



Capacitación ágil: generar experiencias de aprendizaje que brinden a nuestros asociados los conocimientos, conceptos y terminología WoW de agilidad basados en la transformación y enfocados en tres tipos de audiencia (Tribus, TLAS y *To be Transform*)



Centro de aprendizaje

Contamos con tres centros de aprendizaje que tienen como objetivo la formación de líderes a través de una oferta educativa que permita a los asociados adquirir las competencias requeridas (conocimientos, habilidades y actitudes) que aseguren el cumplimiento de las prioridades del negocio, la ejecución de sus funciones, estándares de calidad y de liderazgo.

Los programas de entrenamiento que se implementan son:



Trainees de operaciones autoservicios: programa semillero multiformato para futuros Subgerentes. Este programa permite el desarrollo de competencias *soft* como análisis, toma de decisiones, solución de problemas y liderazgo



Trainees de resurtido: entrenamiento operativo que permite a los asociados tener el conocimiento y entendimiento de los negocios y el impacto en las ventas derivado a la toma de decisiones.



Onboarding de Gerencia, Subdirección y Dirección de Autoservicio: capacitación directa en tienda y *shadow training* con Subdirectores y Directores



Protección de activos: entrenamiento para Subgerentes que contempla las actividades y puntos de supervisión necesarios para detectar las banderas rojas operativas y administrativas que les permitan prevenir y controlar cualquier situación que pueda originar una pérdida en activos, efectivo o mercancía, así como generar una atmósfera de seguridad para los clientes, asociados y proveedores

Centroamérica

Academia Operaciones



Busca el desarrollo de nuestros asociados de tienda. Por medio de un convenio con la Universidad Galileo en Guatemala, ofrecemos mecanismos de financiamiento y descuentos para asociados



Escuela de Remodelaciones: dirigida a Distritales, Gerentes y Administradores, en conjunto con las áreas de Bienes Raíces, Finanzas, Recursos Humanos



DAR soy nuevo asociado: metodología autodidacta en diferentes temas como optimización del flujo de la mercadería en las tiendas, mejora en el stock en piso de ventas y visibilidad del inventario de trastienda

Academia Central OPS



Con el objetivo de brindar a los asociados conocimientos encaminados a potenciar su desempeño, impactando la estrategia del negocio con cursos como: presentaciones efectivas, *design thinking*, 4 pilares del liderazgo, comunicación e influencia, finanzas para no financieros y administración de proyectos



Academia Comercial



Taller de células de abasto y catálogo óptimo: alinear las áreas de Resurtido y Comercial en función de conceptos y procedimientos que generan un apalancamiento y trabajo colaborativo, propiciando procesos más eficientes



Escuela de farmacia: temas de servicio al cliente y ventas, plan paciente, marca estratégica y operatividad, lo que nos lleva a mejorar la experiencia de compra del cliente

Academia Staff



Pasaporte a mi Desarrollo: diseñado pensando en el asociado como el centro de esta actividad, por lo que se realizaron en conjunto con HRBP grupos focales y sesiones de pensamiento lateral para su diseño



En Finanzas, se realizaron tres capacitaciones clave con enfoque en: sociedad, empresa y personas



Academia logística



Escuela de Seguridad para los Cedis: programa de realidad virtual, logrando disminuir el 20% de accidentabilidad en Cedis



Supply chain of the future (SCOTF): diseñado con base en las necesidades de los asociados, incluyendo temas técnicos como data analíticos, conceptos Lean y comunicación efectiva de equipos, entre otros

Diálogo con asociados

Creemos que el crecimiento de una compañía exitosa requiere de la participación activa de su gente. Anualmente, nuestros asociados responden una Encuesta de Compromiso en la que expresan su opinión sobre lo que necesitamos mejorar, sus líderes, cómo viven la Cultura Walmart y los puntos básicos que construyen la experiencia de trabajo. La encuesta es administrada por un proveedor independiente que es responsable de concentrar las respuestas individuales. Las respuestas son tratadas de manera confidencial y los resultados son reportados a nivel grupal.

En 2019, alcanzamos el 76% de participación en toda la región.

Las juntas de retroalimentación que se generan en todas las áreas de la empresa a partir de esta evaluación permiten sostener un diálogo abierto y constructivo, encaminado a lograr mejores ambientes de trabajo, así como a detectar áreas de oportunidad. Los resultados de dichas sesiones se plasman en planes de acción.

Continuaremos trabajando en promover una cultura auténtica de liderazgo y comunicación abierta que mejore la experiencia de trabajo de quienes forman parte de la compañía.

Igualdad salarial

GRI 202-1, 405-2

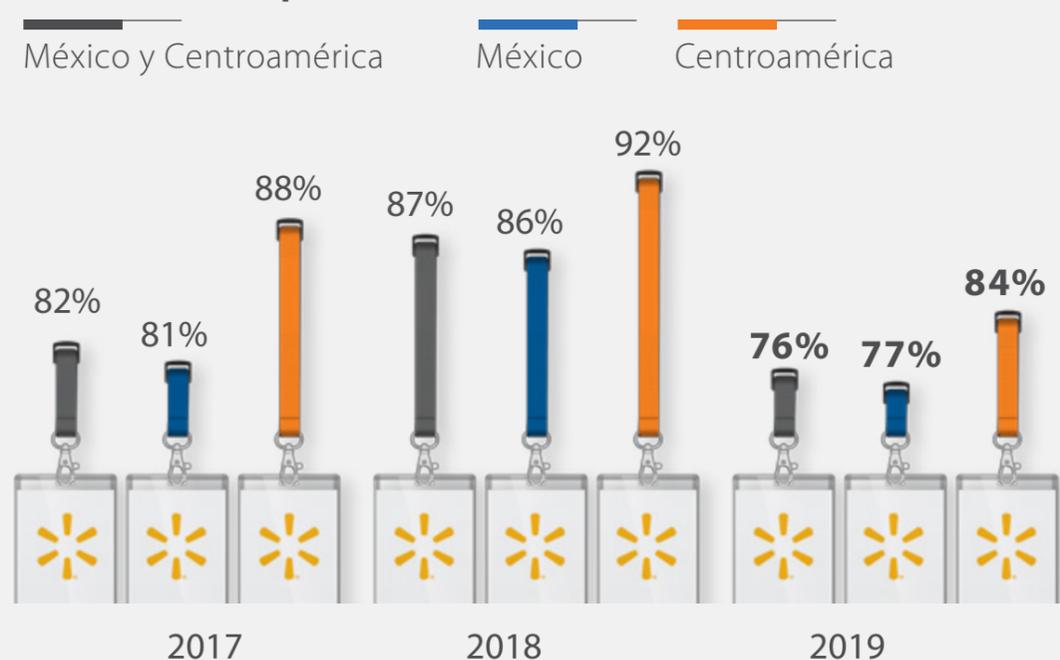
No existe diferencia salarial por género, edad, religión, preferencia sexual o ideología política. Contamos con un tabulador; las diferencias que existen se deben al desempeño individual de cada asociado, mismo que se evalúa anualmente con base en la antigüedad en la empresa y el apego a los comportamientos de éxito que están plasmados en la Política Lugar de Trabajo Libre de Violencia, Acoso, Hostigamiento y Discriminación. La empresa cumple y excede el salario mínimo establecido por las autoridades.

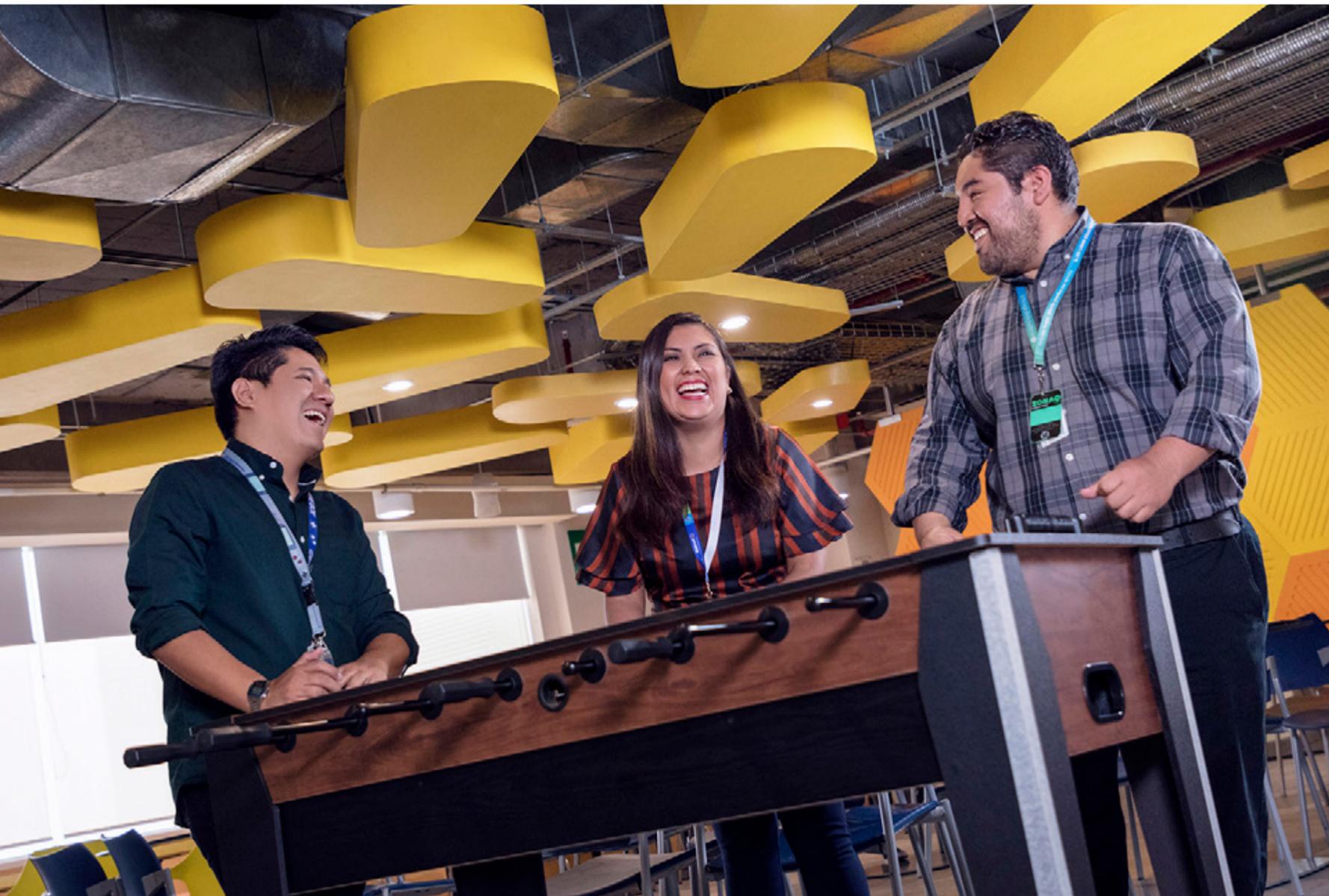
Libertad de asociación

GRI 102-41, 407: 103-1, 103-2, 103-3, 407-1

En México, cumplimos con la Ley Federal de Trabajo. Iniciamos un nuevo régimen de contratación colectiva, a fin de mejorar la propuesta de valor de nuestros asociados, quienes tendrán la opción de elegir a la organización sindical a la que deseen pertenecer. El 65% de nuestros asociados están representados por un sindicato o cubiertos por convenios colectivos, es decir el 100% de los asociados elegibles de acuerdo a la ley.

Índice de Compromiso





Balance de Vida

GRI 201-3, 403: 103-1, 103-2, 103-3, 403-6

Estamos comprometidos con el bienestar de nuestros asociados, por lo que buscamos innovar implementando iniciativas que nos ayuden a construir un ambiente de trabajo saludable, colaborativo y flexible.



376 consultorios

médicos en tiendas a nivel nacional sin costo para los asociados



6 consultorios

médicos en oficinas corporativas



574 convenios

de educación, salud y esparcimiento para beneficio de los asociados y sus familias



4,762 asociados

atendidos en nutrición

GRI 403-6

Beneficios para **nuestros asociados**

GRI 401-2

México

Jornada completa ■
 Jornada parcial/temporal ■

A Se otorgan conforme a la ley
B La ley no lo exige y la empresa lo otorga
C Otorgado superior a lo que exige la ley

Beneficio	México (Jornada completa)	México (Jornada parcial/temporal)	Centroamérica (Jornada completa)	Centroamérica (Jornada parcial/temporal)
Vacaciones ejecutivos		C	A	
Vacaciones no ejecutivos	A	A	A	A
Días de descanso (festivos)	C	C	A	A
Días personales	B	B	C	B
Permisos especiales	B	B		C
Subsidio de alimentación			B	B
Vales de despensa		B	B	
Descuento en compras	B	B	B	B
Auto para ejecutivos**	B	B	B	
Check UP médico- ejecutivo		B	B	
Seguro de vida		B	B	
Seguridad social	A	A	B	
Seguro de gastos médicos mayores		B	B	
Subsidio incapacidad		B	B	B
Reconocimiento de antigüedad	B	B	B	B
Maternidad	C	C	C	A
Paternidad	C	C	B	B
Fondo de pensión			A	A
Aguinaldo	C	C		
Prima vacacional	A	A		
Prima dominical (si aplica)	A	A		
Prima de antigüedad	A	A		
Reparto de utilidades	A	A		
Periodo de lactancia	C	C		
Bono por productividad	B	B		
Programa de acciones*		B		

Centroamérica

■ Jornada completa
 ■ Jornada parcial/temporal

* Solo para ejecutivos
 ** Apartir de Gerente Divisional

Programa de Asistencia Integral



Ponemos a disposición de nuestros asociados y sus familias una línea gratuita, opcional y confidencial para atender dudas o inquietudes personales relacionadas con temas como:



Asesoría psicológica

Problemas personales
Depresión
Estrés



Asesoría financiera

Créditos
Buró de crédito
Ahorro



Asesoría jurídica

Leyes
Reglamentos
Derechos y obligaciones

Los asociados pueden hacer uso del servicio desde cualquier parte de la República Mexicana, las 24 horas del día, a través de la línea telefónica, correo electrónico y/o del sitio en línea.

Flexibilidad laboral

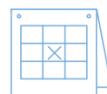
GRI 401-3



Licencia por maternidad y paternidad. Brindando los siguientes periodos de incapacidad que beneficiarán a los asociados que se encuentren en esta etapa de su vida:

Maternidad: 5 meses

Paternidad: 2 semanas



Programa de semana flexible de trabajo para los asociados de *staff*, consiste en liberar las horas de trabajo del viernes por la tarde, acomodándolas de lunes a jueves, para tener viernes cortos



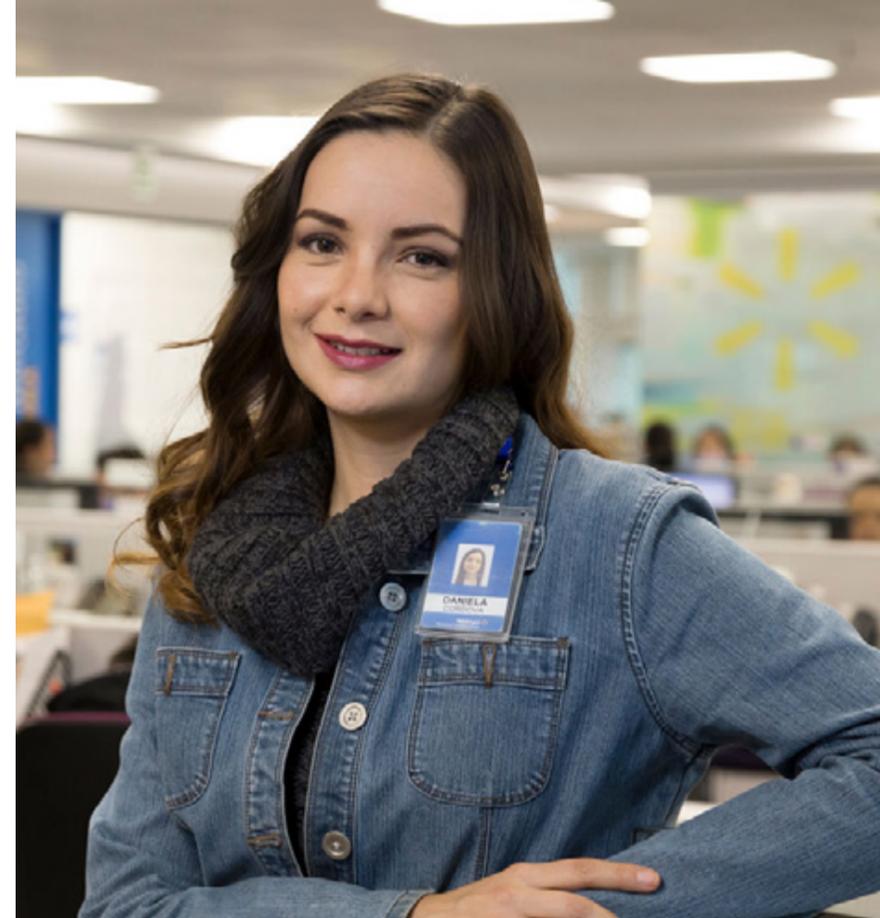
Trabajo remoto. Consiste en que los asociados laboren remotamente un día a la semana, respetando y cumpliendo su horario de trabajo habitual. Entre los principales beneficios son el incremento de la productividad, maximización del enfoque a resultados y favorecimiento del balance de vida



Para nuestros asociados de operaciones, contamos con turno fijo en periodo de lactancia, horarios para estudiantes, transferencias por calidad de vida, turnos fijos para madres o padres solteros, descanso trimestral, así como fin de semana libre mensual para gerentes y subgerentes de la unidad



Licencia posnatal para padres y madres. Permite a las mujeres integrarse paulatinamente a la vida laboral hasta los seis meses de tener a su hijo. Para el caso de los hombres, les ofrecemos un horario flexible de seis horas durante un mes



+28,400 asociados

transferidos a unidades más cercanas de sus hogares

GRI 203-2



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Diversidad e inclusión

GRI 405: 103-1, 103-2, 103-3, 405-1, 406: 103-1, 103-2, 103-3



Garantizamos un ambiente basado en el respeto en donde clientes, asociados, proveedores y socios se sientan libres de ser ellos mismos, valorando y potencializando ideas, opiniones, experiencias e identidades para desarrollar su potencial.

✦ **53%**
de nuestra fuerza laboral son mujeres

✦ **2,323 asociados**
con discapacidad, 151% más vs 2018
GRI 405-1

Políticas de diversidad e inclusión

Contamos con políticas que expresan que en la empresa está estrictamente prohibida la discriminación o acoso basado en el estado de un individuo, incluyendo el origen étnico o nacional, el color de piel, la cultura, el sexo, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, económica, de salud o jurídica, la religión, la apariencia física, las características genéticas, la situación migratoria, el embarazo, el idioma, las opiniones, las preferencias sexuales, la identidad o filiación política, el estado civil, la situación familiar, las responsabilidades familiares, los antecedentes penales o cualquier otro motivo que tenga por efecto impedir o anular el reconocimiento o ejercicio de los derechos y la igualdad de oportunidades de las personas.

Consejos consultivos de diversidad e inclusión

Contamos con dos consejos consultivos de diversidad e inclusión, uno en México y otro en Centroamérica, conformados por equipos de líderes de alto nivel, encargados de promover estrategias, programas e iniciativas que permitan la identificación, desarrollo y retención de talento diverso para incentivar la participación en todos los niveles de la organización, generando un ambiente inclusivo.

Objetivos de los consejeros:

-  Promover la igualdad entre hombres y mujeres
-  Dirigir, monitorear y comunicar avances
-  Supervisar que existan políticas, procedimientos y actividades
-  Servir como entidad de vigilancia
-  Asegurar que exista un balance de género en ejecutivos
-  Patrocinar programas de inclusión de diversos grupos
-  Asegurar la vivencia de la cultura

En Centroamérica, llevamos a cabo un Taller de Sesgos Inconscientes con el Comité Ejecutivo, Directores, Subdirectores y Gerentes. En este espacio, 44 líderes tuvieron la oportunidad de aplicar una evaluación con el fin de conocer el nivel de apertura a la gestión de la diversidad basada en cuatro elementos catalogados como esenciales para sostener relaciones interpersonales efectivas: comprensión y empatía, confianza y candor, respeto e intención positiva.

Con el fin de continuar con el empoderamiento de los Asesores de Recursos Humanos, lanzamos el Kit Sin Barreras, con el que tienen acceso a guías didácticas, historias, análisis de casos, manuales y elementos de comunicación para gestionar la inclusión en sus unidades de trabajo. En este lanzamiento participaron 140 asociados del área de Recursos Humanos.



Es así como queremos reiterarles a nuestros líderes y asociados que, aunque es importante alcanzar los objetivos, en Walmart de México y Centroamérica cumplimos las metas siempre basándonos en el respeto.

Liderando con Respeto

Es importante recordarles a nuestros líderes y asociados que la mejor forma de alcanzar los objetivos es cuidando y valorando a sus equipos, teniendo presente que el respeto por el individuo es fundamental para alcanzar las metas. Por esta razón nace la campaña Liderando con Respeto, que busca darle la importancia necesaria no solo a los qué sino también a los cómo, reconociendo a los asociados por los logros alcanzados de tres maneras distintas:



Reconocer a los asociados de manera constante, por medio del uso de tarjetas físicas o digitales y verbalmente



Ser agradecido todos los días con los asociados y con un trabajo bien hecho, que no pase un día sin haber dado las gracias a un compañero



Hacer uso de los programas con los que cuenta la empresa, como la herramienta de reconocimientos

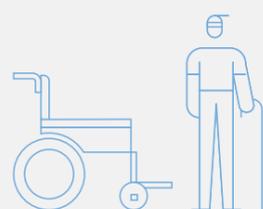
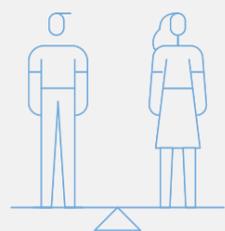
Discriminación y acoso sexual

Dentro de la Declaración de Ética se establece la prohibición de cualquier tipo de acoso dentro de la compañía. Debido a la relevancia del tema, en 2019 agregamos un nuevo entrenamiento de ética exclusivo para la prevención del acoso sexual para todos los vicepresidentes a nivel global, lo anterior con la finalidad de capacitar a los líderes de mayor jerarquía sobre la relevancia del tema para que puedan detectar, mitigar y prevenir situaciones de este tipo dentro de sus equipos de trabajo.

Directivos



Crear las condiciones y proporcionar las herramientas para incrementar el porcentaje de mujeres ejecutivas y retener a las mujeres no ejecutivas

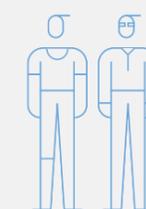
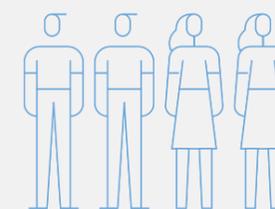


Habilitar y generar ajustes razonables de personas con discapacidad

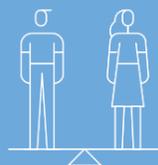


Nuestra estrategia de diversidad e inclusión
está enfocada
en cuatro pilares:

Generar las bases para que nuestros asociados puedan mostrar comportamientos incluyentes con la comunidad LGBTQ+



Lograr un mejor entendimiento y colaboración entre generaciones a fin de que puedan desarrollar todo su potencial



Equidad de género



Hombres y Mujeres

Trabajar sobre la equidad de género, ha sido uno de los ejes prioritarios para la compañía. Nos enfocamos en reforzar procesos con el fin de minimizar las brechas y a su vez, posicionar la Cultura Walmart.



36% de puestos ejecutivo

son ocupados por mujeres



49% de las promociones

fueron mujeres

GRI 405-1



Desarrollo de Talento Femenino Mujeres en Retail

Es un programa para nuestras asociadas, con una duración de año y medio, que busca desarrollar y retener el mejor talento, logrando contar con asociadas preparadas, comprometidas y con sentido de pertenencia. Está basado en cuatro ejes de desarrollo: experiencia, exposición, educación y mentoría, cuya finalidad es fortalecer habilidades y competencias que les permitan incrementar su liderazgo y *networking*. Actualmente se encuentra en curso la cuarta generación. En Centroamérica, este programa logró una cobertura de 37 mujeres a lo largo de los cinco países en simultáneo, ejecutándose de manera efectiva al concentrarse en dos semanas. El resultado de esta preparación es la suma a sus habilidades técnicas, de un set complementario de habilidades de liderazgo que proyecta a las asociadas como profesionales más integrales al conocer de empoderamiento, autoconsciencia, adaptabilidad, gestión del cambio, comunicación, equipos de alto rendimiento, *accountability*, análisis de información, entre otras habilidades que las logran colocar en una posición que apunta a su crecimiento.

Mujer ejecutiva y círculos de confianza

Enfocado en desarrollar temas como liderazgo personal y autogestión, gestión del talento, gestión del cambio, pensamiento estratégico, liderar la transformación, persuasión, poder e influencia, entre otros.

Índice Bloomberg de Equidad de Género

Única compañía del sector autoservicio a nivel mundial incluida. Por tercer año fuimos incluidos en el Índice Bloomberg de Equidad de Género, índice de referencia que mide la igualdad de género y reconoce a las empresas por su divulgación y compromiso con este tema a través de políticas y estadísticas internas, así como por la participación y el apoyo de las empresas a la comunidad. Obtuvimos resultados por encima del promedio en temas como composición de la fuerza de trabajo, puestos ejecutivos ocupados por mujeres y número de mujeres que forman parte del Consejo de Administración.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad



Diversidad sexual

Certificado HRC EQUIDAD MX 2019

La Fundación *Human Rights Campaign* (HRC) nos certificó por tercer año consecutivo como una de las empresas que promueven la diversidad e inclusión LGBT+ en sus lugares de trabajo.

Marcha del orgullo LGBT+

Por tercer año consecutivo nos sumamos a la Marcha del orgullo LGBT+ en la Ciudad de México y en Costa Rica, y por primera ocasión participamos en Monterrey, Guadalajara y Mérida. Vicepresidentes acompañaron a los asociados y a sus familiares durante el recorrido.



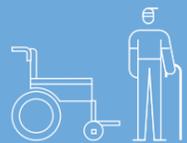
Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019



Inclusión laboral de personas con discapacidad



En Walmart de México y Centroamérica hemos trabajado en los últimos años en la implementación de programas para la inclusión de personas con discapacidad. Actualmente, 2,325 asociados se encuentran laborando en tiendas, clubes, Cedis y oficinas con discapacidad motriz, auditiva, visual e intelectual.

Capacitamos y comunicamos sobre discapacidad a través de diferentes medios: capacitaciones presenciales, en línea, videos y manuales para atención a asociados, clientes y proveedores con discapacidad.

Contamos con remodelaciones y aperturas incluyentes para personas con discapacidad. Ejemplo de esto es Walmart Punto Guadiana en Durango, la tienda más accesible de México por las nuevas facilidades que brinda a asociados, clientes, socios y proveedores. Esta tienda cuenta con características de diseño universal en accesos interiores y exteriores, mobiliario accesible, botones de ayuda y guías táctiles que amplían la accesibilidad para mujeres embarazadas, adultos mayores, personas que utilizan silla de ruedas, bastón, muletas o aquellas que temporalmente tengan una movilidad reducida por causa de una lesión.

Reconocimiento Éntrale 2019

Gracias a nuestras políticas, prácticas y programas a favor de la inclusión laboral, además de nuestro compromiso con la creación de ambientes incluyentes, recibimos el premio Éntrale 2019, en el marco del foro con el mismo nombre.

Este reconocimiento solo se entrega al 1% de las 450 empresas y 50 ONG aliadas que, como Walmart, han demostrado su compromiso con la inclusión de personas con discapacidad.

Los rubros tomados en cuenta fueron: cultura, adaptaciones y seguridad, prácticas empresariales, procesos de atracción y retención de talento, así como personas con discapacidad en el centro de trabajo.





Diversidad generacional

Promovemos la integración de distintas generaciones a favor de la inclusión laboral. Actualmente contamos con millennials 45%, generación X, 25% y baby boomers 30%. De igual manera fomentamos el intercambio de conocimiento entre generaciones implementando programas como *Reverse Mentoring* en donde nuestros asociados de la generación millennial habilitaron a los miembros de Comité Ejecutivo en destrezas digitales de apps y redes sociales.



Certificación en Igualdad Laboral y No Discriminación Certificado de Oro

Walmart de México y Centroamérica recibió la recertificación de la Norma Mexicana para la Igualdad Laboral y No Discriminación. La certificación fue otorgada debido a que nuestras políticas y prácticas cumplen con los requisitos de igualdad laboral, no discriminación e inclusión definidos por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), Instituto Nacional de las Mujeres y Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, quienes promueven y respaldan la Norma.

Somos el único retail certificado en México.

Para obtenerlo, los principales ejes que evalúa son:

- Procesos de reclutamiento y selección con igualdad de oportunidades
- Realizar acciones de corresponsabilidad entre la vida laboral, familiar y personal de sus trabajadoras y trabajadores
- Flexibilidad en horarios de trabajo
- Mecanismos para lograr atraer y retener talento
- Fomentar un clima laboral sin discriminación
- Implementar acciones y tener mecanismos para atender, prevenir y sancionar situaciones de violencia o discriminación
- Accesibilidad en espacios físicos para personas con discapacidad
- Salas de lactancia
- Garantizar igualdad salarial **GRI 202-1, 405-2**
- Uso de lenguaje incluyente, no sexista y accesible
- Capacitación en materia de igualdad y no discriminación



Detrás de cada acción, está nuestro compromiso de crear valor

Generamos Valor

Valor Financiero | Valor Ambiental | Valor Social



+1 billón de pesos

en valor de capitalización al 1 de nov 2019



88% de nuestras tiendas

son abastecidas con energía renovable



1,508 millones de pesos

canalizados a través de los programas de impacto social

Valor Financiero

GRI 201: 103-1, 103-2, 103-3, 202-1

El 2019 fue un año de transformación, de inversión y resultados. Nos enfocamos en construir un negocio aún más centrado en el cliente y mejor posicionado para el futuro, mientras entregamos sólidos resultados en un ambiente macroeconómico muy retador.

Logramos potenciar nuestras capacidades dentro y fuera de la tienda. Superamos el número de tiendas abiertas en los últimos cinco años y continuamos acelerando el crecimiento en ventas de *eCommerce*.

Seguimos creando valor para todos nuestros grupos de interés. El Walmart del Futuro está sucediendo hoy.



Olga González

Vicepresidenta Senior de Administración y Finanzas de Walmart de México y Centroamérica



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

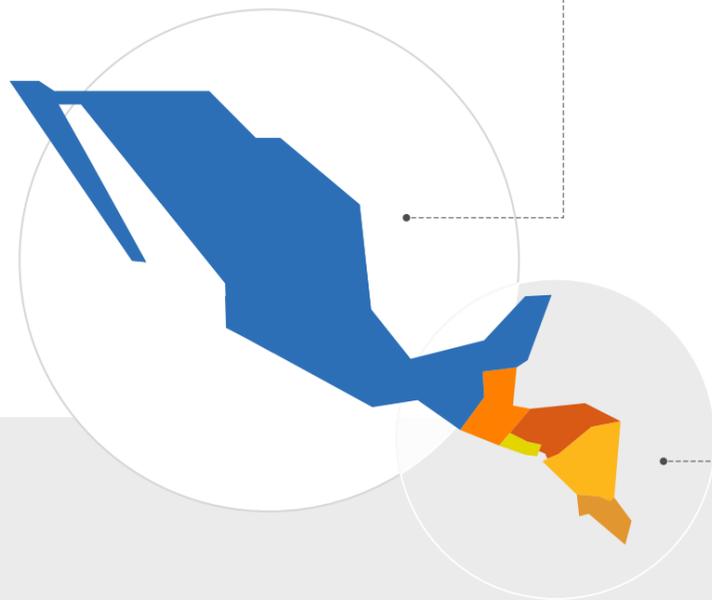
Desempeño

En 2019 logramos sólidos resultados, seguimos creciendo de manera sostenida y rentable en ventas y flujo operativo. Invertimos en la ampliación de nuestra cobertura omnicanal, *eCommerce*, tecnología, salarios y logística para atender los nuevos hábitos de compra y preferencias de nuestros clientes. Operamos con disciplina nuestras tiendas y clubes, las eficiencias logradas nos han permitido generar los recursos necesarios para continuar impulsando el crecimiento futuro e incrementar la rentabilidad.

Crecimiento por país, formato y división

Crecimos en todas las regiones en México. Las regiones Norte y Sur tuvieron el mayor crecimiento de ventas a unidades iguales, seguidas por las regiones Centro y Metropolitana, que tuvieron un crecimiento menor debido a la dinámica competitiva y a las condiciones macroeconómicas en esas regiones.

Crecimiento en ventas Unidades Iguales

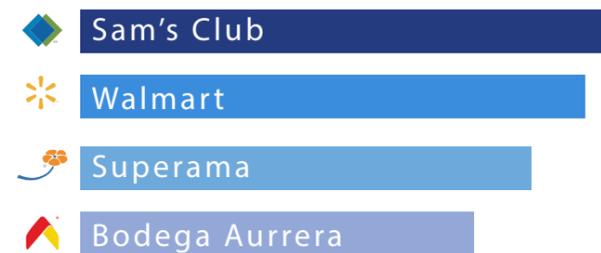


México
4.4%

Por zona geográfica de México



Por formato de México



Por división de México



Centroamérica
0.4%

Por país

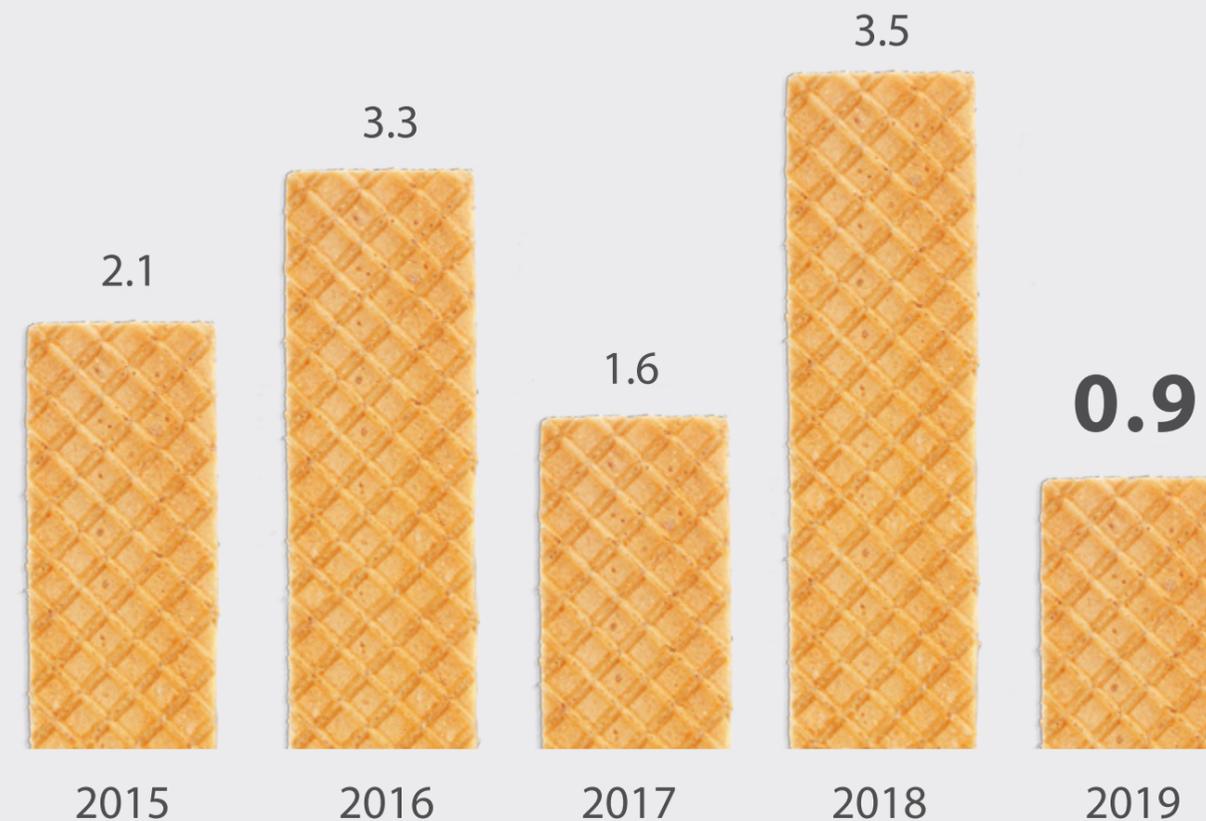


Diferencial de crecimiento en ventas unidades iguales Walmex¹ vs ANTAD Autoservicio y Clubes²

Puntos porcentuales

En 2019, superamos el crecimiento de ANTAD autoservicios y clubes a unidades iguales por 90 puntos base. Con esto acumulamos cinco años consecutivos creciendo a mismas tiendas más que nuestros competidores directos.

1 Autoservicio y Sam's Club.
2 Excluyendo Walmex.



En México

Los ingresos totales fueron de 532,241 millones de pesos, lo que representó un crecimiento de 5.7% respecto a 2018. Crecieron todos los formatos y regiones, nuestra división de mayor relevancia, Alimentos y Consumibles, fue la que mayor crecimiento tuvo.

Seguimos acelerando el crecimiento de nuestro negocio de *eCommerce*, en 2019 las ventas GMV crecieron 61%³, reflejo de que nuestra oferta omnicanal está ganando tracción. Las ventas netas en línea, alcanzaron un crecimiento anual de 52%, esta cifra es mayor al crecimiento de 40% logrado en 2018 y demuestra la correcta ejecución de nuestra estrategia de transformación digital acompañada por las eficientes inversiones realizadas en el diseño logístico. La venta de *eCommerce* representó el 1.5% de la venta total y contribuyó con 50 puntos base al crecimiento total de ventas.

Para reforzar nuestra posición de liderazgo en el mercado e incrementar el flujo de clientes, realizamos inversiones en precios y ampliamos el diferencial respecto a la competencia en 20 puntos base. Estos esfuerzos comerciales redujeron 10 puntos base el margen bruto, que este año representó el 22.6% de los ingresos totales.

Los gastos generales en el año crecieron 3.5%, 220 puntos base por debajo del crecimiento en ingresos, resultado de nuestros esfuerzos en productividad y eficiencias operativas.

Gracias al crecimiento de ventas, buen manejo del margen para mantener la competitividad, además de un disciplinado control del gasto, la utilidad de operación creció 8.3% y representó 8.9% con respecto a los ingresos totales y el flujo operativo EBITDA creció 8.6% lo que representó un 11.4% de los ingresos.

³ El crecimiento de *eCommerce* GMV mencionado excluye las ventas del call center.

Nota: Para proporcionar mejor visibilidad del desempeño de nuestro negocio, estamos incluyendo una estimación retroactiva del efecto que la adopción de la NIIF 16 hubiera tenido en los resultados financieros de 2018. Estas cifras pro-forma no están auditadas, pero se basan en los resultados auditados reportados en 2018 y fueron ajustados con nuestras mejores estimaciones para mostrar los efectos relacionados a la adopción de la NIIF 16. Es importante considerar que todas las referencias sobre los resultados del año anterior, se basan en las cifras pro-forma del 2018.



114,605 millones
de pesos en ingresos totales
Centroamérica
+3.4% vs 2018



646,846 millones
de pesos en ingresos totales a
nivel consolidado
+4.9% vs 2018

En Centroamérica

Los ingresos totales alcanzaron 114,605 millones de pesos con un crecimiento de 3.4% respecto al año anterior, sin efecto de tipo de cambio. Viendo el desempeño por país, Honduras tuvo el mayor crecimiento, seguido por Nicaragua y El Salvador, el menor desempeño de las ventas se tuvo en Costa Rica y Guatemala, reflejo de la dinámica macroeconómica poco favorable en esos países.

El margen bruto se mantuvo en 24.2%, debido a que el equipo logró un correcto balance entre mantener el liderazgo en precios sin comprometer la rentabilidad.

Los gastos crecieron 10.8% comparado con 2018, impactados por el nuevo acuerdo de regalías por propiedad intelectual entre nuestras subsidiarias en Centroamérica y Walmart Inc. El acuerdo entró en vigor a partir de 2019, pero el cargo anual se registró en el cuarto trimestre, afectando los gastos en 1,574 millones de pesos. Excluyendo este impacto del resultado anual, los gastos hubieran crecido 2.6%, logrando un apalancamiento de 10 puntos base.

La utilidad de operación representó 5.8% sobre los ingresos totales, sin el efecto de las regalías hubiera sido 7.1%, un aumento de 20 puntos base y un crecimiento de 7.1% respecto a 2018.

El flujo operativo EBITDA representó 9.1% de los ingresos totales, excluyendo el efecto de las regalías sería de 10.5%, con un incremento de 50 puntos base y un crecimiento de 7.8% comparado con 2018.

A nivel consolidado

Los ingresos consolidados alcanzaron 646,846 millones de pesos y aumentaron 4.9% respecto a 2018. El margen bruto de 22.9% se redujo 10 puntos base principalmente por nuestro constante compromiso de inversión en precios.

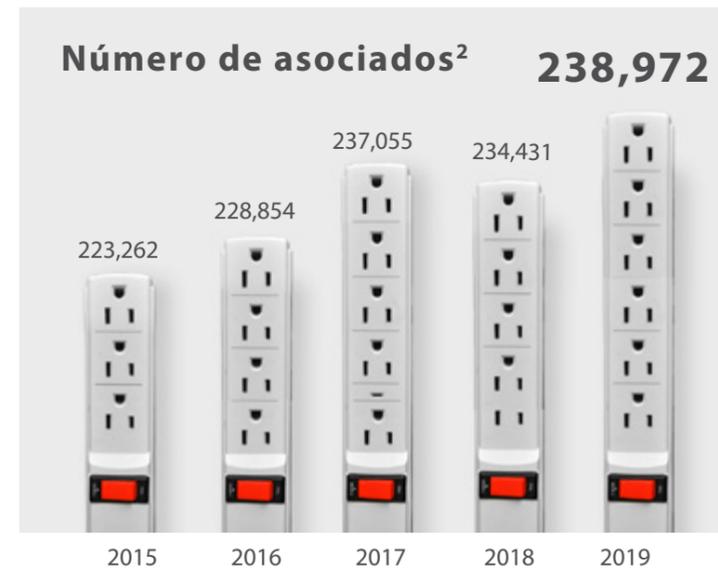
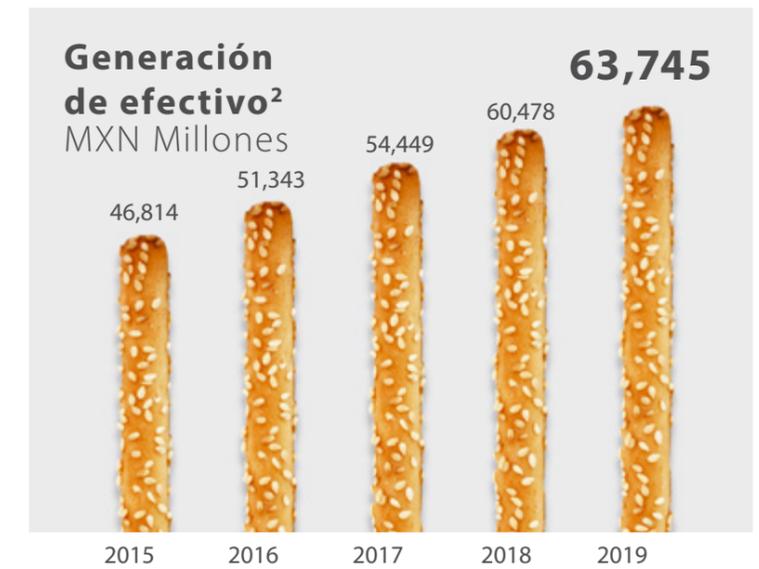
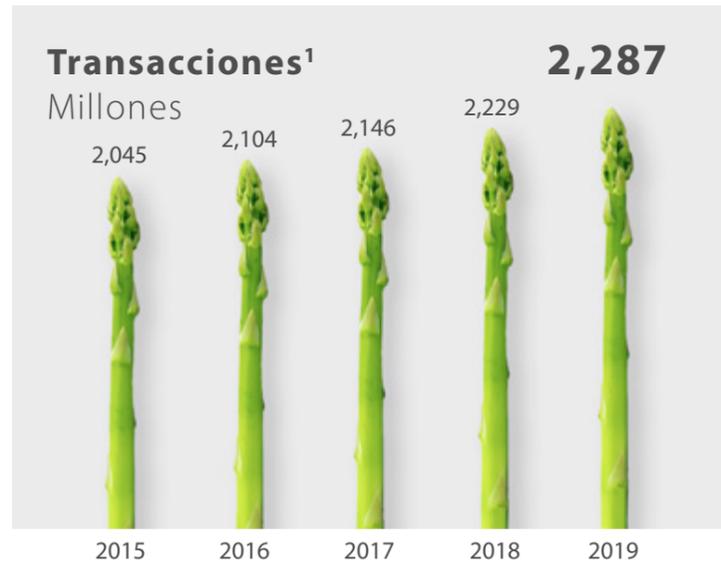
Los gastos crecieron 4.6% comparado con 2018, sin considerar el efecto de las regalías de Centroamérica el crecimiento sería de 2.9%, con lo cual apalancamos el gasto en 20 puntos base, esto gracias a la excelente disciplina en el control de gastos de ambas regiones.

La utilidad de operación representó 8.3% sobre los ingresos totales, excluyendo el efecto de las regalías representaría 8.6% con un incremento de 20 puntos base y un crecimiento de 7.8% respecto al año anterior. El flujo operativo EBITDA alcanzó 71,005 millones de pesos, 11.0% de los ingresos totales, sin considerar el efecto de las regalías sería 72,579 millones de pesos y un margen del 11.2%, con un incremento de 30 puntos base y un crecimiento de 8.1% comparado con 2018.

Principales indicadores

GRI 102-7,102-8

Respaldados por una sólida generación de efectivo, operando con calidad y disciplina financiera, seguimos invirtiendo para continuar con nuestro liderazgo en el futuro.



1 Walmex excluyendo Banco Walmart, y Suburbia.

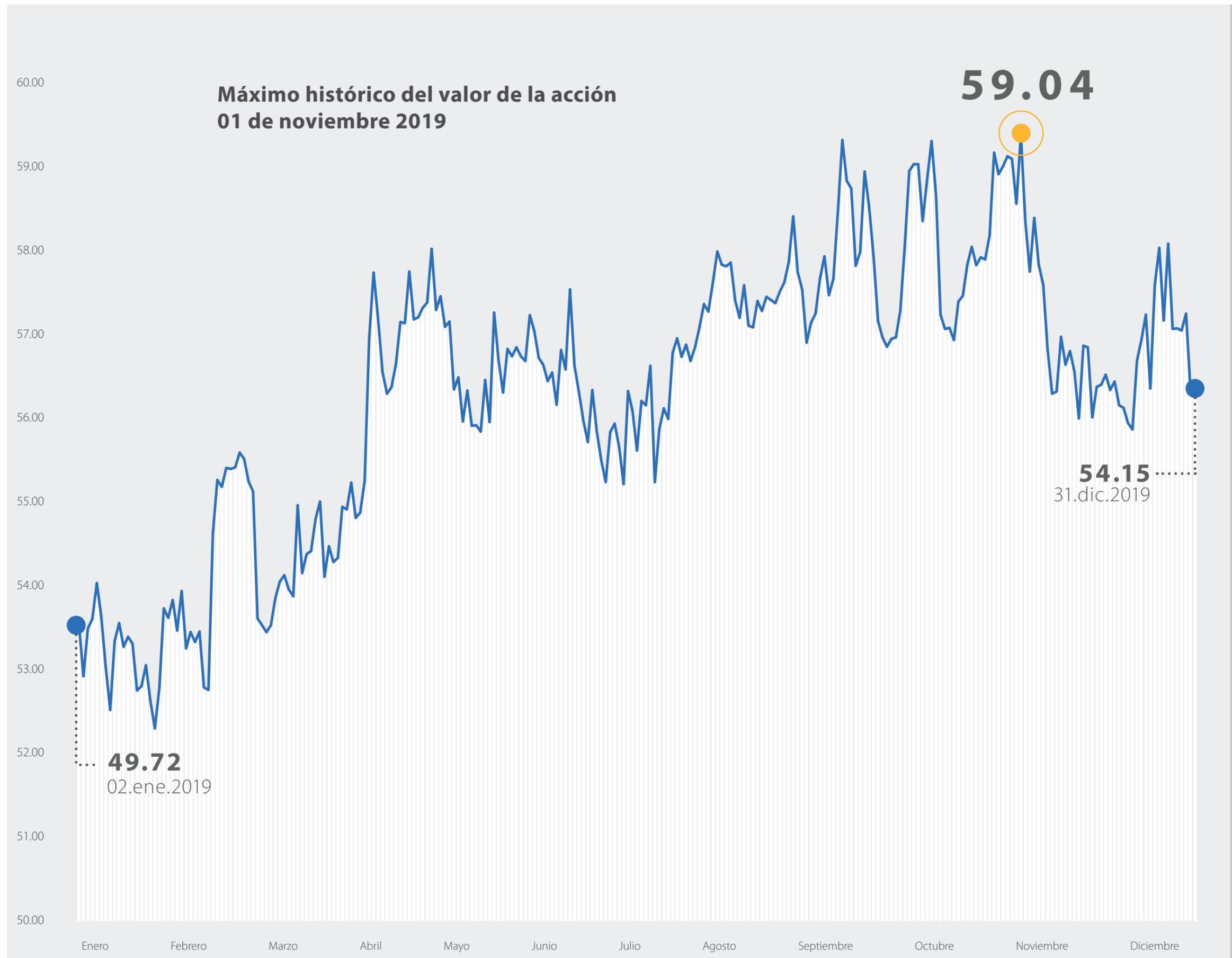
2 Excluye a Suburbia a partir de 2016.

* Para proporcionar mejor visibilidad del desempeño de nuestro negocio, incluimos una estimación retroactiva del efecto de la adopción de la NIIF 16 en los resultados de 2018. Estas cifras pro-forma no están auditadas, pero se basan en los resultados auditados y fueron ajustados con nuestras mejores estimaciones para mostrar los efectos relacionados a la adopción de la NIIF 16.

Valor a los Accionistas

Este año nuestra acción alcanzó su máximo histórico en 59.04 pesos, cómo muestra de la confianza en nuestra operación, solidez financiera y eficiente uso de activos. Estamos construyendo desde una posición de solidez el Walmart del futuro.

Retribuimos de forma consistente la confianza de nuestros accionistas, este año pagamos 35,957 millones de pesos por concepto de dividendos, éste importe considera el cuarto pago decretado en 2018 por 0.33 pesos por acción, 0.19 pesos del ordinario y 0.14 del extraordinario, más 1.75 pesos por acción, correspondiente al pago decretado en 2019, el cual se compone de un dividendo ordinario de 0.84 pesos por acción y de un dividendo extraordinario de 0.91 pesos por acción, ambos pagados en tres exhibiciones, el ordinario de 0.28 pesos por acción cada una, en los meses de abril, agosto y noviembre 2019 y el extraordinario de 0.35 pesos por acción en abril, 0.30 en agosto y 0.26 en noviembre 2019.



Inversiones

Balanceamos el corto y el largo plazo en nuestras inversiones, destinamos recursos a nuestra propuesta de precios bajos y a salarios, mientras que con una perspectiva de largo plazo construimos la infraestructura y las capacidades que nos permitirán seguir por el camino del éxito. Invertimos 20,575 millones de pesos de capital en el año, de los cuáles destinamos el 40% a mantenimiento y remodelación de las tiendas existentes, 28% a la apertura de tiendas nuevas, 20% en la red logística, 11% en *eCommerce* y tecnología y 1% en la red de perecederos.

Abrimos en México dos centros de distribución dedicados a *eCommerce* en Monterrey y Guadalajara, con una inversión de 370 millones de pesos, con lo que mejoramos significativamente la entrega en 17 estados de la república. En Costa Rica

ampliamos el centro de distribución el Coyol, con lo cual pasó a ser el más grande de Centroamérica.

Superamos la cifra de tiendas nuevas abiertas de los últimos cinco años, al abrir 161 unidades en 2019, 134 en México y 27 en Centroamérica. Las nuevas tiendas agregaron 165,224 metros cuadrados de piso de venta, contribuyendo 1.7% al crecimiento en ventas y 2.1% al incremento de la capacidad instalada.

Seguimos haciendo más eficientes nuestras inversiones para adaptar nuestra propuesta de valor a diferentes mercados, abrimos nuevos prototipos de tiendas con la misma propuesta de valor sólo con algunos ajustes en surtido y dimensiones de la tienda para adaptarlo al mercado donde se ubica.



7,099,063 m²

total de piso de venta

Con una perspectiva de largo plazo construimos la infraestructura y las capacidades que nos permitirán seguir por el camino del éxito.



Fuente: Map Data ©2019 Google.

Este año inauguramos la tienda Mi Bodega Hércules ubicada en una comunidad minera en los límites de Coahuila y Chihuahua.

Nuestra transformación también enfatiza la inclusión. Este año inauguramos cinco tiendas inclusivas, las cuales ofrecen mayor autonomía a nuestros clientes y asociados con alguna discapacidad. Walmart Punta Guadiana en Durango, fue la primera tienda inclusiva que abrimos, la cual cuenta con botones de ayuda, accesos especiales, mobiliario accesible y guías táctiles.

A través de nuestra filosofía de costos bajos todos los días y productividad, seguimos manejando de forma estratégica el capital para entregar valor a nuestros accionistas y todos nuestros grupos de interés.

2019 fue un año de resultados, transformación y retos, con lo que seguimos generando nuevas oportunidades para mantener nuestra solidez en el futuro.

Utilizamos nuestra escala de manera positiva, cuidamos el generar retornos de capital y contribuir positivamente en la vida de las comunidades donde operamos.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad



Estado de resultados y balance general

Al 31 de diciembre de 2019 (MXN Millones)

Resultados Consolidados Walmex 2019

	2019		2018 NIIF 16 Pro-forma			2018 Reportado		
	\$	%	\$	%	Var.	\$	%	Var.
Total ingresos	646,846	100.0	616,910	100.0	4.9	616,910	100.0	4.9
Utilidad bruta	148,051	22.9	141,647	23.0	4.5	141,647	23.0	4.5
Gastos generales	94,427	14.6	90,276	14.6	4.6	92,658	15.0	1.9
Otros ingresos, neto	379	0.1	201	0.0	88.2	201	0.0	88.2
Utilidad de operación	54,003	8.3	51,572	8.4	4.7	49,190	8.0	9.8
EBITDA	71,005	11.0	67,148	10.9	5.7	61,747	10.0	15.0
Utilidad neta	37,898	5.9	35,606	5.8	6.4	36,753	6.0	3.1

Para proporcionar mejor visibilidad del desempeño de nuestro negocio, incluimos una estimación retroactiva del efecto de la adopción de la NIIF 16 en los resultados de 2018. Estas cifras pro-forma no están auditadas, pero se basan en los resultados auditados y fueron ajustados con nuestras mejores estimaciones para mostrar los efectos relacionados a la adopción de la NIIF 16.

Balance General

Activos	Pasivos y Capital Contable
 30,857 Efectivo	 87,116 Cuentas por Pagar
 67,553 Inventarios	 262,057 Capital Contable y Otros
 250,763 Activos Fijos y Otros	



Total
349,173

Resultados Financieros (Millones de pesos)

GRI 102-45, 102-48

	2019	2018 ⁽¹¹⁾	2018	2017 ⁽¹⁰⁾	2017	2016 ⁽⁸⁾	*NIIF						**NIF			
							2015 ⁽⁷⁾	2015 ⁽⁶⁾	2014 ⁽⁴⁾	2013 ⁽⁴⁾	2013 ⁽¹⁾	2012 ⁽¹⁾	2012	2011	2011	2010
PIB México (Crecimiento anual, %)	-0.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.9	3.3	3.3	2.8	1.4	1.4	3.6	3.6	3.7	3.7	5.1
Inflación México (Anual, %)	2.8	4.8	4.8	6.8	6.8	3.4	2.1	2.1	4.1	4.0	4.0	3.6	3.6	3.8	3.8	4.4
Depreciación (Anual, %)	(4.0)	0.0	0.0	(5.2)	(5.2)	19.2	18.0	18.0	13.0	1.4	1.4	(7.9)	(7.9)	12.9	12.9	(5.6)
Tipo de Cambio (Promedio, pesos por dólar)	19.3	19.2	19.2	18.9	18.9	18.7	15.9	15.9	13.3	12.8	12.8	13.1	13.1	12.5	12.5	12.6
Tipo de Cambio (Fin de periodo, pesos por dólar)	18.9	19.7	19.7	19.7	19.7	20.7	17.4	17.4	14.7	13.0	13.0	12.9	12.9	14.0	14.0	12.4
Tasas de interés Méxic (Cetes 28 días, Promedio anual, %)	7.8	7.6	7.6	6.7	6.7	4.2	3.0	3.0	3.0	3.8	3.8	4.2	4.2	4.2	4.2	4.4
ESTADO DE RESULTADOS																
VENTAS NETAS	641,825	612,186	612,186	569,015	569,367	528,571	472,460	485,864	437,659	420,577	420,577	407,843	413,792	375,280	379,021	334,511
% de crecimiento vs. año anterior, U. Totales	4.8	7.6	7.6	NA	7.7	11.9	11.3	11.0	4.1	3.1	3.1	NA	10.3	12.2	13.3	24.2
% de crecimiento vs. año anterior, U. Iguales	3.3	5.7	5.7	5.9	5.9	10.3	9.1	8.9	0.6	-1.4	-1.4	4.2	4.2	3.7	3.7	3.2
OTROS INGRESOS	5,021	4,724	4,724	4,356	3,898	3,813	3,451	3,503	3,329	3,246	4,584	4,217	4,259	3,570	1,885	1,346
% de crecimiento vs. año anterior	6.3	8.4	8.4	NA	2.3	10.5	NA	5.2	2.6	NA	8.7	NA	19.3	NA	40.0	27.7
TOTAL INGRESOS	646,846	616,910	616,910	573,371	573,265	532,384	475,911	489,367	440,988	423,823	425,161	412,060	418,051	378,850	380,906	335,857
% de crecimiento vs. año anterior	4.9	7.6	7.6	NA	7.7	11.9	NA	11.0	4.1	NA	3.2	NA	10.3	NA	13.4	24.2
UTILIDAD BRUTA	148,051	141,647	141,586	131,072	127,695	117,484	102,603	107,380	97,619	92,948	93,624	90,228	94,597	85,109	83,698	74,059
% de margen de utilidad	22.9	23.0	23.0	22.9	22.3	22.1	21.6	21.9	22.1	21.9	22.0	21.9	22.6	22.5	22.0	22.1
GASTOS GENERALES	94,427	90,276	92,597	86,921	83,684	77,834	69,548	72,235	64,010	61,318	62,102	58,541	61,926	55,574	53,619	47,015
% sobre total de ingresos	14.6	14.6	15.0	15.2	14.6	14.6	14.6	14.8	14.5	14.5	14.6	14.2	14.8	14.7	14.1	14.0
UTILIDAD DE OPERACIÓN	54,003	51,572	49,190	43,838	43,838	39,455	32,828	34,969	34,716	31,636	31,532	31,422	32,399	29,591	30,079	27,044
% sobre total de ingresos	8.3	8.4	8.0	7.6	7.6	7.4	6.9	7.1	7.9	7.5	7.4	7.6	7.7	7.8	7.9	8.1
% de crecimiento vs. año anterior	9.8	NA	12.2	11.1	11.1	20.2	NA	0.7	9.7	NA	0.4	NA	9.5	NA	11.2	21.4
FLUJO OPERATIVO (EBITDA)	71,005	67,148	61,747	55,482	55,482	50,149	42,592	44,993	42,854	40,305	40,222	39,860	41,166	37,188	37,415	33,294
% sobre total de ingresos	11.0	10.9	10.0	9.7	9.7	9.4	8.9	9.2	9.7	9.5	9.5	9.7	9.8	9.8	9.8	9.9
INGRESOS (GASTOS) FINANCIEROS - NETO	(4,801)	(4,242)	(330)	(548)	(548)	(323)	89	55	(154)	(16)	(15)	401	399	189	191	460
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A LA UTILIDAD	49,202	47,330	48,860	43,290	43,290	39,132	32,917	35,024	34,562	31,620	31,517	31,823	32,798	29,780	30,198	27,630
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	11,304	11,724	12,107	10,900	10,900	10,623	9,473	10,087	9,521	9,632	9,517	9,237	9,529	7,695	7,939	8,066
OPERACIONES DISCONTINUAS	-	-	-	7,475	7,475	4,842	2,935	1,442	5,394	725	713	683	-	-	-	-
UTILIDAD NETA (PARTICIPACIÓN CONTROLADORA)	37,898	35,606	36,753	39,865	39,865	33,352	26,376	26,376	30,426	22,717	22,717	23,275	23,275	22,080	22,254	19,550
% de crecimiento vs. año anterior	3.1	NA	(7.8)	19.5	19.5	26.5	(13.3)	(13.3)	33.9	(2.4)	(2.4)	5.4	5.4	NA	13.8	16.3
POSICION FINANCIERA																
CAJA	30,857	38,830	38,830	35,596	35,596	27,976	24,791	24,791	28,048	21,129	21,129	28,163	28,163	25,166	25,166	24,661
INVENTARIOS	67,553	63,344	63,344	59,463	59,463	53,665	49,749	49,749	47,175	43,795	43,795	39,092	39,092	39,336	40,163	29,023
OTROS ACTIVOS	27,179	25,891	25,144	22,742	22,742	30,881	15,831	15,831	19,475	19,510	19,510	12,909	12,909	13,579	13,249	9,056
ACTIVO FIJO	188,439	177,891	144,222	140,082	140,082	136,349	130,222	130,222	125,996	121,083	121,083	117,377	117,377	111,372	116,680	102,300
CRÉDITO MERCANTIL	35,145	34,989	34,989	37,373	37,373	39,421	33,057	33,057	28,020	24,745	24,745	24,745	24,745	29,768	29,768	29,768
TOTAL ACTIVO	349,173	340,945	306,529	295,256	295,256	288,292	253,650	253,650	248,714	230,262	230,262	222,286	222,286	219,221	225,026	194,808
PROVEEDORES	87,116	85,327	85,327	80,099	80,099	65,919	56,396	56,396	52,710	47,609	47,609	44,770	44,770	50,854	50,854	38,000
OTROS PASIVOS	93,912	91,038	56,288	55,623	55,623	55,347	45,433	45,433	45,758	39,702	39,702	37,679	37,679	39,184	40,894	33,948
CAPITAL CONTABLE	168,145	164,580	164,914	159,534	159,534	167,026	151,795	151,795	150,223	142,931	142,931	139,701	139,701	128,867	132,962	122,531
PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA	-	-	-	-	-	-	26	26	23	20	20	136	136	316	316	329
TOTAL PASIVO, CAPITAL CONTABLE Y PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA	349,173	340,945	306,529	295,256	295,256	288,292	253,650	253,650	248,714	230,262	230,262	222,286	222,286	219,221	225,026	194,808

Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con
la Honestidad

Informe Financiero y de
Responsabilidad Corporativa 2019

	*NIIF														**NIF	
	2019	2018 ⁽¹¹⁾	2018	2017 ⁽¹⁰⁾	2017	2016 ⁽⁸⁾	2015 ⁽⁷⁾	2015 ⁽⁶⁾	2014 ⁽⁴⁾	2013 ⁽⁴⁾	2013 ⁽¹⁾	2012 ⁽¹⁾	2012	2011	2011	2010
NUMERO DE UNIDADES MÉXICO																
Bodega Aurrerá	2,035	1,910	1,910	1,820	1,820	1,763	1,719	1,719	1,660	1,589	1,589	1,423	1,423	1,204	1,204	899
Walmart Supercenter	280	274	274	270	270	262	256	256	251	243	243	227	227	213	213	192
Sam's Club	163	163	163	162	162	160	160	160	159	156	156	142	142	124	124	108
Superama	93	91	91	94	94	96	95	95	93	92	92	90	90	88	88	75
Suburbia	-	-	-	-	-	-	117	117	116	109	109	100	100	94	94	90
Farmacias Medimart	-	-	-	10	10	10	10	10	10	10	10	6	-	-	-	-
Restaurantes Vips	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	365	365	364	364	366
TOTAL UNIDADES	2,571	2,438	2,438	2,356	2,356	2,291	2,357	2,357	2,289	2,199	2,199	2,353	2,347	2,087	2,087	1,730
NUMERO DE UNIDADES CENTROAMÉRICA																
Tiendas de Descuento	549	540	540	522	522	495	484	484	477	466	466	459	459	453	453	401
Supermercados	99	97	97	94	94	92	99	99	96	100	100	97	97	96	96	94
Bodegas	155	143	143	133	133	117	102	102	94	75	75	67	67	54	54	36
Walmarts	33	31	31	29	29	27	24	24	22	20	20	17	17	17	17	16
Clubes de Precios	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	2	2	2	2	2
TOTAL UNIDADES	836	811	811	778	778	731	709	709	690	662	662	642	642	622	622	549
Banco Walmart																
Sucursales bancarias	-	-	-	-	-	-	-	-	-	201	201	263	263	263	263	263
OTROS DATOS AL FIN DE AÑO																
Número de asociados	238,972	234,431	234,431	237,055	237,055	228,854 ⁽⁹⁾	231,996	231,996	228,063 ⁽⁵⁾	224,901 ⁽⁵⁾	226,289 ⁽³⁾	248,246	248,246	238,128	238,128	219,767
Precio de la acción ⁽²⁾ (pesos)	54.15	49.97	49.97	48.19	48.19	37.05	43.49	43.49	31.72	34.26	34.26	42.33	42.33	38.23	38.23	35.44
Número de acciones en circulación ⁽²⁾ (millones)	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,461	17,507	17,627	17,627	17,722	17,722	17,747	17,747	17,848
Valor de mercado	945,513	872,526	872,526	841,446	841,446	646,930	759,379	759,379	555,322	603,901	603,901	750,172	750,172	678,471	678,471	632,533
Utilidad por acción ⁽²⁾ (pesos)	2.170	2.105	2.105	2.283	2.283	1.910	1.508	1.508	1.732	1.284	1.284	1.312	1.312	1.240	1.250	1.105
Dividendo pagado	35,957	25,582	25,582	42,756	42,756	28,972	31,562	31,562	21,643	16,056	16,056	9,612	9,612	9,659	9,659	5,743
Número de acciones recompradas ⁽²⁾ (millones)	-	-	-	-	-	-	47	47	123	96	96	27	27	103	103	112
Inversión en recompra de acciones	-	-	-	-	-	-	1,825	1,825	3,996	3,328	3,328	1,088	1,088	3,455	3,455	3,472

1 Los resultados de Vips se presentan en Operaciones Discontinuas.

2 Información ajustada por el split realizado en abril de 2010.

3 No incluye asociados de Vips.

4 Los resultados del Banco Walmart y Vips se presentan en Operaciones Discontinuas.

5 No incluye asociados de Banco Walmart.

6 Los resultados de Banco Walmart y su venta, se presentan en Operaciones Discontinuas.

7 Los resultados de Suburbia así como los resultados de Banco Walmart y su venta se presentan en Operaciones Discontinuas.

8 Los resultados de Suburbia se presentan en Operaciones Discontinuas. Posición financiera presenta algunas reclasificaciones por presentación, con fines de comparabilidad únicamente con 2017.

9 No incluye asociados de Suburbia.

10 Información con adecuaciones, derivado de la Norma de Ingresos que aplica a partir de 2018.

11 Información con adecuaciones, derivado de la Norma de Arrendamientos que aplica a partir de 2019.

* NIIF = Información financiera bajo las Normas Internacionales de Información Financiera.

** NIF = Información financiera bajo las Normas de Información Financiera de México.

NA = No Aplica.

ADQUISICIONES DE INMUEBLE Y EQUIPO	20,575	17,933	17,933	17,426	17,426	14,335	12,526	12,526	12,691	13,987	13,987	14,660	14,660	18,352	18,352	13,130
---	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

GRI 102-45,102-48

Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

p. 93

Valor Ambiental

GRI 305: 103-1, 103-2, 103-3

Al ser la cadena omnicanal más confiable, la sustentabilidad y la eficiencia de nuestras operaciones son factores fundamentales.

Ambos factores son el camino para ser una empresa más eficiente y resiliente, al mismo tiempo que nos ayuda a fortalecer nuestra marca y a mantener la lealtad de nuestros clientes y grupos de interés.

Es por eso, que nuestro plan al 2025 incluye la reducción de emisiones en nuestras operaciones, la eliminación de residuos con base en los principios de la economía circular y el abastecimiento responsable y sustentable de productos.



+376 millones

ahorros generados por iniciativas sustentables



+519 millones

de pesos invertidos en iniciativas sustentables



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad



Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Estamos comprometidos con ser parte de las soluciones que los retos ambientales actuales demandan y no parte de los problemas

Nos hemos enfocado en tres grandes prioridades:

GRI 305: 103-1, 103-2, 103-3

Prioridad	Metas públicas	Indicadores ambientales destacados
 <p>Mitigar el cambio climático al reducir las emisiones en nuestras operaciones y cadena de abastecimiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> Reducir 25% la intensidad energética por metro cuadrado de construcción (kW/m²) al 2020, con respecto al 2010 Reducir 18% las emisiones GEI al 2025, con respecto al 2015 Trabajar con nuestros proveedores para reducir o evitar emisiones de GEI equivalentes a 1 gigatón en nuestras cadenas de abasto globales al 2030 	<ul style="list-style-type: none"> 88%  de nuestras tiendas son abastecidas con energía renovable 17%  incremento en emisiones GEI alcance 1 y 2 con respecto a 2015 base 51%  del consumo de energía proviene de fuentes renovables A- calificación en el cuestionario de cambio climático de CDP
 <p>Contribuir a crear una economía circular que evite la generación de residuos, se diseñen ciclos cerrados de materiales y se reduzca el uso de recursos naturales</p>	<ul style="list-style-type: none"> Enviar cero residuos a rellenos sanitarios para el 2025 En el año 2025 los productos de Nuestras Marcas: <ul style="list-style-type: none"> Tendrán empaques 100% reciclables, reutilizables o compostables Los empaques contendrán 20% de material reciclado post-consumo Eliminaremos el plástico innecesario o difícil de reciclar 	<ul style="list-style-type: none"> 70% de los residuos generados no se enviaron a disposición final, sino que fueron valorizados Evitamos que 39,736 toneladas de alimentos se enviaran a rellenos sanitarios Liberamos 1,586,475 m³ de relleno sanitario  Lanzamiento de la campaña #SinBolsaPorFavor
 <p>Siempre que sea posible asegurar el abastecimiento sustentable de materias primas y productos que ofrecemos a nuestros clientes e incentivar un consumo más responsable y con menores emisiones GEI</p>	<ul style="list-style-type: none"> En el año 2020 los productos de Nuestras Marcas utilizarán aceite de palma y papel/celulosa de fuentes sustentables certificadas En el año 2025 los pescados y mariscos frescos y congelados, así como el atún enlatado se abastecerá de fuentes sustentables certificadas o con un proyecto de mejora pesquera 	<ul style="list-style-type: none"> A- calificación en el cuestionario de <i>Supply Chain</i> de CDP 2,274 productos con mejoras para reducir su impacto ambiental 85% de nuestros proveedores que utilizan aceite palma cuentan con certificación sustentable 61% de nuestros proveedores utilizan fibra virgen certificada FSC



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019



Mitigar el cambio climático

GRI 305: 103-1, 103-2, 103-3, 305-5



Reducción de emisiones

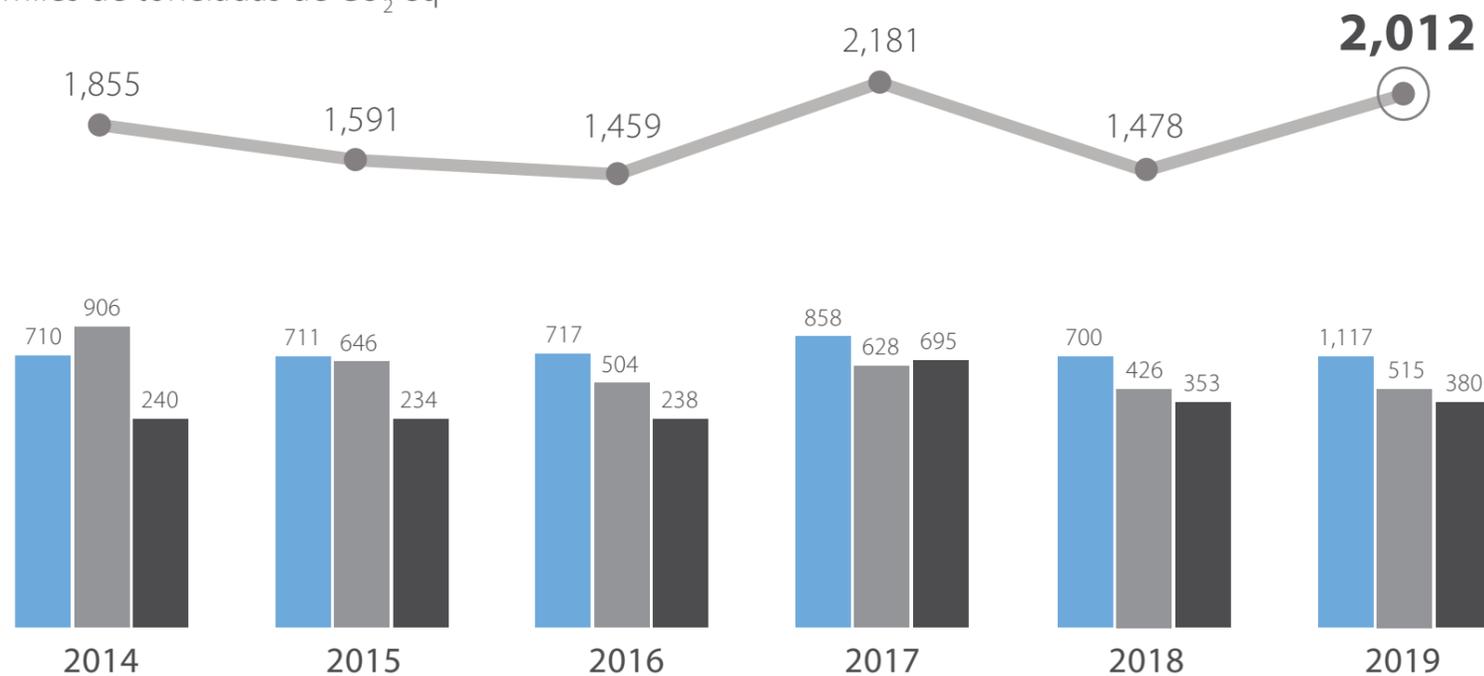
Estamos comprometidos a reducir las emisiones GEI en nuestras operaciones y en nuestra cadena de suministro. Tenemos claro que debido a la naturaleza de nuestro negocio, la mayor parte de las emisiones se generan justamente en nuestra cadena de valor (alcance 3).

Compartimos el objetivo de Walmart Inc. de reducir las emisiones GEI (alcance 1 y 2) en 18% para 2025 con respecto a los niveles de 2015. Este objetivo está aprobado por la iniciativa de Objetivos Basados en Ciencia.

Para lograr esta meta trabajamos en ampliar el suministro de energía de fuentes renovables, reducir el consumo de energía en tiendas, en particular en los equipos de refrigeración y climatización, y continuamos buscando y desarrollando opciones que nos ayuden a tener prototipos de nuevas tiendas con menor consumo de energía desde el diseño.

Total de emisiones

miles de toneladas de CO₂ eq



Alcance 1



Alcance 2



Alcance 3

Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

En 2019 nuestras emisiones de alcance 1 y 2 aumentaron 17% con respecto a 2015, debido a un crecimiento atípico en las recargas de gases refrigerantes en los equipos de refrigeración y aire acondicionado.

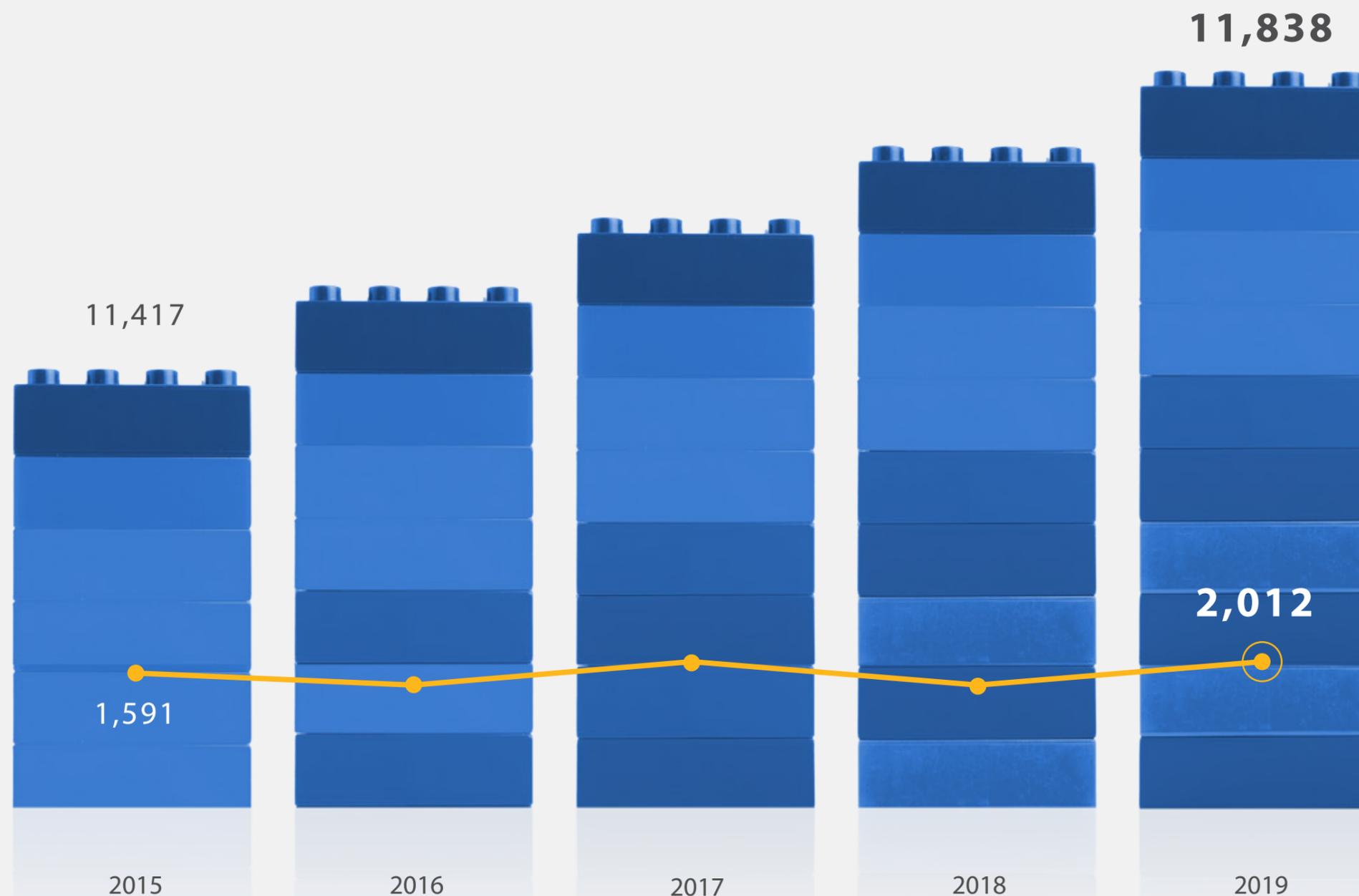
GRI 305-4

* **170 ton/m²**
Intensidad de las emisiones GEI

Redujimos nuestras emisiones manteniendo nuestro ritmo de crecimiento

■ Miles de m² total construcción

—● Toneladas CO₂ eq



Fuente de emisiones alcance 1, 2 y 3

GRI 305-1, 305-2, 305-3

Las emisiones de alcance 1 provienen mayoritariamente por fugas de refrigerantes y en menor medida por combustión estacionaria en hornos. Nuestras emisiones de alcance 3 se derivan principalmente de la producción de los bienes que nos suministran nuestros proveedores para la venta, el transporte de los productos y los residuos generados en nuestras operaciones. Utilizamos la metodología de cadena de valor corporativa del Protocolo GEI (alcance 3) para determinar la categoría que nos corresponde reportar.

Por su relevancia en nuestro negocio y por la cantidad de emisiones, consideramos las siguientes categorías:

- Productos o servicios comprados
- Bienes de capital
- Transporte y distribución entre nuestros CEDIS y tienda
- Viajes de negocios
- Residuos generados en nuestra operación
- Viajes de los asociados en autos propiedad de la empresa
- Transporte utilizado para entrega a domicilio

Aunque son relevantes, todavía no hemos calculado las emisiones asociadas a las categorías correspondientes al tratamiento de los productos después de su vida útil y el procesamiento de productos vendidos.

2,012,204 ton CO₂eq total

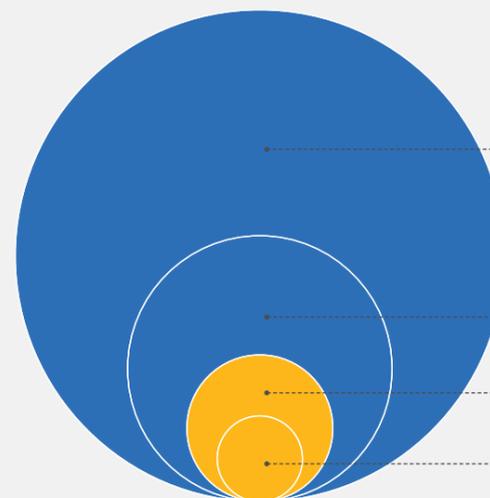
Desglose del total de emisiones de CO₂ por Alcance:

■ México ■ Centroamérica



Alcance 1

117,567 ton CO₂eq



Combustibles

Refrigerantes

82.27%

12.04%

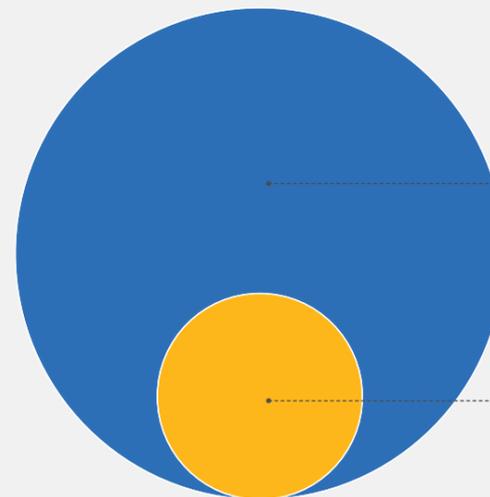
4.32%

1.37%



Alcance 2

14,851 ton CO₂eq



Electricidad

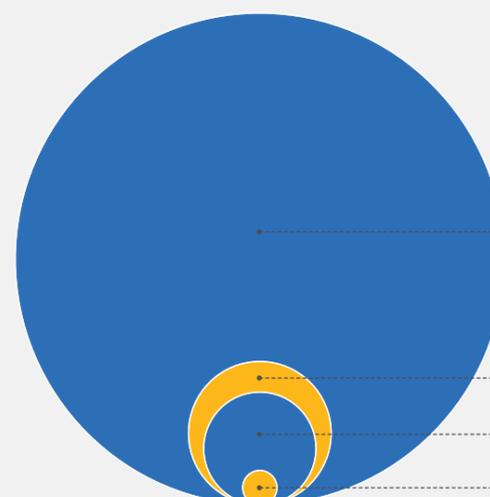
86.20%

13.8%



Alcance 3

379,854 ton CO₂eq



Transportes

Viajes de negocios

85.99%

7.21%

6.33%

0.47%



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad



Consumo de energía

GRI 302: 103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 302-2, 302-4

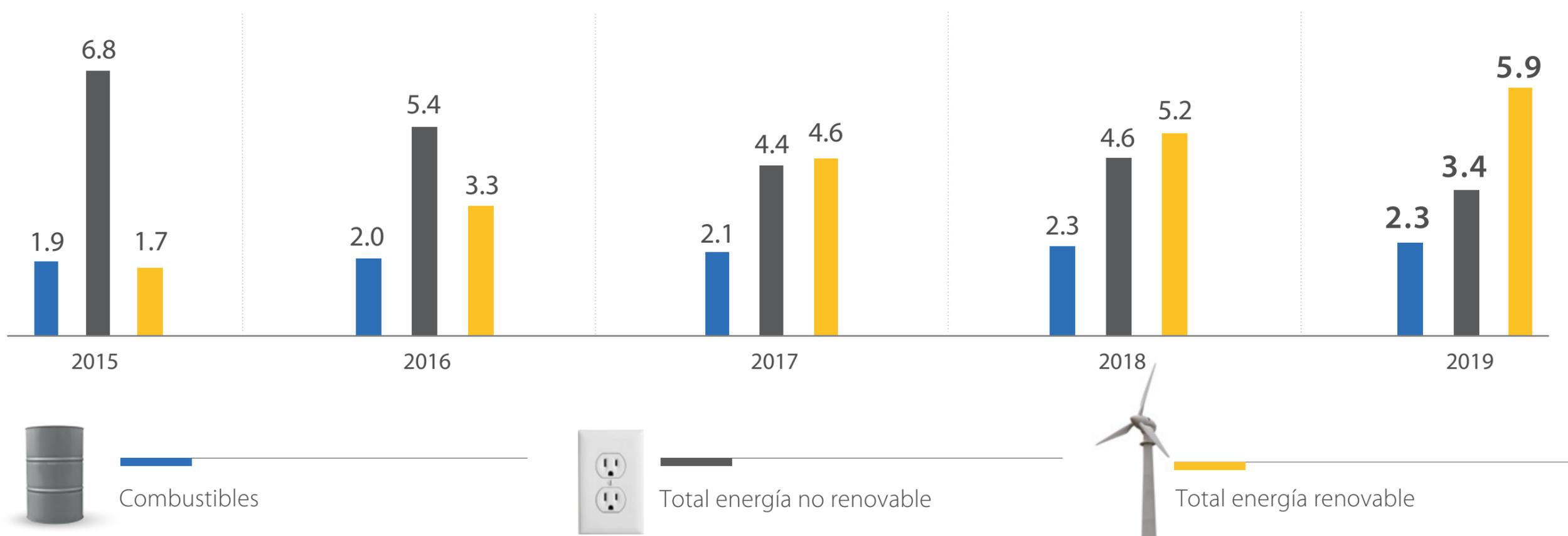
Adicional al suministro de energía renovable de seis parques de energía eólica y dos plantas hidroeléctricas, en 2019 iniciamos un programa para la instalación de paneles fotovoltaicos en los techos de nuestras tiendas, con 14 tiendas en la primera etapa.

Continuamos trabajando en mejorar la eficiencia energética de tiendas y centros de distribución. Se está trabajando con un sistema de inteligencia artificial para monitorear los consumos de energía en tiempo real, lo que nos permitirá responder en menor tiempo ante desviaciones en los consumos. Adicionalmente se tiene un programa integral para reducir las pérdidas de energía, al mejorar el aislamiento térmico de equipos y tiendas. Con respecto a nuestra meta de reducir en 26% la eficiencia energética por metro cuadrado de construcción, logramos

una reducción de 28.2%, superando la meta antes de tiempo. Invertimos \$126 millones de pesos en iluminación LED y celdas fotovoltaicas. Implementamos un programa innovador que utiliza inteligencia artificial para mejorar el monitoreo y control del consumo de energía de los equipos refrigeración y aire acondicionado en nuestras tiendas. En Centroamérica se implementó el Centro de Monitoreo para 597 tiendas, por medio del cual se estandarizan parámetros, se programan horarios y se controlan remotamente los sistemas de iluminación, refrigeración, ventilación y aire acondicionado, de manera permanente a través de una plataforma digital.

Ahorramos 190,345 GJ de energía vs 2018
11,639,388 GJ de energía total consumida

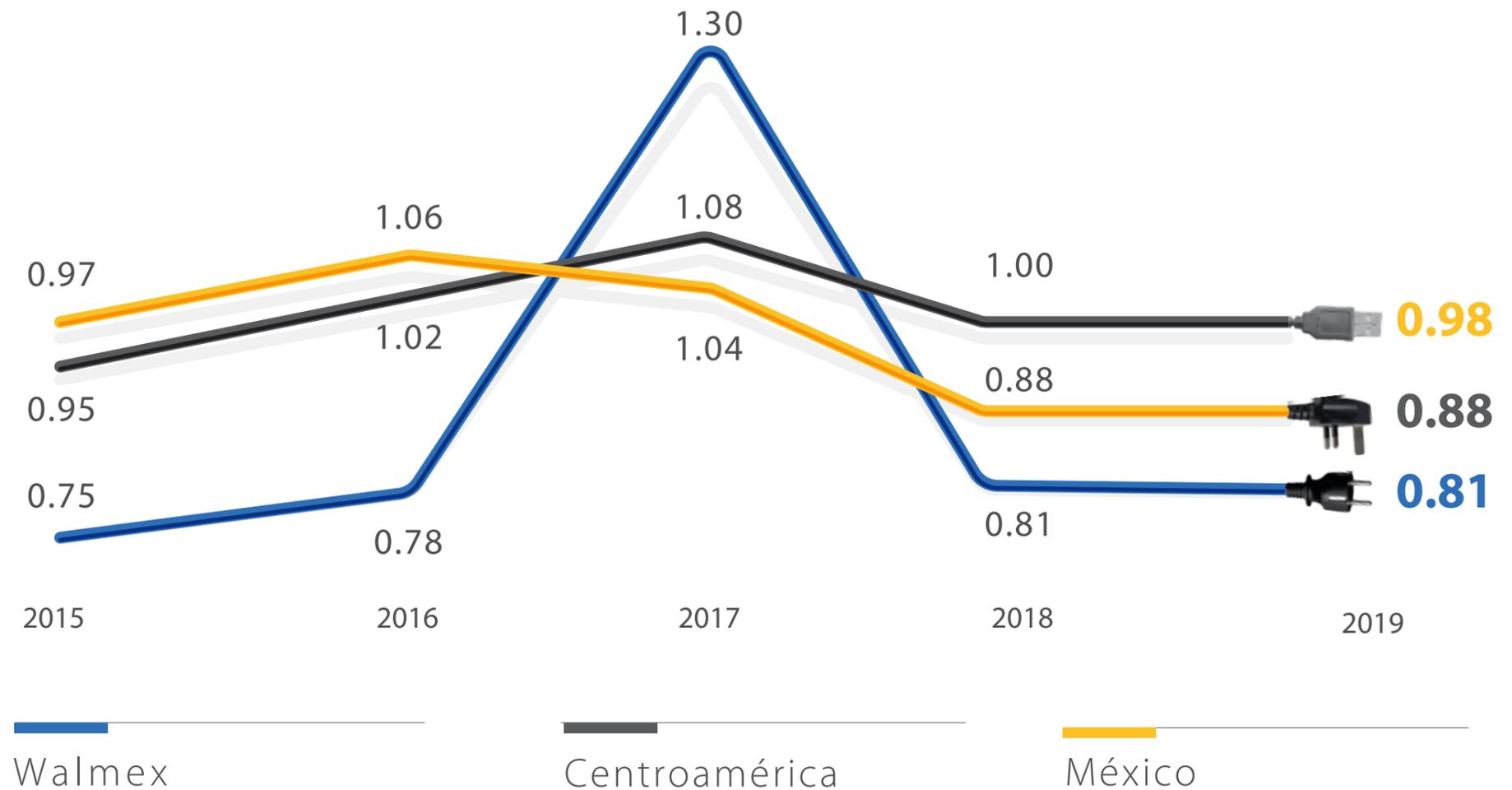
Consumo total de energía millones de GJ



En 2019 incrementamos en 2.68% nuestro consumo de energía eléctrica de fuentes renovables. Del total de consumo de energía en nuestras operaciones el 63% proviene de fuentes renovables y el 88% de nuestras tiendas en México recibieron regularmente energía renovable de 6 parques eólicos y 2 plantas hidroeléctricas.

Intensidad de energía

 GJ/m²



Reducción de emisiones por iniciativas logísticas

Las iniciativas de *Backhaul* y Logística Inversa continúan creciendo y contribuyen a evitar emisiones en nuestra cadena de distribución al utilizar de una forma más eficiente el transporte de carga y a reducir los viajes en vacío.

✦ **43,774,464** kilómetros no recorridos

✦ **23,829,479** litros de combustible ahorrados

✦ **63,460** ton CO₂eq de emisiones evitadas

✦ **351,028** ton CO₂eq por distribución de productos



Programa de Cadena de Suministro de CDP

✦ **A-** calificación en el cuestionario de *Supply Chain* de CDP

✦ **56%** de proveedores implementaron iniciativas para reducir emisiones

✦ **36%** de proveedores consumen energía renovable

✦ **251** proveedores respondieron el cuestionario

Proyecto Gigatón

Llevamos a cabo el lanzamiento de Proyecto Gigatón en México. El proyecto es una iniciativa de Walmart Inc. a nivel global para trabajar con sus proveedores para evitar la generación de mil millones de toneladas de CO₂ en la cadenas de valor para 2030.

Al unirse al Proyecto Gigatón, nuestros proveedores establecen objetivos y definen iniciativas para evitar emisiones en cualquiera de estas seis áreas:



Uso de energía



Agricultura sostenible



Residuos



Uso del producto



Deforestación



Empaques



Proyecto Gigatón™

Walmart estableció un proceso de revisión externa para asegurar la mejora continua de la metodologías para contabilizar las emisiones evitadas. Un comité directivo con subcomités de expertos, técnicos de organizaciones no gubernamentales como CDP y WWF, lideran la revisión del proceso.

Actualmente en México se han sumado 29 proveedores, quienes reportaron una reducción

de emisiones de 782 toneladas de CO₂, por iniciativas en las áreas de empaque, residuos, energía y conservación de áreas naturales.

Los proveedores que reportan sus emisiones al responder el cuestionario del programa de Cadena de Abasto de CDP integran su reporte al Proyecto Gigatón, con el fin de evitar duplicar información.

Riesgos relacionados con el cambio climático

GRI 102-11, 102-15, 201-2



El cambio climático es un tema de suma importancia y que ha adquirido mayor relevancia entre la sociedad civil y los gobiernos, ya que sus efectos pueden traer graves consecuencias. Estos pueden incluir un aumento en temperaturas, sequías, inundaciones, huracanes, entre otros, que podrían cambiar el acceso y alterar los ciclos de diversos cultivos, mientras que ciertos terrenos podrían quedar inutilizables para la agricultura. El transporte de mercancías también puede ser afectado si las condiciones climáticas extremas afectan la accesibilidad. Incluso la decisión de abrir una tienda nueva podría verse afectada si el riesgo de inundación se incrementa.



Evaluamos los riesgos y oportunidades del cambio climático de manera transversal dentro de la empresa. Particularmente, valoramos una amplia variedad de riesgos y oportunidades según el alcance de su impacto, como pueden ser los riesgos regulatorios generales que podrían afectar las operaciones de la compañía o del mercado, los riesgos regulatorios y físicos específicos que podrían afectar las instalaciones individuales o las operaciones regionales, así como una variedad de otros riesgos y oportunidades en la cadena de suministro, operaciones y clientes. Recopilamos continuamente información para identificar riesgos u oportunidades de una gama tan amplia de fuentes como sea posible, incluidos el personal y los asociados en tienda, los contactos de la industria, consultoras, las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, las agencias de noticias, las organizaciones comerciales, los legisladores y la comunidad financiera.



A nivel de la empresa consultamos a algunos de estos mismos grupos, junto con recursos internos, para modelar y determinar qué tan real, material, amplio e inmediato puede ser un riesgo u oportunidad. El riesgo u oportunidad dada, se evalúa bajo un esquema de posibles alternativas. A partir de esta evaluación, determinamos un curso de acción adecuado, que incluye si se requieren cambios operacionales para cumplir con las regulaciones actuales o anticipadas, qué medios pueden servir mejor a nuestros clientes, qué cambios podemos hacer para disminuir los impactos adversos en los negocios, sociales o ambientales, así como otras formas en las que podemos mejorar el valor de los clientes, accionistas o asociados.

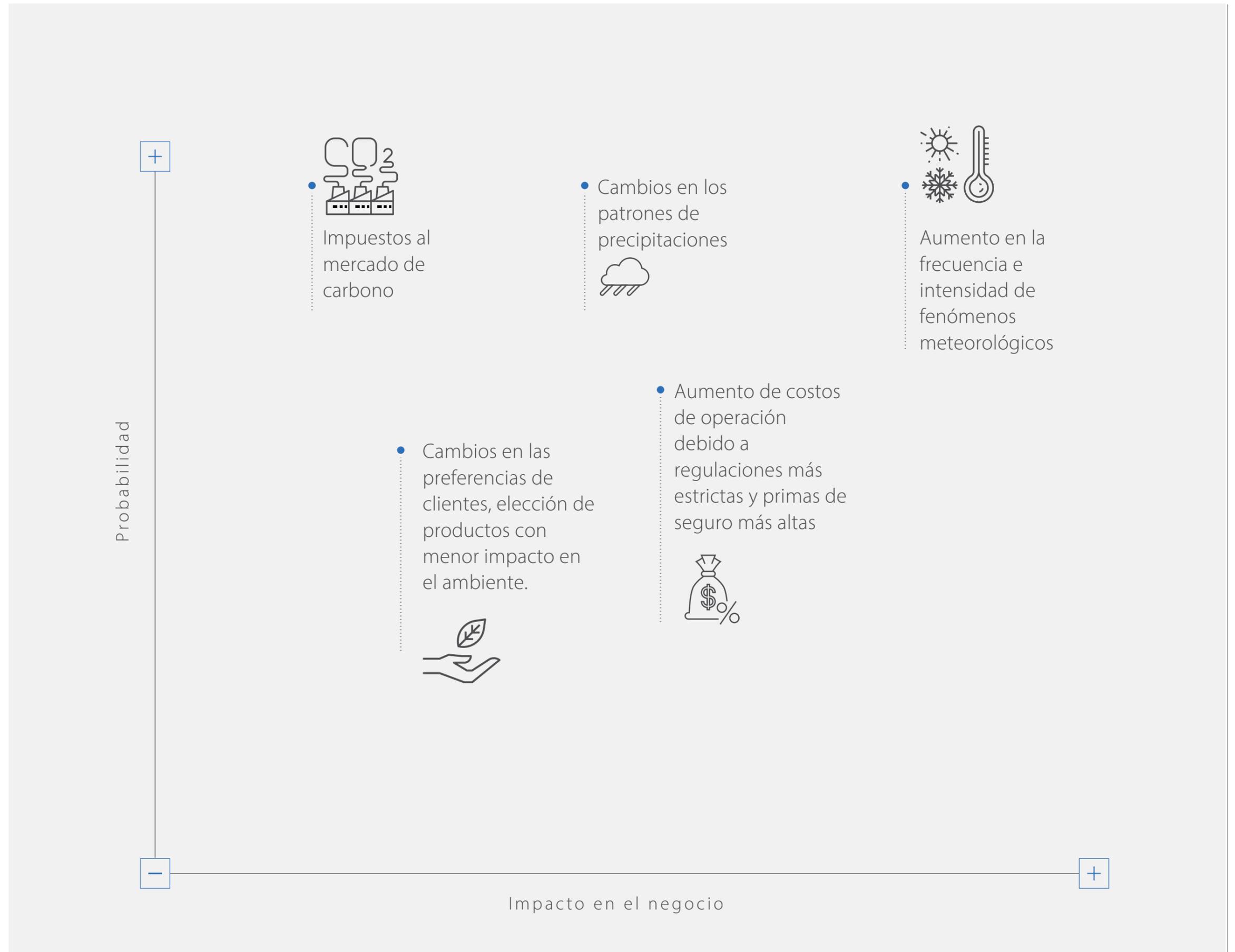
Riesgos ante el cambio climático



Riesgos relacionados con el cambio climático en nuestra cadena de suministro

Durante 2019, 251 proveedores completaron el cuestionario de cambio climático del programa de Cadena de Abasto de CDP.

El 64% de estas empresas realizan un análisis de riesgos asociados con el cambio climático y los integran en sus procedimientos de negocio, con una mayor proporción en sus operaciones directas y en menor medida en su cadena de abastecimiento.





Impulsar una **economía circular**

GRI 301: 103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 302-1, 306: 103-1, 103-2, 103-3, 308: 103-1, 103-2, 103-3



6.3, 6.4 12.3

Tenemos el objetivo de no enviar a rellenos sanitarios o vertederos, residuos que salgan de nuestra operación para el año 2025. En 2019 logramos que el 70% de los residuos generados formaran parte de un proceso productivo, ya sea al ser reciclados, reutilizados, compostados u otros.

Al igual que trabajamos para reducir los residuos en la operación de nuestras tiendas y centros de distribución, lo hacemos con nuestros proveedores y clientes para reducir los residuos desde el diseño de los productos y empaques, pero también al final de su vida útil.

Avance meta Cero residuos 2025



74% México



50% Centroamérica

Tenemos dos prioridades:



Reducir los residuos de alimentos



Reducir los residuos de plásticos



Nuestra ambición es contribuir a generar una economía circular y separar el crecimiento de nuestro negocio de la generación de residuos.

Residuos de alimentos

GRI 302-1, 308: 103-1, 103-2, 103-3



Contribuimos con la meta 12.3 de los ODS para reducir a la mitad los residuos de alimentos. Nos enfocamos en mejorar nuestros inventarios y mantener nuestra promesa de frescura. Integramos tecnología que nos ayuda a mantener la integridad de la cadena de frío desde el centro de distribución hasta las tiendas y por lo tanto aumentar la venta. Los asociados son capacitados para manejar adecuadamente estos productos y reducir el daño físico.

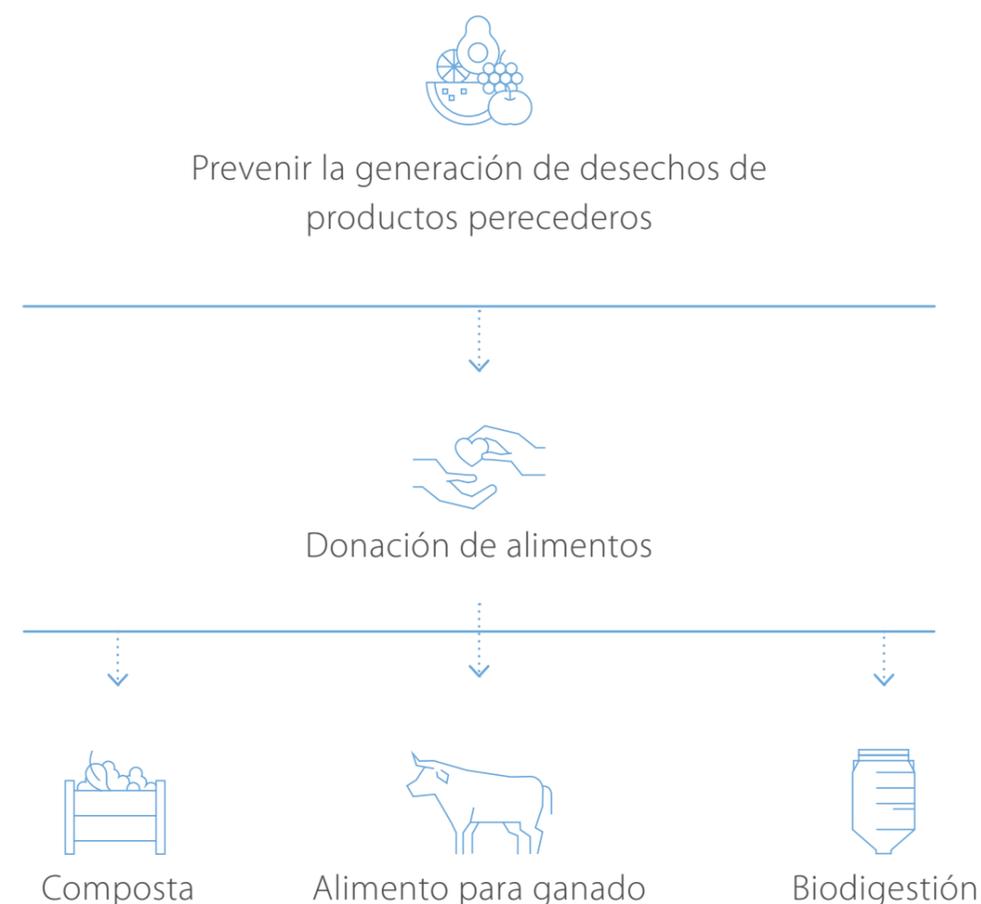
Cuando los alimentos no se logran vender, buscamos asegurar que puedan ser consumidos. En 2019 implementamos en Bodega Aurrera un programa para reducir el precio de ciertos productos con fechas de caducidad cercanas al vencimiento, comunicando a los clientes que el consumo debe llevarse a cabo el mismo día de la compra. También expandimos el programa "Fruta para asociados", el cual tiene el propósito de ofrecer a los asociados de tienda fruta para completar su desayuno.

Seguimos fortaleciendo la donación a bancos de alimentos, incrementando la donación en 8.65% con respecto al año anterior.

Adicionalmente, cuando los productos no son aptos para consumo humano, buscamos convertirlos en composta o alimento para ganado. En 2019 evitamos que 39,736 toneladas de alimentos se enviaran a rellenos sanitarios.

En Centroamérica, con el objetivo de desviar mayor cantidad de desechos orgánicos de los rellenos sanitarios, se tiene en funcionamiento dos biodigestores aeróbicos en un Supercenter en Guatemala y otro en Costa Rica. Se procesaron y por lo tanto se dejaron de enviar a rellenos más de 48,740 toneladas de orgánicos en 2019. No solo se redujo en gastos por el servicio de recolección de basura, sino también se eliminaron los riesgos de contaminación biológica por descomposición, olores y líquidos lixiviados.

Nuestra estrategia para reducir el desperdicio de alimentos



El Programa de Recolección de Residuos Valorizables por medio de Logística Inversa consiste en que los mismos camiones que llegan a las tiendas a dejar los productos cargan los materiales para llevarlos a los centros de distribución.

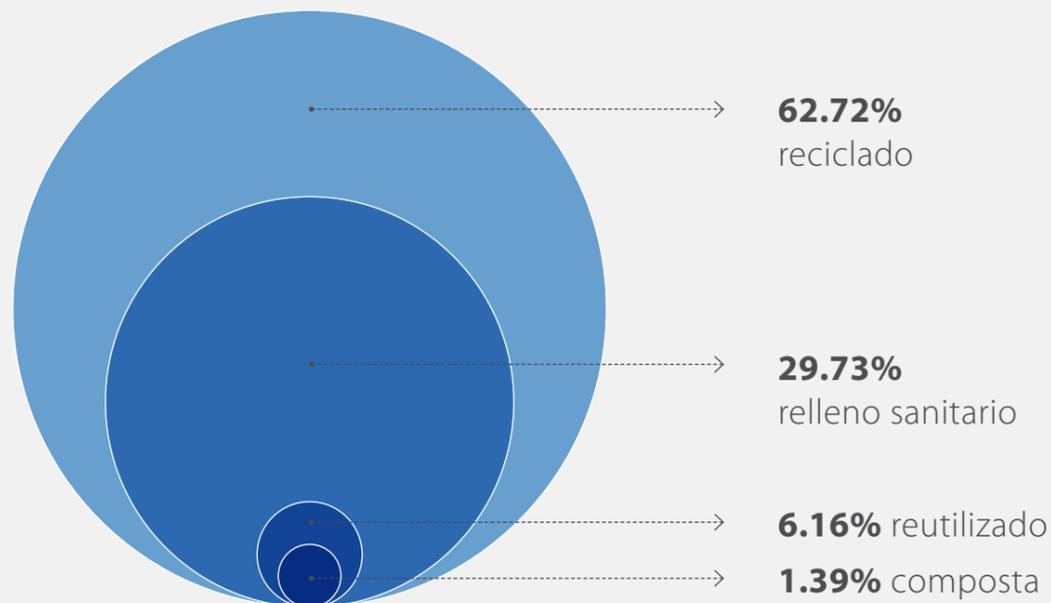
Este programa se realiza en todas las tiendas; durante el 2019 recolectamos 369,785 toneladas métricas, un aumento de 10.23% contra el año anterior. La mayoría de los residuos valorizables son cartón y plástico para empaque, también se recolectan otros materiales como papel, botellas PET, aluminio, plástico rígido, ganchos, cebo y hueso.

* **526,024 toneladas** de residuos totales generados

Intensidad generación residuos (kg/m²)



Residuos generados



* **525,117 toneladas** de residuos no peligrosos generados, de las cuales GRI 306-2

* **369,785 toneladas** fueron reciclados

* **907 toneladas** de residuos peligrosos generados

* **155,523 toneladas** enviadas a vertedero





En 2019 nos adherimos al Acuerdo Nacional para la Nueva Economía del Plástico en México.



22,633 toneladas

de materiales plásticos reciclados utilizados en 2019

Plásticos

GRI 301: 103-1, 103-2, 103-3, 301-2, 301-3

Nuestra ambición es lograr cero residuos plásticos en la operación de nuestras tiendas y centros de distribución. Estamos tomando medidas en todo nuestro negocio para usar menos plástico, reciclar más y desarrollar innovaciones que nos ayuden a tener un mejor manejo de los materiales plásticos y reducir los residuos.

Nuestra prioridad es evitar la generación de los residuos, cuando es posible buscamos que los empaques y envases sean reutilizables, cuando esto no es posible reciclamos la mayor cantidad de residuos plásticos como sea posible. En 2019 reciclamos 20,718 toneladas de plásticos flexibles y 1,915 toneladas de plásticos rígidos.

También estamos impulsando un mayor contenido de material reciclado en productos para consumo en tiendas, como bolsas y otros materiales de embalaje. En 2019 utilizamos 187,374 toneladas de materiales reciclados, 84.7% más que en 2018.

En México y Centroamérica se implementó la campaña #SinBolsaPorFavor, para desincentivar el uso de bolsas de plástico de un solo uso. Se logró una reducción del 39.61%, es decir, 236.77 millones de bolsas plásticas.

Trabajamos con nuestros proveedores para que reduzcan los empaques de plástico que no son necesarios, aumentar la reciclabilidad de los empaques y aumentar el contenido de material reciclado. Para los productos de Nuestras Marcas

nos hemos comprometido para 2025 a:

- Lograr que los empaques sean 100% reciclables, reutilizables o compostables.
- Incluir al menos al 20% de material reciclado post-consumo en envases o empaques.
- Eliminar el material de embalaje no reciclable.
- Reducir los empaques y envases de plástico cuando sea posible.

Asimismo, llevamos a cabo un mapeo de los tipos de empaques y envases plásticos utilizados en los productos de Nuestras Marcas, lo que nos permitirá definir los empaques prioritarios en los que debemos trabajar para acelerar hacia nuestra meta de reciclabilidad.

También firmamos con el Gobierno de la Ciudad de México el Acuerdo para la eliminación de bolsas de plástico y plásticos de un solo uso. A través de esta iniciativa se busca erradicar el uso de estos materiales, así como proporcionar opciones alternas que fomenten un consumo responsable para la conservación de los recursos naturales y de los servicios ambientales para mejorar la calidad de vida de las personas y generar un mejor futuro para todos.



Estación de rellenables

Con el propósito de reducir los residuos plásticos se lanzó a finales de 2019, en colaboración con Unilever, la estación de rellenables para shampoo Sedal.

Los clientes pueden comprar una botella de aluminio para rellenar con un litro de shampoo. Los bidones donde se abastece el producto también son reutilizados.

El programa inició en 10 tiendas con una respuesta muy favorable por parte de los clientes.



* **3,076** botellas
de plástico no utilizadas equivalentes
a 126 kg de plástico

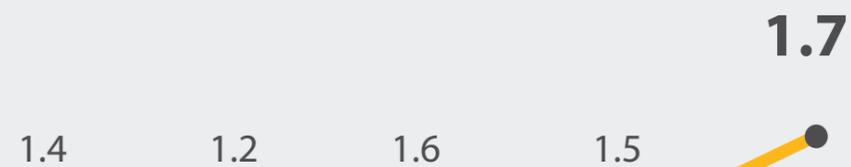
Bolsa Reusable

7.6 millones
de piezas

30% de incremento
en compras vs 2016



Bolsa por cliente



2015 2016 2017 2018 2019

24,101 toneladas
de materiales con contenido reciclado
GRI 301-2



1.5%
Papel reciclado



85.4%
Papel sanitario
reciclado



40.4%
Plásticos varios



28%
Bolsa de plástico

Programas con clientes

Es de suma importancia en nuestra estrategia de sustentabilidad hacer partícipes a nuestros clientes en acciones para cuidar el medio ambiente y los recursos naturales. Es por esto que en alianza con varios de nuestros proveedores hemos implementado programas de acopio y reciclaje de residuos post-consumo. Continuamos operando programas para el acopio de envases de PET como Reciclando por tu comunidad, donde el material acopiado es reciclado para fabricar bancas para parque o pupitres que son donados a comunidades que lo necesitan; Recicla la lata, en colaboración con Grupo Herdez, para el reciclaje de latas de acero; acopio de medicamentos caducos en alianza con Singrem; acopio de árboles de navidad para hacerlos composta, en colaboración con el Gobierno de la Ciudad de México y Reciclar para Ganar, en alianza con AIEn del Norte para el reciclaje de envases de PET, polietileno de alta densidad y aluminio en la ciudad de Monterrey.

Adicional a estos programas, en 2019 lanzamos la iniciativa Reciclamanía. El propósito de esta iniciativa es fomentar la cultura de separación y reciclaje de residuos entre nuestros clientes, mediante dos acciones:



1. La difusión de información sobre los tipos de materiales comúnmente generados en los hogares y los productos en los que se pueden reciclar



2. Invitar a los clientes a una actividad lúdica en nuestras tiendas para que lleven sus residuos y aprendan a separarlos. Se llevaron a cabo dos eventos en 20 tiendas ubicadas en la Ciudad de México, Nuevo León y Querétaro con un acopio de 3.72 toneladas de materiales. Después de cada evento se mantiene un punto de acopio de residuos para que los clientes puedan continuar llevando sus residuos





30,421 kg

Programa: Reciclando por tu comunidad
Envases de PET y aluminio



2,950 kg

Programa: Recicla la lata
Envases de hoja de lata

La iniciativa Reciclamanía es una alianza con proveedores, aliados y empresas recicladoras como:

Grupo AEn, Colgate Palmolive, Grupo Bimbo, Grupo Lala, Grupo Modelo, Nestlé, L’Oreal, Mustela, Unilever, Ecolana, Dow, Tetra Pak, BioBox, Biopappel, entre otros.



3,723 kg

Programa: Reciclamanía
Vidrio, PET, polietileno de alta y baja densidad, y polipropileno



24,376 kg

Programa: Reverdece tu ciudad
Árboles de navidad



37,817 kg

Programa: Reciclar para Ganar
Envases de PET, polietileno de alta densidad y aluminio



35,957 kg

Programa: Singrem
Medicamentos caducos



4,824 botellas

Programa: Biobox
PET

Gestión sustentable del agua

GRI 303: 103-1, 103-2, 103-3, 303-1, 303-3, 303-4, 303-5

Consumo total de agua

12,764,019
metros cúbicos

1.83%
suministro de pozos

76.28%
suministros municipales

4.71%
suministro de pipas

22.2%
agua reutilizada

Plantas de tratamiento

1,174
Total GRI 306-1

805
México

369
Centroamérica

Intensidad de consumo de agua

 Litros / m³



Consumo y reutilización de agua

GRI 303-3, 303-5

 Consumo total

 Reutilización (m³)



Riesgos relacionado con el agua en nuestra operación

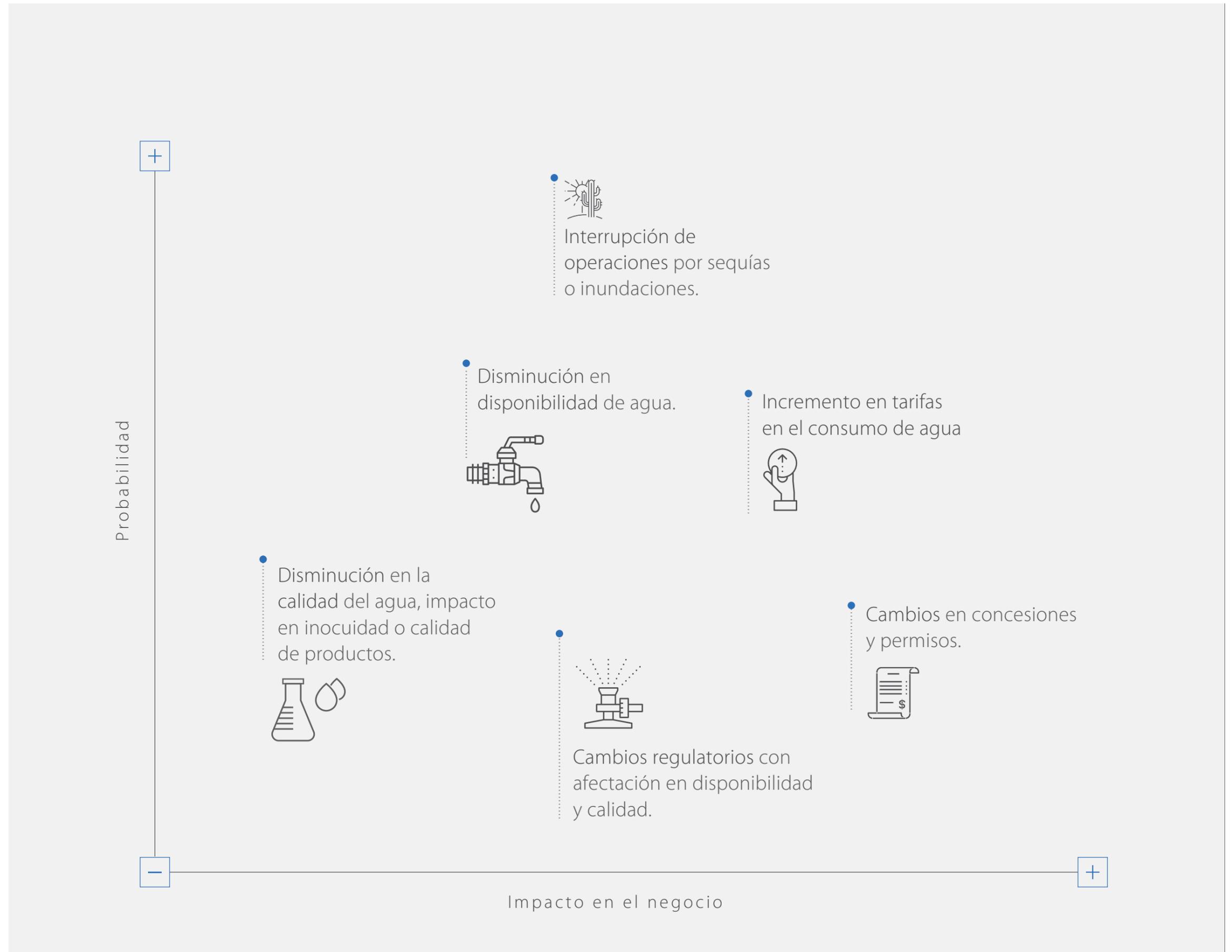
GRI 102-15



Riesgos relacionados con el agua en nuestra cadena de suministro

Durante 2019, 152 proveedores completaron el cuestionario de seguridad hídrica del programa de Cadena de Abasto de CDP.

El 68.4% de estas empresas realizan un análisis de riesgos asociados al agua y los integran en sus procedimientos de negocio, con una mayor proporción en sus operaciones directas y en menor medida en su cadena de abastecimiento.





Abastecimiento sustentable

GRI 308: 103-1, 103-2, 103-3, 308-2



Creemos que los clientes no deberían de tener que elegir entre un producto asequible y uno que sea bueno para el medio ambiente. Por eso trabajamos con nuestros proveedores para desarrollar un abastecimiento responsable y sustentable, que disminuya el impacto ambiental de los productos en las fases del ciclo de vida donde más significativo sea.



La oferta de productos orgánicos creció 36.2% y representa 2.7% de la categoría en las tiendas Superama



La venta de huevo de libre pastoreo aumentó 93.1% en Superama y Walmart, y representa 2.6% de la categoría



100% de nuestros proveedores de carne de puerco han adoptado las cinco libertades de bienestar animal en sus granjas o en las de sus proveedores



Cero deforestación

GRI 308-2

Tenemos el objetivo de lograr cero deforestación en la cadena de abasto de aceite de palma y papel y pulpa, por lo que en 2020, en los productos de Nuestras Marcas, 100% de estas materias primas serán suministradas de fuentes sustentables.



*BAP: Best Aquaculture Practices
**MSC: Marine Stewardship Council

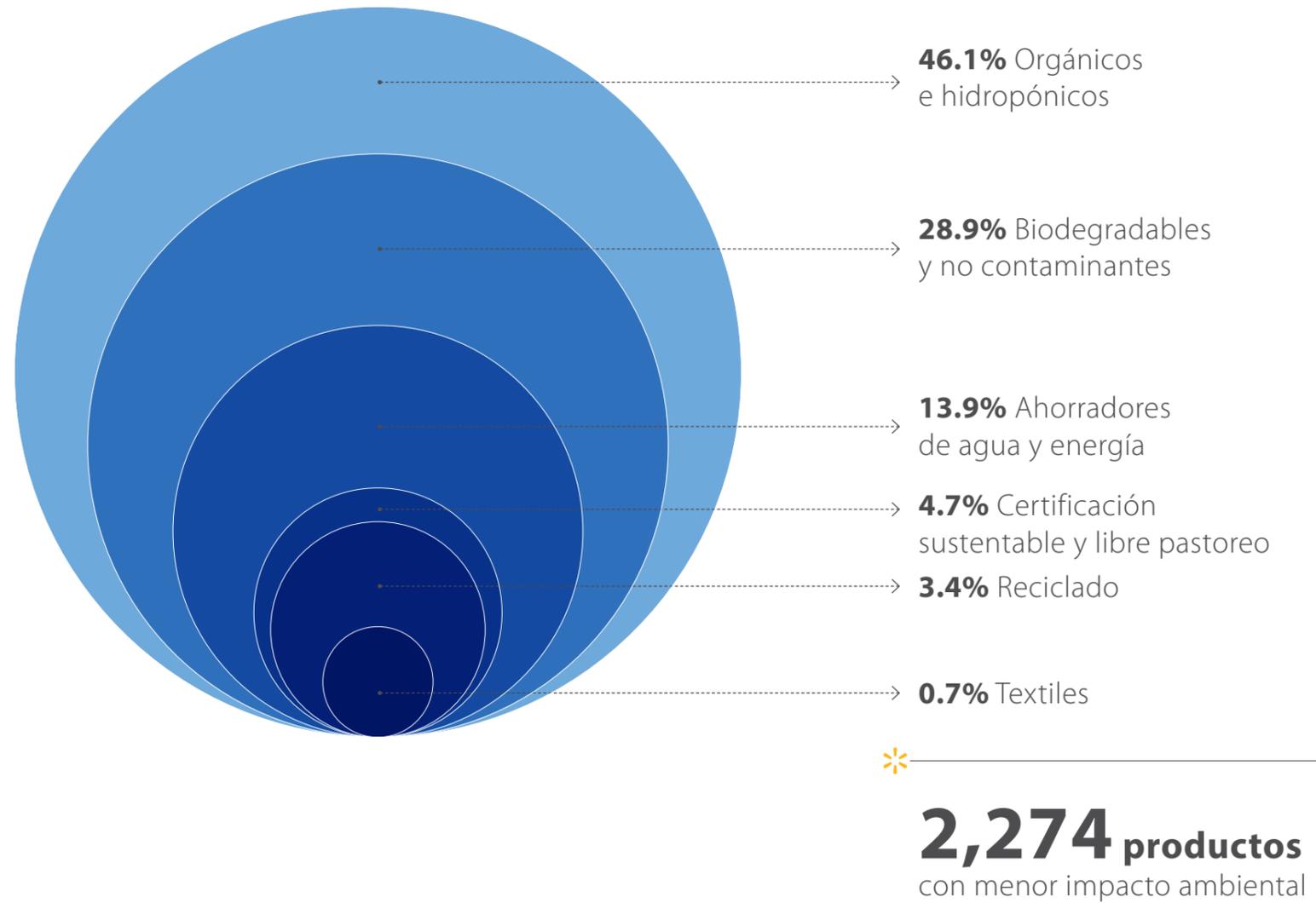
Productos pesqueros sustentables

Tenemos el objetivo de lograr que para el 2025 100% de los productos pesqueros frescos y congelados y el atún enlatado provengan de fuentes sustentables cuenten con un programa de Mejora Pesquera.





Porcentaje de productos con menor impacto ambiental



La cantidad de productos disminuyó con respecto al año pasado, ya que no contabilizamos los productos con características de oxo-biodegradabilidad, al no existir evidencia concluyente de su biodegradabilidad.

Valor Social

En Walmart tenemos el objetivo de promover una base de proveedores más incluyente que genere una oportunidad económica para las personas y sus familias.

Promovemos la innovación productiva local y el crecimiento en la región, nuestro compromiso es el de mejorar la vida de los pequeños productores mediante mejores accesos al mercado, construcción de habilidades y capacitación en la visión comercial.

Estamos convencidos de que nuestra cadena de abasto debe reflejar la diversidad de nuestros clientes y de las comunidades en todo el mundo donde vivimos y trabajamos.



Cadena de valor **responsable e inclusiva**

GRI 102-9, 204: 103-1, 103-2, 103-3, 204-1

* **42,224** proveedores de la región



* **93%** de proveedores de autoservicio son PYMES en México



* **93%** de las mercancías vendidas en México se compran en el país



* **86%** de las mercancías vendidas en Centroamérica se compran en la región

Abastecimiento **responsable**

GRI 308-1, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 412-1, 412-3, 414-1, 414-2, 308: 103-1, 103-2, 103-3, 407: 103-1, 103-2, 103-3, 408: 103-1, 103-2, 103-3, 409: 103-1, 103-2, 103-3, 412: 103-1, 103-2, 103-3

Walmart de México y Centroamérica se compromete a promover la dignidad de todos los hombres y mujeres que forman parte de nuestras cadenas de suministro. Colaboramos con industrias y organizaciones de todo el mundo para ayudar a combatir el trabajo forzado y el trabajo infantil, abordar las condiciones de trabajo inseguras y promover la dignidad de las mujeres. Con este fin, supervisamos e investigamos los problemas de la cadena de suministro, integramos prácticas de abastecimiento responsable en las decisiones de compra y participamos en iniciativas para encontrar soluciones de raíz que puedan transformar cadenas de suministro completas.

Somos una parte de una gran cadena de valor, pero junto con nuestros proveedores, otras empresas, gobiernos y organizaciones sin fines de lucro, podemos impulsar la responsabilidad en nuestra cadena de suministro, y liderar e inspirar a otros para que hagan lo mismo. El abastecimiento responsable consiste en analizar lo que compramos más allá de los aspectos más tradicionales de costo, calidad y tiempo de entrega. Este es uno de los objetivos estratégicos de nuestras operaciones en la cadena de suministro, y significa que tomamos en cuenta la ética, derechos laborales, así como cuestiones sociales y medioambientales a la hora de abastecer productos y servicios en todas las categorías de compra y regiones.





Integrando prácticas de abastecimiento responsable en el negocio

Una de las bases de nuestro programa es la integración con el negocio. Nuestros equipos de Habilitación de Negocios de Abastecimiento Responsable están integrados con nuestras oficinas de abastecimiento del mercado minorista y centros de abastecimiento para ayudar a integrar las prácticas de abastecimiento responsable en las estrategias, procesos, sistemas y decisiones de los compradores, desde la selección de proveedores hasta el desarrollo de nuevos productos. Los asociados del área de Abastecimiento Responsable participan en las reuniones de compradores con proveedores para ayudar a establecer expectativas por adelantado.

Nuestros asociados también participan en capacitaciones para comprender cómo sus decisiones pueden influir potencialmente en las condiciones de la cadena de suministro y

cómo pueden reforzar las prácticas positivas de trabajo en las instalaciones con los proveedores. Los asociados de nuevo ingreso reciben una capacitación al respecto, y participan en talleres y sesiones educativas, que suelen incluir información sobre trabajo forzado, seguridad e higiene, y capacitación específica para cada categoría. En 2019, capacitamos a más de 250 compradores y asociados del área en sus divisiones internacionales sobre prácticas de abastecimiento responsable.

Nuestros asociados cuentan con reportes que les proporcionan visibilidad sobre cuales proveedores y cadenas de suministro presentan los mayores riesgos potenciales. Los asociados de Abastecimiento Responsable y los compradores utilizan esta información para priorizar e impulsar mejoras en la cadena de suministro.



Empoderando a proveedores

Nuestros proveedores son responsables de las instalaciones que producen los productos que vendemos, nosotros les solicitamos que transmitan nuestras expectativas a lo largo de toda la cadena de suministro. Contamos con diferentes mecanismos para apoyar a los proveedores a promover la dignidad del trabajador:

La [Academia de Abastecimiento Responsable](#) proporciona a los proveedores acceso a recursos de capacitación, orientación sobre las mejores prácticas y materiales educativos desarrollados por terceros y por Walmart. La Academia cubre temas como guías de auditoría, incluyendo la Guía de Cumplimiento Global, trabajo forzado, seguridad e higiene, y controles de la cadena de suministro. Muchos de estos recursos se ofrecen en varios idiomas para facilitar la plena comprensión de todas las partes. En 2019, más de 1,000 representantes de proveedores han completado cursos de capacitación. Tenemos previsto seguir añadiendo recursos a la Academia, tanto para los compradores como para los proveedores.

Los asociados de Abastecimiento Responsable llevan a cabo sesiones de capacitación y sesiones especiales para los proveedores de nuevo ingreso de todo el mundo.

* **180 representantes** de proveedores de nuevo ingreso participaron en cursos

Evaluación del riesgo de la cadena de suministro

Abastecimiento Responsable realiza una evaluación anual de riesgos para comprender mejor los riesgos de cumplimiento social en la cadena de suministro. Los resultados nos ayudan a diseñar soluciones en países e industrias donde convergen el riesgo y la oportunidad. La evaluación tiene en cuenta, entre otras cosas, lo siguiente:

Las áreas de la cadena de suministro en las que es más probable que se produzcan riesgos clave y en las que el impacto de esos riesgos es mayor

Análisis del riesgo del país basado en datos internos y externos, incluidos el número de problemas y la tasa de los mismos, así como la gravedad relativa y el impacto en las personas, las operaciones y la reputación (en los que el impacto en las personas tiene el mayor peso)

Riesgos específicos de los *commodities* y otros productos, basados en data, inteligencia local y de expertos, publicaciones oficiales e informes de los medios de comunicación y ONG para comprender mejor los lugares y las cadenas de suministro en los que los problemas son particularmente graves

El resultado final de la evaluación consiste en cuestiones específicas en las cadenas de suministro de determinados productos, países o ambos. Los resultados se incorporan al proceso de diseño de la Estrategia de Abastecimiento Responsable, que incluye la determinación de las causas fundamentales del problema, la evaluación de las posibles soluciones (incluidas las iniciativas existentes o emergentes) y las medidas propuestas para hacer frente a los riesgos. Estas medidas pueden incluir cambios de políticas o procedimientos, influenciando nuestros programas de auditoría aprobados, cambiando nuestro proceso de monitoreo y escalamiento de la cadena de suministro, o implementando nuevas iniciativas.





Nuestras Normas y políticas son revisadas regularmente para satisfacer las demandas de nuestro negocio cambiante y las áreas de riesgo potencial.

Gobierno y política

Todos los proveedores están sujetos a las [Normas para Proveedores](#) de Walmart. Entre otros temas, estas normas requieren que nuestros proveedores, y aquellos que les suministran, cumplan con la ley; sean transparentes; no cuenten con trabajo forzoso o trabajo infantil; mantengan un proceso justo para tomar decisiones de empleo; cumplan con todas las leyes y acuerdos aplicables con respecto a compensación y horas de trabajo; reconozcan la libertad de asociación y negociación colectiva; y proporcionen un ambiente de trabajo seguro.

Se espera que los proveedores transmitan estas normas a lo largo de su cadena de suministro. Incluimos las Normas para Proveedores en los contratos con los proveedores y los publicamos en [siete idiomas](#).



Enfoque de auditoría basado en el riesgo

GRI 102-15

Adoptamos un enfoque basado en los riesgos para auditar las instalaciones manifestadas de los proveedores, asignando más recursos a las instalaciones situadas en países con mayores riesgos potenciales. Si descubrimos que un proveedor está produciendo mercancía en una planta no autorizada o subcontratando a una planta no autorizada, el proveedor puede perder su derecho a hacer negocios con Walmart.

Actualmente contamos con 6,909 proveedores con contratos activos e instalaciones asociadas para los mercados de México y Centroamérica. Según el Sistema de Auditoría de Fábricas, hay 1,632 instalaciones activas únicas en México y Centroamérica que abastecen a varios mercados minoristas de Walmart, incluidos los mercados minoristas de México y Centroamérica.

Las auditorías se centran en una variedad de cuestiones, como compensación de los trabajadores; prácticas laborales voluntarias;

leyes y normas sobre la edad de trabajo; horas de trabajo y normas de seguridad e higiene de las instalaciones; así como leyes ambientales. Continuamente buscamos formas de mejorar; nuestro equipo del programa de auditoría colabora con nuestros proveedores aprobados para hacer mejoras y compartir las mejores prácticas a través de los programas para el beneficio de la industria más amplia y la cadena de suministro global.

En Walmart nos esforzamos por mejorar continuamente nuestro programa de auditoría basado en el riesgo, para poder asignar mejor nuestros recursos a las instalaciones de mayor riesgo y ayudar a aumentar el cumplimiento general. Sin embargo, reconocemos que a pesar de nuestros esfuerzos, ningún programa de auditoría puede garantizar que cada planta utilizada por cada proveedor cumpla plenamente con nuestras Normas para Proveedores.

Evaluaciones de la auditoría



Las auditorías reciben una clasificación de verde, amarillo, naranja o rojo de acuerdo a su nivel de cumplimiento:



Walmart evalúa cada reporte de auditoría de las instalaciones en relación con nuestras Normas para Proveedores para identificar los problemas de mayor riesgo, incluyendo el trabajo forzado, el tráfico de personas, el trabajo infantil y las condiciones de trabajo inseguras. Estas evaluaciones nos proporcionan información importante para ayudar a abordar los posibles problemas y tener un impacto positivo para los trabajadores de nuestros proveedores.

Walmart puede seguir abasteciéndose de instalaciones con clasificación naranja mientras trabajan para remediar las infracciones, ya que creemos que seguir colaborando con estos proveedores puede tener un impacto más positivo en los trabajadores que abandonar la relación comercial.

Por ejemplo, en 2019, 223 plantas remediaron de naranja a amarillo o verde. Sin embargo, las instalaciones con tres clasificaciones consecutivas de naranja o una clasificación de rojo indican infracciones graves que pueden dar lugar a la terminación temporal o permanente de la relación con Walmart.

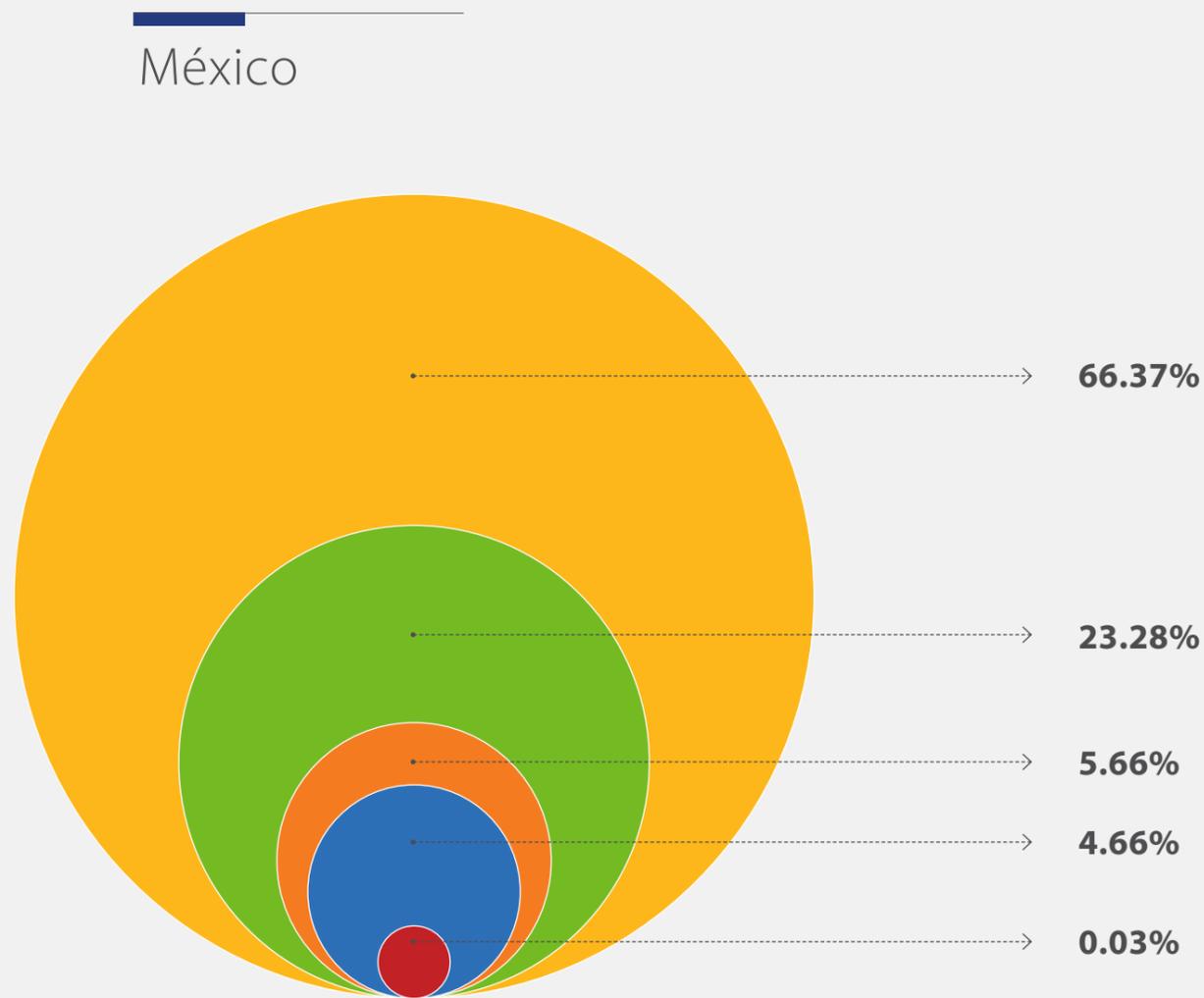
Verdes: representan instalaciones para las cuales encontramos un cumplimiento general

Amarillas: identifican instalaciones donde las auditorías muestran que cumplen generalmente con nuestras normas, pero que han fallado en el cumplimiento de al menos un requisito importante

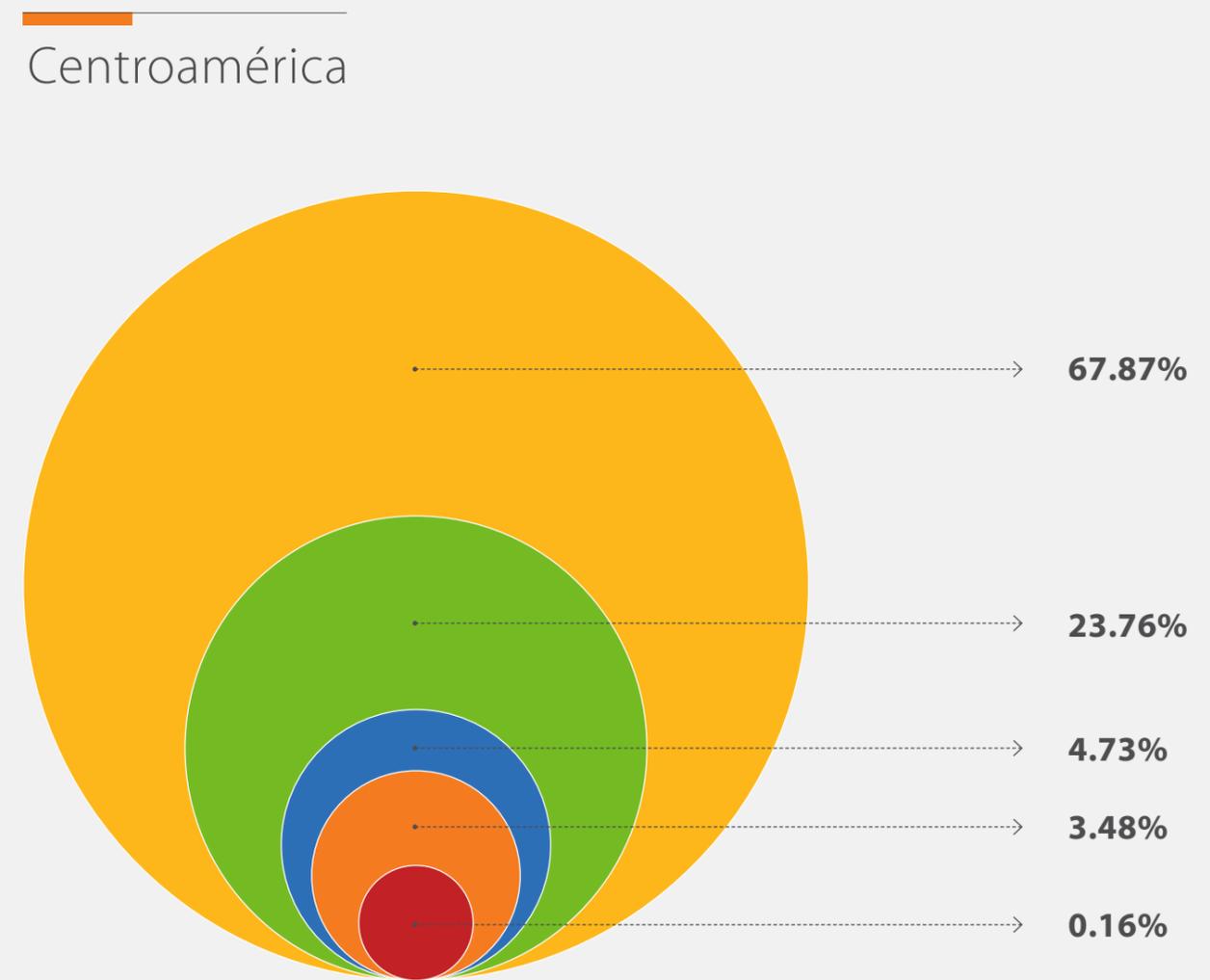
Naranja y roja: indican instalaciones en las que hemos encontrado violaciones más graves, como pago retenido o irregular, trabajo forzado, intimidación o discriminación de trabajadores, prácticas de reclutamiento poco éticas y horas de trabajo excesivas

En 2019, de acuerdo con el Sistema de Auditoría de Fábricas, se realizaron 6,005 auditorías en instalaciones afiliadas a los mercados minoristas de México o Centroamérica.

Evaluación a auditorías basadas en riesgos:



- Otros
- Existe la menor cantidad de violaciones graves
- No han cumplido con cuando menos un requerimiento importante
- Se seguirá permitiendo comprar mientras se arreglan tales violaciones*
- Se puede detener temporal o permanentemente la producción de artículos para ser vendidos por Walmart**



* Tres calificaciones naranja consecutivas pueden dar lugar a una calificación roja, sin importar si la instalación ha salido bien en el sistema de auditoría elegido.
 ** Si una instalación recibe una calificación roja, se le puede prohibir que produzca artículos para Walmart de manera indefinida, o se puede detener su producción y/o sus artículos producidos se pueden rechazar.

Mecanismos de reclamación

Walmart proporciona una variedad de mecanismos para plantear preocupaciones sobre violaciones de nuestras normas y para buscar remediación, incluyendo nuestra Línea Ética. Para ayudar a informar a los trabajadores de la cadena de suministro sobre nuestras expectativas y la disponibilidad de canales de denuncia, proporcionamos una serie de [carteles](#) que los proveedores deben colocar en sus instalaciones. Los carteles se centran en los temas de mayor riesgo para los trabajadores, incluidos los riesgos de trabajo forzado y de tráfico de personas, condiciones de trabajo inseguras, horas de trabajo y salarios, e intimidación y discriminación. Los carteles ofrecen varios canales para informar sobre temas preocupantes, incluso directamente a Walmart y están disponibles en nuestro sitio web corporativo. Los carteles están disponibles en [24 idiomas](#) y planeamos continuar añadiendo idiomas el próximo año.

¿Trabaja usted en contra de su voluntad?

Los signos de trabajo forzado y trata de personas incluyen:

- Retención de las posesiones de valor, entre ellos pasaportes y permisos de trabajo
- Amenazas o abuso que impiden que se vaya o no haber obtenido el trabajo prometido
- Pagar por obtener el trabajo o estar coaccionado por deudas o deducciones en el salario
- Trabajadores que no han cumplido la edad legal

Si es así, hable sin reservas.

- Hable con un compañero de trabajo, supervisor o un representante autorizado de los trabajadores
- Comuníquese con Walmart a cualquier hora y en cualquier momento:
Correo electrónico: ethics@wal-mart.com
Visite: walmartethics.com
Lláme: 01 800 9638 422
- Comuníquese con las autoridades gubernamentales competentes

Walmart

¿Trabaja usted más de la cuenta o se le paga menos de lo permitido?

Los signos de pago ilegal de salarios y trabajo excesivo incluyen:

- No comprender las condiciones laborales o salariales
- No recibir tiempo libre o trabaja más de lo que permite la ley
- No recibir el salario mínimo, las prestaciones o las bonificaciones por tiempo extra que establece la ley
- No recibir pagos de forma regular

Si es así, hable sin reservas.

- Hable con un compañero de trabajo, supervisor o un representante autorizado de los trabajadores
- Comuníquese con Walmart a cualquier hora y en cualquier momento:
Correo electrónico: ethics@wal-mart.com
Visite: walmartethics.com
Lláme: 01 800 9638 422
- Comuníquese con las autoridades gubernamentales competentes

Walmart

¿Es usted víctima de intimidación o discriminación?

Los signos de prácticas laborales injustas incluyen:

- Su empleador toma decisiones laborales con base en factores no relacionados con el trabajo
- No se le permite ejercer sus derechos de asociación o no asociación con otros
- Su empleador recurre al acoso, abuso o castigo físico

Si es así, hable sin reservas.

- Hable con un compañero de trabajo, supervisor o un representante autorizado de los trabajadores
- Comuníquese con Walmart a cualquier hora y en cualquier momento:
Correo electrónico: ethics@wal-mart.com
Visite: walmartethics.com
Lláme: 01 800 9638 422
- Comuníquese con las autoridades gubernamentales competentes

Walmart

Cada acusación se revisa y puede ser referida al equipo de investigaciones de Abastecimiento Responsable u otros equipos de cumplimiento dentro de Walmart.



Investigaciones y compromiso con los proveedores

Además de vigilar las instalaciones de los proveedores mediante auditorías, Walmart investiga supuestas violaciones de nuestras Normas para Proveedores. Cada caso se revisa y el seguimiento puede incluir entrevistas con trabajadores y visitas a instalaciones.

Sin embargo, los hallazgos comprobados pueden tener consecuencias para los proveedores, las instalaciones o ambos, incluyendo, la terminación del negocio con Walmart y sus subsidiarias.

Los proveedores tienen la responsabilidad primordial de vigilar el cumplimiento a lo largo de sus cadenas de suministro y corregir los incumplimientos, incluso en las plantas que producen productos para Walmart. Adoptamos un enfoque basado en los riesgos para auditar las instalaciones de los proveedores, lo que requiere que los proveedores con instalaciones de mayor riesgo (situadas en países con mayores riesgos potenciales y que suministran mercancía de importación directa a Walmart) presenten auditorías a Walmart con mayor frecuencia. Los proveedores a los que se les exige que presenten

una auditoría deben de trabajar con un programa elegible, seguir las instrucciones del programa para calendarizar una auditoría y enviar el informe completo a Walmart.

Walmart evalúa los hallazgos en cada informe de auditoría de instalaciones presentado, según nuestras Normas para Proveedores. Los incumplimientos y la falta de reparación pueden tener consecuencias, hasta e incluyendo, la terminación de la relación comercial del proveedor con Walmart y/o la capacidad de una planta de producir bienes para su venta en Walmart. Nos reservamos el derecho de auditar o inspeccionar las instalaciones de un proveedor en cualquier momento.

Para conocer más acerca de las iniciativas que trabajamos con diferentes industrias en el mundo, visita nuestro sitio web de [Abastecimiento Responsable](#).

Cadena de suministro **local e inclusiva**

Utilizamos nuestro poder de compra como una herramienta de desarrollo de dos maneras: para desarrollar a diversos proveedores y para apoyar a los pequeños productores en condiciones vulnerables.

La [declaración de inclusión de proveedores](#), firmada por el CEO de Walmart Inc., Doug McMillon, destaca nuestra creencia de que una cadena de suministro diversa nos permite ofrecer mejores productos y una selección más amplia a las comunidades a las que servimos.

Para nuestros proveedores, trabajar con Walmart significa el acceso a los 6 millones de clientes que compran en nuestras tiendas, clubes y sitios de *eCommerce* todos los días.



Para nosotros, la inclusión de proveedores significa entregar mejores productos y una selección más extensa a las comunidades que servimos.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con
la Honestidad



Desarrollo de nuestra cadena de suministro

GRI 204-1

Compra directa a proveedores locales de Nuestras Marcas

México



72% de los proveedores de autoservicio son nacionales



91% de las ventas es de proveedores nacionales

Centroamérica



53% de los proveedores de autoservicio son nacionales



70% de las ventas es de proveedores nacionales

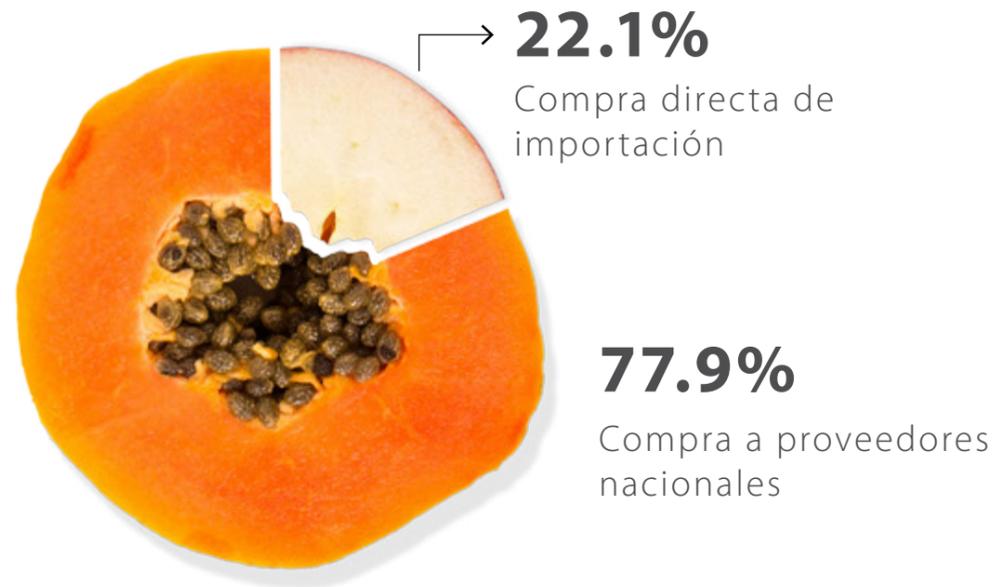
Dado que una de nuestras mayores fortalezas está relacionada con la cercanía con los clientes, y la presencia local, nos hemos convertido en un canal de desarrollo para muchos proveedores en todos los países en donde operamos y, en consecuencia, en un disparador de ventas, ingresos y empleo en la región.



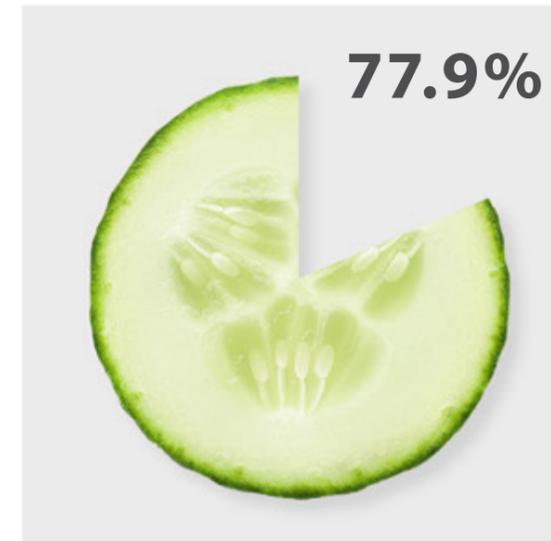
Compra directa a proveedores locales de perecederos

Frutas y verduras

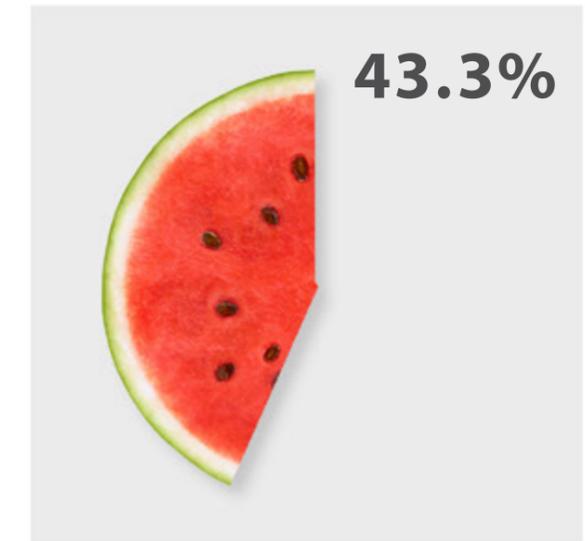
México



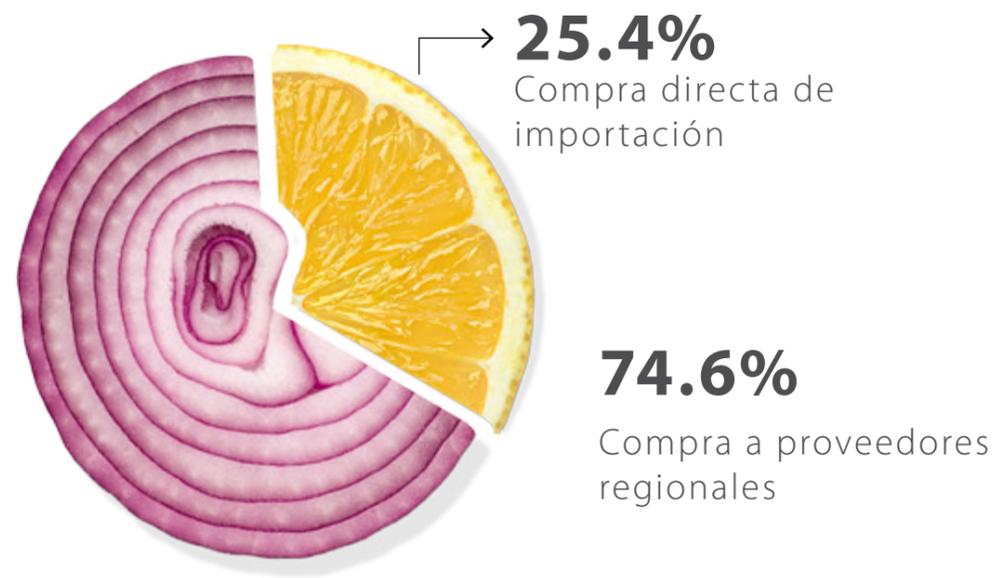
Compra de producto nacional



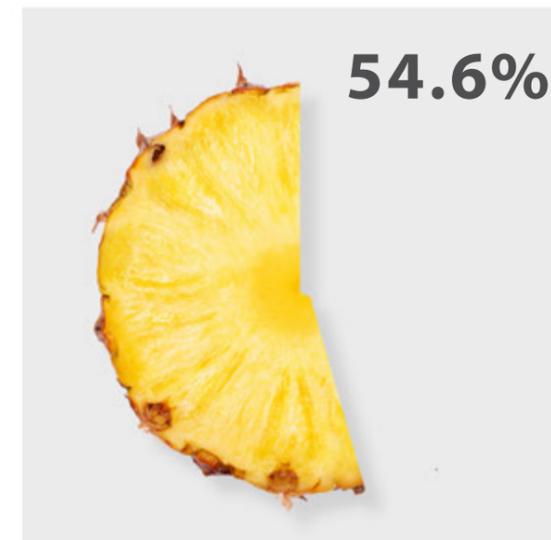
Compra directa al productor



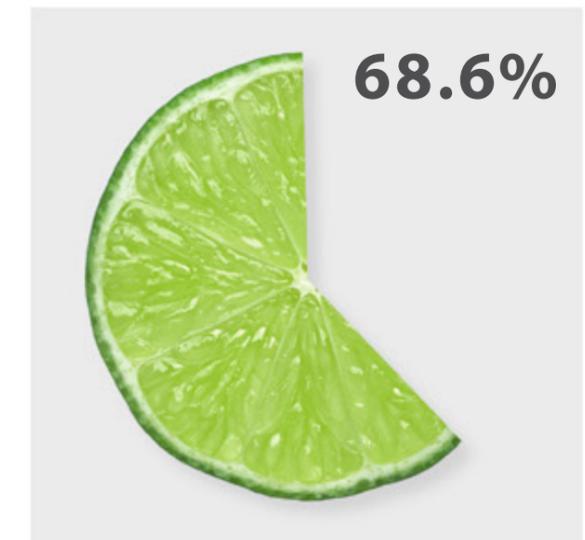
Centroamérica

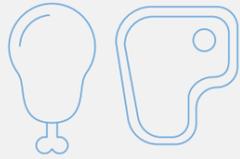


Compra de producto regional



Compra directa al productor





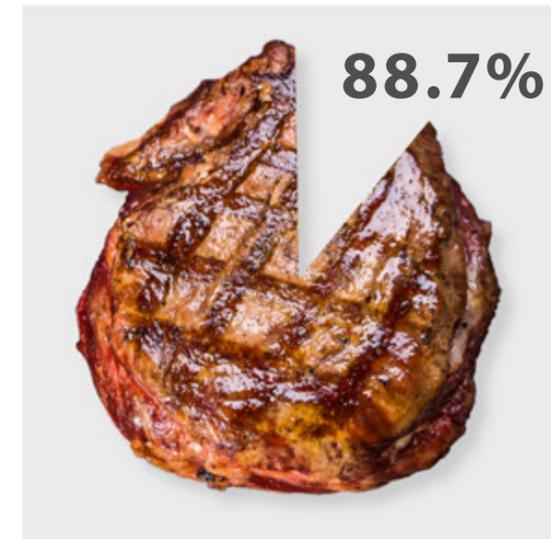
Compra directa a proveedores locales de perecederos

Carnes

México



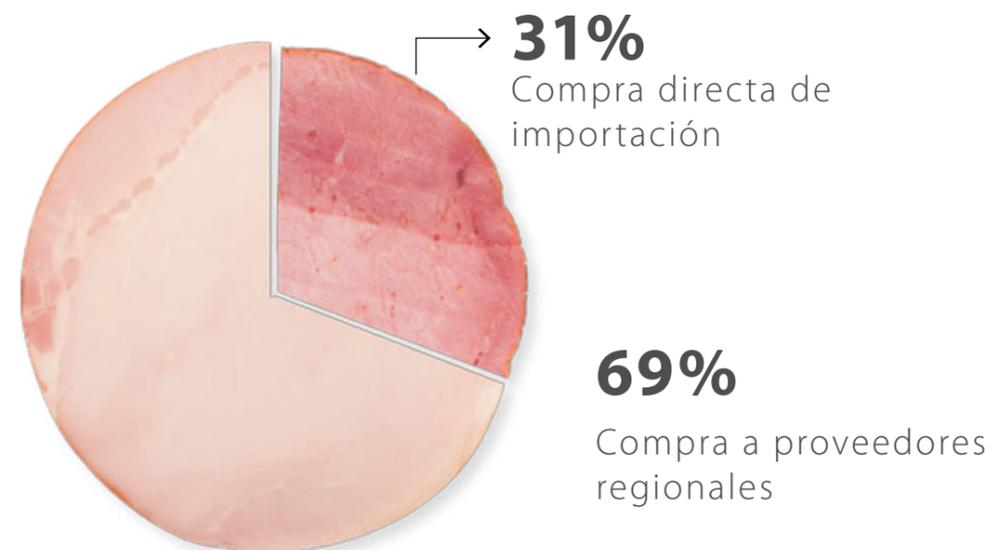
Compra de producto nacional



Compra directa al productor



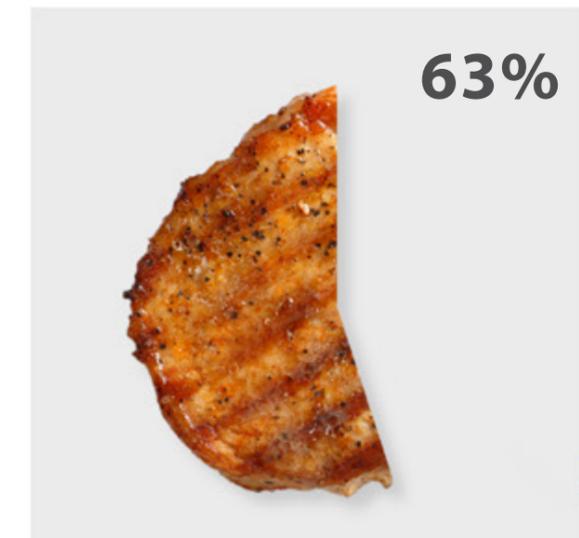
Centroamérica

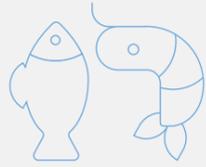


Compra de producto regional



Compra directa al productor

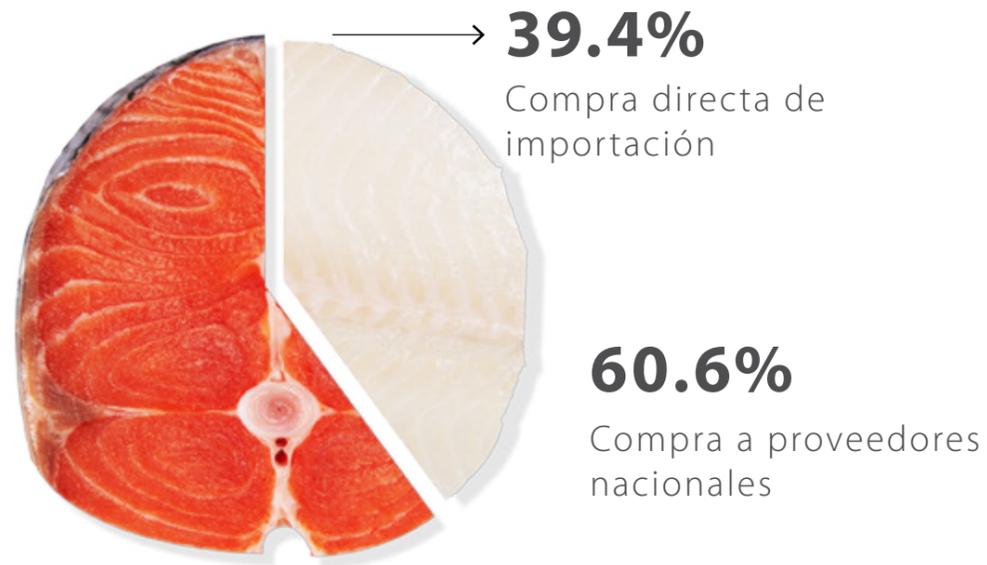




Compra directa a proveedores locales de perecederos

Pescados y mariscos

México



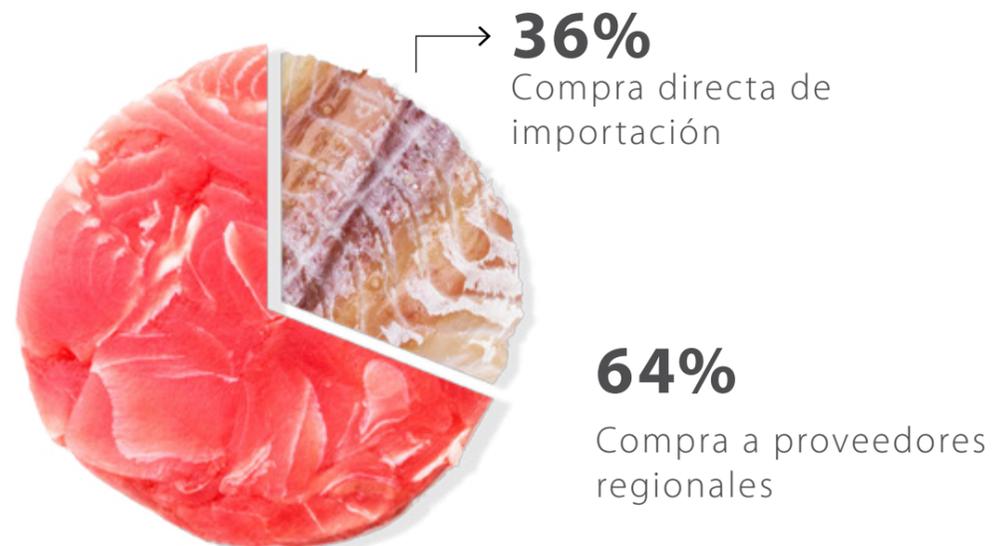
Compra de producto nacional



Compra directa al productor



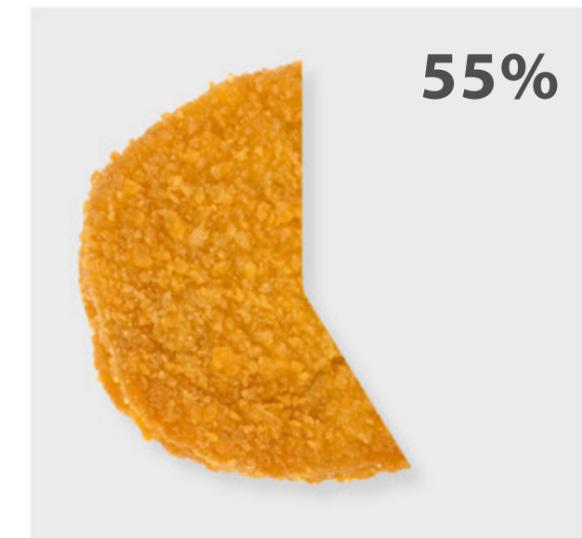
Centroamérica



Compra de producto regional



Compra directa al productor



Programa **Adopta una PyME**



Adopta una PyME es un programa que apoya a pequeños y medianos empresarios a incrementar sus ventas y desarrollar sus capacidades operativas, financieras y logísticas. Algunos de los beneficios que tienen los proveedores por ser parte de este programa son el acceso a promotorías compartidas, cursos de capacitación sobre autoservicio y posicionamiento de sus productos en medios de comunicación.

En 2019, en México apoyamos a 47 proveedores quienes ofrecieron 600 productos en Bodega Aurrera, Superama y Walmart a nivel nacional. El objetivo del programa es lograr un crecimiento de ventas del 50% al final del año, logrando un

avance del 32%. Estos proveedores, se sumaron a los casi 400 que han sido impulsados en las cuatro generaciones anteriores y quienes han generado ventas por más de 12 mil millones de pesos.

En Centroamérica, apoyamos a 84 proveedores quienes generaron ventas por más de 14 millones de pesos. Asimismo, nuestro objetivo en 2019 fue incrementar un 15% las ventas de nuestros proveedores, del cual logramos un 12.5%.

* **+459 millones de pesos**
de venta en México

* **14 millones de pesos**
de venta en Centroamérica



Caso de éxito Leathern

Actualmente, los perros son mucho más que una mascota, forman parte de las familias de nuestros clientes. Este cambio en la sociedad ha dado paso a un mercado creciente de productos y servicios exclusivos para mascotas.

Nuestro proveedor Leathern, es una empresa de Guanajuato dedicada a la elaboración de artículos para mascotas, como collares y correas. Creada en 2008, comenzaron elaborando productos hechos a base de cuero, como fundas para cuchillos o porta credenciales. En 2011, lanzaron una línea dedicada a ofrecer productos de cuero, con increíbles diseños para mascotas.



Hoy por hoy, tienen presencia a nivel nacional a través de nuestras tiendas Bodega Aurrera, Superama y Walmart. Su expansión comenzó cuando en 2018 participaron en Adopta una PyME, donde recibieron apoyo para desarrollar sus capacidades operativas, financieras y logísticas, elevar el posicionamiento de sus productos y por lo tanto incrementar sus ventas.

Fue en 2018 cuando ingresaron a este programa, registrando un crecimiento exponencial. Asimismo, el aumento de la demanda ha provocado que incrementen su capacidad de producción, lo que ha generado nuevos empleos.

* **186.7% de incremento**
en ventas desde que ingresaron a
Adopta una PyME

Programa **Una Mano para Crecer**



Este programa tiene como objetivo el crecimiento y desarrollo sostenible de proveedores que nos abastecen en Centroamérica con especial énfasis en el empoderamiento económico de la mujer. En la actualidad, el programa cuenta con 481 PyMEs de las cuales 169, es decir el 35%, son empresas lideradas por mujeres.

Por formar parte de este programa, las PyMEs cuentan con beneficios como tarifas preferenciales en pronto pago, condiciones logísticas, participación en eventos como ExpoWalmart, capacitación, promotoría, y acompañamiento para el monitoreo y seguimiento de su negocio, brindándoles atención personalizada. Un ejemplo de lo anterior es la capacitación en línea sobre propuesta de valor e innovación, análisis de mercado, comercialización, servicio al cliente, entre otros, con el apoyo de FUNDES.

En 2019, lanzamos la iniciativa “Llévate a Casa lo Mejor de...” en cada uno de los países de Centroamérica con el fin de incentivar y resaltar la importancia de consumir productos fabricados por PyMEs de la región, dando a conocer alrededor de 150 de productos locales.

Nuestros asociados cuentan con una gran experiencia en diferentes áreas del autoservicio, por lo que el conocimiento que pueden transmitir a las PyMEs es invaluable. Este año 180 asociados voluntarios realizaron diagnósticos situacionales y otorgaron charlas de capacitación profesionales en temas específicos como comerciales, financieros, legales y de modulares.



481 PyMEs
en el programa



35% de las PyMEs
son empresas lideradas por mujeres

Programa Tierra Fértil




tierrafértil
De nuestra tierra para su familia

Es un programa destinado a transformar a los pequeños y medianos agricultores en agro empresarios. Busca asegurarles el acceso al mercado formal a través de compra directa, capacitación y pago seguro, facilitándoles a su vez el acceso a tecnología, a las mejores prácticas agrícolas, y garantizando la inocuidad y la seguridad alimentaria de sus productos. Esto se logra a través de tres esfuerzos principales:



Compra directa al productor: lo que permite al productor ser una parte activa de la cadena de valor, con precios competitivos, y reducir la presencia de la intermediación de terceros, lo que asegura el pago oportuno y mayores ingresos a los proveedores



Facilitando el acceso a la tecnología y el conocimiento: a través de la donación directa de bienes o mediante la implementación de proyectos en colaboración con ONG para facilitar herramientas, equipos, nuevas tecnologías agrícolas y recursos de inversión directa



Capacitación y asistencia técnica: con asociados expertos de Walmart y con apoyo de asesores externos, para brindar capacitación y / o asistencia técnica a nuestros proveedores en diferentes áreas de conocimiento, tales como calidad de semillas, rotación de cultivos, manejo post-cosecha, uso responsable de los recursos hídricos y Buenas prácticas de Manufactura (GMP). También facilitando habilidades básicas de administración de agronegocios y asistencia financiera. Realizamos capacitación continua y frecuente a los productores en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA, en inglés GAP); durante 2019 capacitamos a más de 567 personas, 8% de ellas mujeres, con el fin de reducir nuestro impacto en el ambiente, mejorar su productividad, garantizar la inocuidad de los productos que compramos y aumentar sus ventas



Por medio de este programa hemos apoyado con compra directa a 800 pequeños y medianos productores agropecuarios, beneficiando a 5,241 familias centroamericanas. 137 estos productores son mujeres las cuales representan el 17% de nuestros proveedores de frutas, hierbas y vegetales.

El total de nuestras compras a estos productores fue de más de 69.3 millones de pesos y representaron el 36% de las frutas, vegetales y granos vendidos por nuestras tiendas en Centroamérica.

Durante 2019, nos enfocamos en la formación de estos productores agrícolas con los primeros dos talleres de capacitación para el cultivo

hidropónico de fresa, en el que participaron 30 productores. Con estos talleres iniciamos el programa Fincas Modelo, la primera finca estará ubicada en Honduras y tendrá un área de producción de 2,000 m² y su capacidad inicial será de 160 mil kilogramos anuales de fresa.

El apoyo para nuestros proveedores se incrementó con la contratación de ingenieros y agrónomos que trabajan como asesores técnicos *in house*, quienes visitan constantemente a los productores y les asesoran en producción limpia, con bajos niveles de agroquímicos, en el control de enfermedades y plagas, nutrición y cuidado de la siembra, manejo de los suelos, y el uso racional de los recursos.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Programa Pequeño Productor



Fundación Walmart de México apoya desde hace más de diez años el desarrollo del campo mexicano, a través de donativos monetarios para proyectos productivos en comunidades en pobreza y con un programa de desarrollo intensivo para productores agrícolas y de manufactura orientado a mejorar sus condiciones de trabajo, capacitación en diferentes áreas del proceso productivo agrícola, logístico y empresarial y la comercialización de sus productos en nuestras tiendas, en condiciones preferenciales. En todo este programa están involucrados los recursos monetarios, el piso de ventas, la capacidad de compra y el tiempo, y talento de los asociados de todas las áreas comerciales y de logística.

- * **9,529 productores** beneficiados
- * **114% de incremento** en el ingreso
- * **2,292 empleos** generados
- * **223 millones de pesos** de compras a pequeños productores

Walmart y sus aliados trabajan por incluir a los productores en su cadena de suministro y organizaciones con quienes desarrollamos sus capacidades para mejorar sus prácticas agrícolas, habilidades comerciales y empresariales cuidando siempre el medio ambiente.

Este programa permite la generación de una derrama económica derivada del aumento en la productividad, el ingreso, la generación de empleo y la oportunidad de creación de nuevos negocios con un enfoque especial en la inclusión de jóvenes y mujeres.

Construyendo comunidades fuertes

GRI 102-12, 413: 103-1, 103-2, 103-3, 413-1



Nuestras donaciones corporativas y los programas de Fundación Walmart complementan nuestras iniciativas empresariales procurando acelerar la transformación social.

En 2019, mediante una combinación de ayuda en especie y en efectivo, destinamos más de 1,508 millones de pesos a proyectos que crean oportunidades, mejoran la sustentabilidad y fortalecen las comunidades.

Puesto que creemos que la acción colectiva es esencial para transformar sistemas, damos forma a nuestros programas colaborando con otros líderes y grupos de interés.



✦ **1,508 millones de pesos** canalizados a través de los programas de impacto social

✦ **128 ONG** que trabajan en alianza con la compañía para maximizar el impacto y alcance de los programas sociales

✦ **1,859,272 beneficiarios impactados**



La estrategia de acción social está ligada al negocio principal de la empresa y a su mayor potencial para generar valor. Los recursos involucrados para canalizar el beneficio social incorporan recursos monetarios, en especie, talento de nuestros asociados, el piso de ventas, así como la capacidad logística y de compra, lo cual permite generar alianzas con nuestros proveedores para aumentar la capacidad e impacto de nuestros programas sociales.

Nuestro programa de apoyo comunitario está enfocado en cuatro ejes:



Seguridad alimentaria



Voluntariado como medio para promover la ciudadanía



Apoyo ante desastres naturales



Desarrollo de pequeños productores

Asimismo, lanzamos una convocatoria anual a todas las Organizaciones de la Sociedad Civil sin fines de lucro que sean donatarias autorizadas para que presenten proyectos dirigidos a poblaciones en pobreza de zonas rurales y urbanas que se enfoquen en:



Desarrollo de pequeños productores, para impulsar el crecimiento de proyectos productivos con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas y mitigar condiciones de pobreza. Apoyamos proyectos encaminados al desarrollo de capacidades productivas y habilidades comerciales, tanto de productos manufacturados, como de productos agrícolas



Combate del hambre, para asegurar la alimentación y nutrición de las familias más necesitadas en zonas rurales y urbanas a través de proyectos autosustentables, como la construcción de huertos y granjas, de sistemas de agua, sanitarios y estufas ecológicas, entre otros



Los proyectos son elegidos por un comité de selección, conformado por expertos y asociados ejecutivos voluntarios que revisan cada una de las propuestas. Uno de los proyectos apoyados fue el de la Asociación de Personas con Parálisis Cerebral, el cual busca mejorar el estado nutricional de los niños y jóvenes con parálisis cerebral, logrando una adecuada alimentación que evite el deterioro en la salud de los pacientes y así disminuir el ausentismo escolar; además de impartir capacitaciones a los padres de familias para que adquieran el conocimiento de las dietas adecuadas para sus hijos.

Nos transformamos continuamente para asegurar el beneficio de las comunidades, la oportunidad de ayudar a nuestros clientes, aliados y a nuestros asociados.

Seguridad Alimentaria



Actualmente, nuestros suelos, agua dulce, océanos, bosques y biodiversidad se están degradando rápidamente. El cambio climático está ejerciendo una presión aún mayor sobre los recursos de los que dependemos, aumentando los riesgos asociados a desastres, como sequías e inundaciones. Muchas mujeres y hombres de zonas rurales ya no pueden llegar a fin de mes con el trabajo de sus tierras, lo que les obliga a buscar oportunidades en las ciudades. La falta de seguridad alimentaria también está causando que millones de niños tengan un retraso en el crecimiento o sean demasiado pequeños para su edad, debido a la grave desnutrición. Es por esto que estamos trabajando juntos en el fortalecimiento y ampliación del sistema de bancos de alimentos, en mejorar nuestros mecanismos para rescatar toneladas de alimento y canalizarlo a las personas que más lo necesitan.

Las donaciones de nuestras tiendas, clubes, oficinas y Cedis se otorgan a bancos de alimentos y ONG que cuentan con la capacidad de distribuir eficientemente el alimento que reciben de todas las unidades de la empresa en las comunidades, aumentando así el aprovechamiento de los alimentos y mercancías en todo el país.

La red filantrópica de alimento solo puede ser tan fuerte como su infraestructura, por esto ofrecemos fondos para equipo, camiones, y nuestros asociados brindan la experiencia y conocimientos que ayudan a las instituciones a ampliar su alcance e impacto.

Asimismo, financiamos la construcción de huertos y granjas familiares para la alimentación de subsistencia en zonas rurales. Este programa promueve una alimentación sustentable, el aumento en el ingreso disponible, el empoderamiento de la mujer y construye una plataforma de desarrollo de capacidades para la producción.

* **661** traspatios

* **142** sanitarios ecológicos

Más de 34,833 toneladas de alimento donado a 104 bancos de alimentos que benefician a más de 1,402,000 personas de la región.

* **388** sistemas de agua

* **115** estufas ecológicas

En Centroamérica somos socios fundadores, y el principal donador de los Bancos de Alimentos en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica. Además de la donación de productos, apoyamos con jornadas de voluntariado en las que nuestros asociados realizan actividades de clasificación y empaque de los paquetes de alimentos que se entregan a los beneficiarios de los bancos, así como visitas y actividades a favor de las mismas.

En conmemoración del Día de la Alimentación se realizaron diversas jornadas de voluntariado regional durante el mes de octubre. La jornada abarcó la recolección de víveres en nuestras tiendas con la participación de nuestros clientes en Honduras, Nicaragua y Guatemala; gracias a esto logramos donar 36 toneladas de alimentos y beneficiar a 121 mil personas.

Entre otras actividades, los clientes en Centroamérica pudieron participar en la campaña digital a beneficio del Banco de Alimentos la cual tenía objetivo donar 482,500 pesos al lograr recaudar 5,000 likes; esta donación fue entregada sumando 791,300 pesos en productos alimenticios a cada uno de los cinco bancos en Centroamérica.



791,300 pesos

recaudados a beneficio del Banco de Alimentos en Centroamérica



En conmemoración del Día de la Alimentación se realizaron diversas jornadas de voluntariado regional durante el mes de octubre.



Respuesta a desastres y resiliencia

* **75 toneladas**
de ayuda canalizadas para
apoyo a damnificados

A través de nuestro Centro de Continuidad de Operaciones (CCO), y las prácticas de planeación y operación de Walmart, identificamos, evaluamos, clasificamos y respondemos a desastres naturales y eventos de seguridad que afectan nuestras operaciones, asociados y/o a las comunidades a las que servimos.

El CCO opera 24 horas al día, siete días a la semana, para identificar riesgos emergentes, ayudar a instalaciones y asociados a prepararse para desastres, monitorear el desarrollo de crisis y servir como punto de clasificación para emergencias en nuestras tiendas u oficinas. El CCO activa equipos

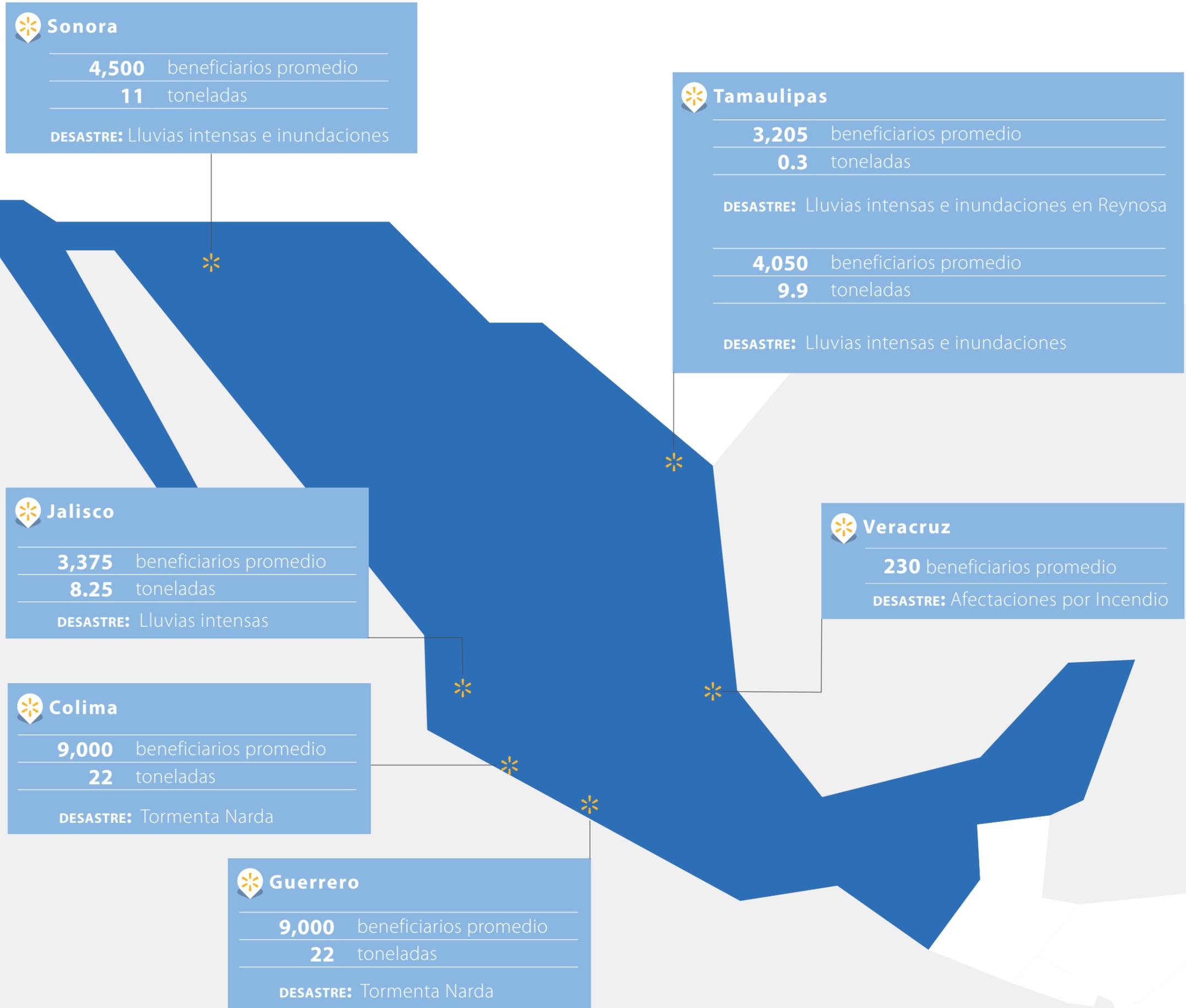
multifuncionales en toda nuestra empresa para prepararse y responder a los desastres rápida y eficazmente. El equipo principal del CCO incluye expertos en manejo de emergencias que capacitan regularmente a nuestros asociados.

En los grandes desastres, podemos emplear una serie de recursos internos, incluidos generadores portátiles, recursos de combustible, camiones y asociados que pueden ayudar a gestionar nuestra respuesta corporativa a las crisis en el campo. A través de los esfuerzos del CCO para coordinar con agencias gubernamentales locales, estatales y federales, así como con ONG y

de voluntarios, determinamos cómo esto puede ayudar a apoyar a las comunidades locales ante un desastre.

Por ejemplo, en México familias que realizaban sus compras durante una crisis de inseguridad local en Culiacán, Sinaloa, no pudieron regresar a sus hogares, por lo que los invitamos a quedarse dentro de las instalaciones para ponerse a salvo, dándoles cobijo y alimentos para que pudieran pasar la noche.

Asimismo, gracias a nuestra infraestructura, la capacidad de Cruz Roja Mexicana y el fondo revolvente de ayuda humanitaria, logramos brindar apoyo a diferentes comunidades damnificadas en México, en las primeras 24 horas después de haber ocurrido un desastre natural, para quienes donamos alimentos, artículos de limpieza e higiene personal, y poniendo a su disposición nuestra capacidad logística y el acercamiento a la proveeduría de la empresa, así como donaciones monetarias para los siguientes desastres:





En Centroamérica, afortunadamente no se presentaron desastres naturales, pero cabe destacar que el programa Manos Amigas está listo para activarse tan pronto le sea necesario, instalando centros de acopio de acuerdo a los alcances de la emergencia, informando a sus clientes y proveedores sobre la iniciativa y como pueden colaborar con la misma. Posteriormente, apoyamos con el traslado de productos desde los centros de acopio hasta los puntos establecidos por las autoridades en situaciones de emergencia.

Voluntariado

Es evidente que el voluntariado ayuda a mejorar la vida de los demás. Este programa brinda a los asociados la oportunidad de participar en proyectos de mejora a la comunidad y al medio ambiente con su tiempo y talento, promoviendo la ciudadanía y el compromiso con la comunidad y con los demás.

* **+103,300 participaciones de voluntarios**



	México		Centroamérica	
Participamos en la jornada más de #RetoVerde, iniciativa que busca reforestar al país, la cual ha sido impulsada por la Secretaría del Medio Ambiente y el Fondo para el Desarrollo Social en la Ciudad de México.	96,985	Participaciones de voluntarios	6,317	En Centroamérica, realizamos dos voluntariados Pyme con la participación de 180 empresas del programa Una Mano para Crecer.
Con la participación de más de 160 voluntarios, entre asociados y sus familias, logramos sembrar 1,500 plantas para salvaguardar polinizadores para abejas, colibríes, mariposas y mamíferos, en el parque Bosque de Manzanos, Alcaldía Miguel Hidalgo, fomentando así el cuidado al medio ambiente.	84,566	Participaciones voluntarias de asociados	6,238	El voluntariado consistió en diagnósticos situacionales y charlas de capacitación profesional en temas específicos dentro del área de modulares, comercial, finanzas y legal. Para este programa contamos con la participación de 180 voluntarios.
	12,419	Participaciones voluntarias de clientes y familiares	79	
	2,390	Actividades realizadas para mejorar espacios públicos de las comunidades	8	

Alianzas con proveedores para fortalecer las comunidades



Agua Limpia para los Niños

Estamos conscientes que actualmente la escasez de agua es un desafío importante en México, es por esto que lanzamos, en alianza global con P&G, el Programa Agua Limpia para los Niños, con el objetivo de llevar agua potable a niños y familias en situación vulnerable. La meta de la iniciativa fue recaudar 15 millones de litros de agua potable durante 2019.

A través de esta iniciativa, nuestros clientes y socios en 14 países contribuyeron a garantizar el abastecimiento y saneamiento del agua, al participar en la campaña "1 compra = 1 litro de agua limpia", que consistió en que, por cada producto participante comprado, P&G donó un litro de agua potable.



En 2019, logramos recaudar 21.6 millones de litros de agua potable los cuales fueron canalizados a 2 millones de familias (4 personas) en comunidades sin agua potable a lo largo del mundo.



Detrás de cada decisión, están nuestros estándares de ética y transparencia

Comprometidos con la Honestidad

Ética y Cumplimiento | Gobierno Corporativo | Evaluación de Riesgos



106,205 horas

de capacitación en nuestra
Declaración de Ética



10% de reducción

de los accidentes de asociados en
México y 24% en Centroamérica

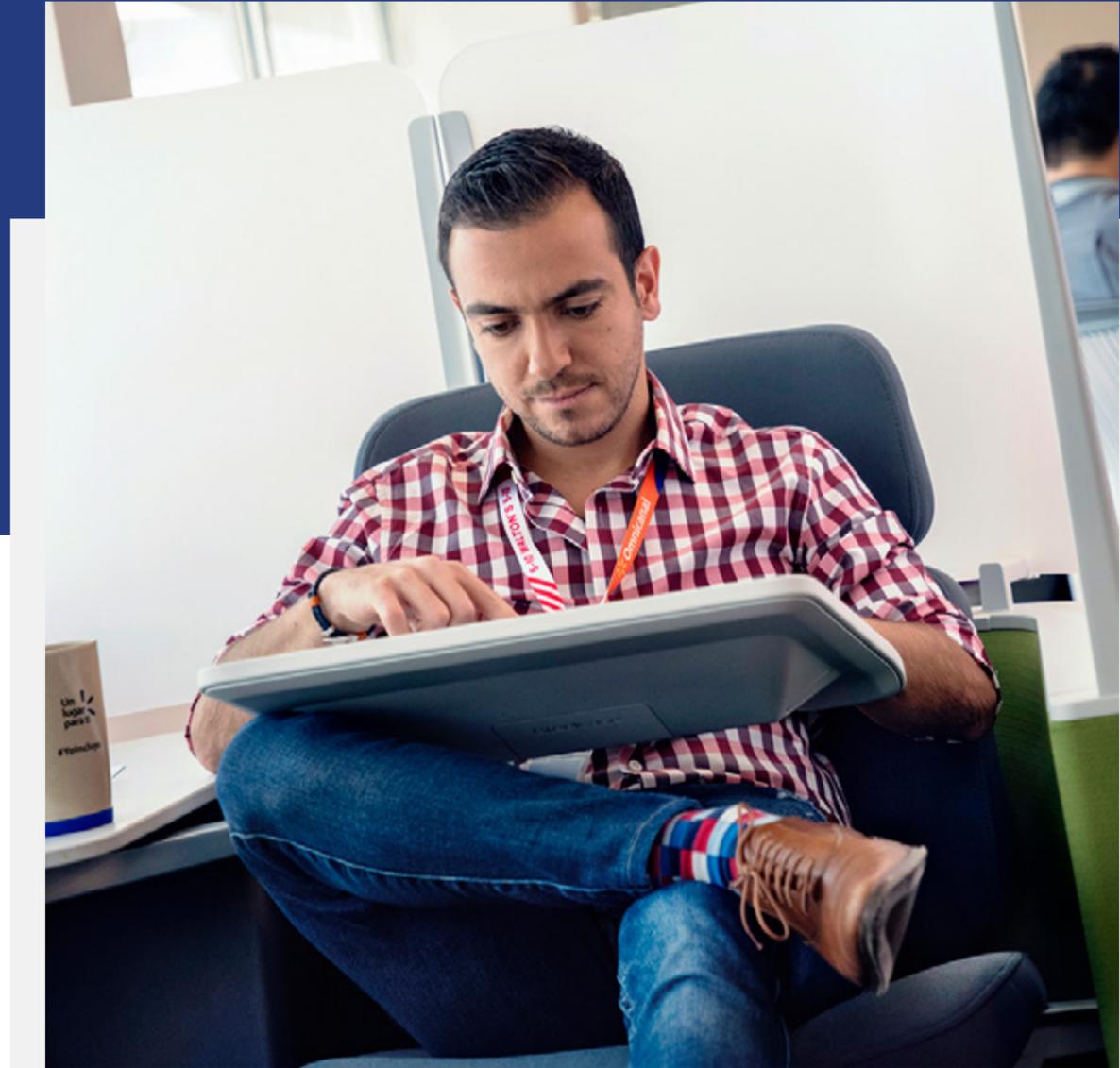


Certificación

internacional de tres Cedis en BRC
con un score de AA

Ética y Cumplimiento

En Walmart estamos orgullosos de haber logrado que nuestra empresa sea reconocida como líder en Ética y Cumplimiento.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019



Ciudadanía Digital

Estamos transformando rápidamente las experiencias de nuestros clientes y asociados. Esta es la razón por la que se creó una nueva área global llamada Ciudadanía Digital. La cual se centrará en asegurar la forma en la que utilizamos los datos y la tecnología de una manera que respalde nuestro objetivo de ser la cadena omnicanal más confiable.

Esta función de Ciudadanía Digital asesorará a la empresa sobre cuestiones relacionadas con la privacidad, el uso ético de los datos y el gobierno de estos; las tecnologías emergentes, la ciberseguridad y la gestión de registros. Esta área será responsable, no solo en la forma legal sobre el uso de datos o tecnología de una manera particular, sino también sobre el efecto que tendría ese uso en nuestra relación de confianza con nuestros clientes y partes interesadas.

Nos asesorarán no solo sobre si podemos usar legalmente datos o tecnología de una manera particular, sino también sobre qué efecto tendría ese uso en nuestra relación de confianza con nuestros clientes y partes interesadas.

Ética y Cumplimiento

GRI 102-17

Hemos estado remodelando el programa de Ética y Cumplimiento en los últimos cinco años. Establecimos una estructura mundial integrada para mejorar la transparencia y la responsabilidad. Creamos procesos, con la ayuda de sistemas tecnológicos innovadores, para garantizar que actuar de la manera correcta sea parte de la cultura de la empresa. Estamos tomando medidas similares para promover la integridad con nuestros socios comerciales, particularmente aquellos que interactúan con los gobiernos por nosotros.

Es un buen momento para mirar hacia atrás, revisar lo que hemos aprendido y hacer planes para el futuro.

Nuestro Programa de Ética y Cumplimiento es dinámico y efectivo, y está diseñado para prevenir, detectar y responder ante cualquier incumplimiento de las leyes aplicables, las políticas y los procedimientos internos. Este programa proporciona los lineamientos que todo asociado debe seguir para actuar de forma correcta y de acuerdo con los valores y principios fundamentales de la compañía, con el objetivo de contribuir a ser la cadena omnicanal más confiable para nuestros clientes y proveedores.

Desde 2014, nombramos a un Vicepresidente de Ética y Cumplimiento en México y en Centroamérica, a cargo de un equipo dedicado,

divididos en 14 áreas distintas, que van desde anticorrupción hasta inocuidad alimentaria. Con el fin de ofrecer el conocimiento y experiencia necesarios, nombramos a expertos en la materia para cada una de las 14 áreas de riesgo por mercado detallista, y designamos a 14 Líderes Globales en los temas, quienes trabajan juntos para identificar y coordinar normas y procedimientos comunes, compartir mejores prácticas, y ofrecer capacitación, monitoreo y apoyo. Estas personas reportan directamente al Vicepresidente de Ética y Cumplimiento correspondiente en cada una de las unidades de negocio.

Contamos con la Matriz Global de Responsabilidades de Cumplimiento, en la cual detallamos las conductas indebidas consideradas por Walmart como una violación seria de las políticas de Cumplimiento. Las medidas disciplinarias que corresponden a cada violación se determinan después de revisar cuidadosamente la gravedad de la infracción, circunstancias pertinentes, leyes vigentes, y procesos disciplinarios. Esta lista no es exhaustiva y los asociados podrán ser disciplinados por cualquier razón consistente con las leyes, políticas aplicables o de acuerdo con la lista específica de responsabilidades de cumplimiento de cada Mercado.



La integridad comienza con cada uno de nosotros.

Sam Walton

Derivado de diversas directrices de gobiernos y agencias privadas, desarrollamos los siguientes seis componentes básicos de nuestro programa:

- Liderazgo
- Evaluación de riesgos
- Normas y controles
- Sensibilización
- Capacitación
- Monitoreo y respuesta

Este proceso mantiene ágil y actualizado nuestro Programa de Ética y Cumplimiento conforme cambia nuestro negocio y el ambiente externo.



El programa de Ética y Cumplimiento está compuesto por las siguientes áreas:



Ética



Seguridad e higiene



Anticorrupción



Inocuidad alimentaria



Privacidad



Ambiental



Salud y bienestar



Prevención de lavado de dinero



Licencias y permisos



Seguridad de los productos



Laboral y empleo



Comercio exterior



Antimonopolio



Abastecimiento responsable



Protección al consumidor

A continuación se presentan los resultados más relevantes de cada una de las áreas de Ética y Cumplimiento:

Ética

Por medio de nuestro comportamiento ético conservamos la confianza de nuestros clientes, de las comunidades locales y de nosotros mismos. [Declaración de Ética](#) es la guía y un recurso diario para tomar decisiones honestas, justas y objetivas al operar cumpliendo con todas las leyes y nuestras políticas. Abarca a todos los asociados en todos los niveles de la organización alrededor del mundo, a todos los miembros de los diferentes consejos y comités de la compañía.

En Walmart de México y Centroamérica esperamos que todos nuestros proveedores, consultores y contratistas actúen de forma correcta y consistente. Nuestros asociados reciben diferentes recursos para ayudarlos a promover y reconocer las elecciones éticas. Estos recursos incluyen:

Capacitación anual a nuestros asociados

GRI 410-1, 412-2, 410: 103-1, 103-2, 103-3

En 2019, impartimos más de 106 mil horas de capacitación sobre nuestra Declaración de Ética a los asociados de operaciones y staff, cubriendo el 93.5% y el 99.5% respectivamente en México y el 93% y 95% en Centroamérica.

[WalmartEthics.com](#)

Sitio web disponible en 14 idiomas y accesible a nivel mundial. Proporciona una plataforma donde las partes interesadas pueden hacer preguntas, leer nuestra Declaración de Ética, presentar inquietudes éticas así como dar seguimiento.

Premios de integridad en acción

Programa de reconocimiento global para los asociados que son modelos de integridad o que alientan a otros a hacerlo. Los asociados nominan candidatos y Walmart reconoce a los ganadores en nuestra reunión anual de accionistas.

En Walmart estamos comprometidos con mantener un ambiente de integridad y respeto, en el cual todos nos sentimos cómodos y libres de expresar nuestras inquietudes. Por lo anterior, los asociados pueden comunicar sus ideas o preocupaciones e incluso reportar comportamientos inadecuados sin temor a sufrir represalias.



Contamos con diferentes mecanismos formales de denuncia:



El proceso de Comunicación de Puertas Abiertas es la manera más directa de expresar cualquier inquietud a un líder a través de una comunicación abierta



Línea Ética Global. Proporcionamos números de teléfono locales y globales que cualquier persona puede usar para preguntas e inquietudes las 24 horas del día, los siete días de la semana. La línea de ayuda está equipada para manejar la mayoría de los idiomas locales que se hablan en cada uno de los mercados donde operamos, incluidos el español. Esta línea es gestionada por un tercero independiente



Sitio web y correo electrónico. Todos los mecanismos disponibles en nuestra [Declaración de Ética](#)



Seguridad e Higiene

GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-7, 403-8, 403: 103-1, 103-2, 103-3

Nuestra visión: Ser la empresa más segura para comprar y trabajar, a través de la Iniciativa Misión Cero Accidentes.

Promovemos el cuidado de nuestros clientes, socios y asociados para evitar accidentes; la búsqueda de la excelencia para lograr un Walmart sin accidentes incluye estar comprometidos al 100% con cuidarnos unos a otros y fomentar la productividad sin riesgos.

Pedimos a nuestros asociados que en caso de detectar actos o condiciones inseguras las remedien de inmediato, notificando al responsable. De igual forma, fomentar y asegurar el uso de equipo de protección personal en los puestos requeridos es indispensable, así como hablar frecuentemente con nuestros asociados sobre lo importante que es la seguridad para nuestra empresa.

En México, en los últimos años hemos tenido grandes logros, gracias a todo el esfuerzo y la atención de nuestros asociados:



Manteniendo nuestro compromiso y fomentando el comportamiento seguro, lograremos tener Cero accidentes.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

En Cedis, el Programa de capacitación de Seguridad fue una pieza clave para lograr el porcentaje de disminución de accidentes del 31% a través de:



Campañas de comunicación y sensibilización: video de ergonomía, video Yo te cuido, tú me cuidas, cápsulas de 10 fundamentos



Cursos de capacitación: introducción a la Seguridad y Cumplimiento Ambiental, así como Seguridad Laboral con la participación de más de 17,000 asociados

GRI 403-8

Asimismo, implementamos un nuevo programa para asociados y clientes llamado 3x2, ya que pone un enfoque en prevenir los tres accidentes más recurrentes en las dos partes del cuerpo.

En Centroamérica nos enfocamos en la creación de cultura de seguridad, por lo que lanzamos 10 reglas de seguridad específicas para cada unidad de negocio. El programa de seguridad basado en comportamientos para Cedis, procura generar ambientes libres de accidentes a partir de la observación y corrección de los comportamientos inseguros, enfocados en las seis principales causas de accidentes en la región.

Como parte del proceso para generar mayor cultura y concientización hacia la seguridad, realizamos un proceso de revisión de nuestros estándares actuales, encontrando oportunidades para elevar el nivel de seguridad, estandarización y comunicación de estos a nivel de la región. Como resultado de ello se generaron nuevos procedimientos de seguridad para riesgos no controlados anteriormente. Algunos ejemplos son: descarga segura, uso seguro de máquinas, normas para el uso de escaleras, mejoras en permisos para trabajos peligrosos y manual para contratistas, entre otros.

Reducción de accidentes de clientes



13%

en México

15%

en Centroamérica

Reducción de accidentes de asociados



10%

en México

24%

en Centroamérica



539,814 capacitaciones



187,796 asociados

capacitados
GRI 403-1, 403-5

Programa **Cero Accidentes de contratistas**

Nuestra política Cero Accidentes no solamente está enfocada en cuidar de nuestros asociados y clientes, sino también a nuestros proveedores. Este año implementamos un programa de seguridad enfocado en nuestros contratistas.

Trabajamos en conjunto con los proveedores para establecer planes de remediación.



Asimismo, contamos con diferentes sanciones para garantizar la seguridad de todos los involucrados. Los contratistas de construcción, remodelaciones, mantenimiento, proyectos especiales y diseño cuentan con cláusulas de seguridad en los contratos, donde se detalla el tipo de sanción de acuerdo con la falta y a la gravedad del accidente, que puede llegar hasta la terminación del contrato o no asignación de proyectos por seis meses.



Anticorrupción

GRI 205-2

Estamos comprometidos con mantener los más altos estándares de integridad y cumplimiento en apego a la legislación aplicable en los mercados en los que operamos y alineados con nuestra Política Global y los Procedimientos Globales de Anticorrupción.

Alcanzamos siempre nuestros objetivos con transparencia, tomando en cuenta que no toleramos sobornos, actos de corrupción o prácticas deshonestas de ningún tipo. Para nosotros es muy importante que en caso de que nuestros asociados tengan alguna sospecha, información de violación a la [Política Global Anticorrupción](#), así como a los Procedimientos AC de la compañía o contar con algún dato de solicitudes indebidas (aunque sean rechazadas), las reporten de inmediato a los puntos de contacto de Ética Global.

Brindamos capacitación contra la corrupción al 100% de nuestros asociados. Cabe señalar que el entrenamiento AC cuenta con una vigencia de dos años.

En 2019, capacitamos a 122,629 asociados en anticorrupción. El Consejo de Administración recibe capacitación anticorrupción una vez al año.

Realizamos una evaluación anual de riesgos para identificarlos y evaluarlos y así poder asignar los recursos adecuados para atenderlos. Nuestro equipo de mejora continua evalúa y mejora regularmente la implementación del programa, proporcionando retroalimentación oportuna y permitiendo la identificación temprana y la solución de problemas. Además, el equipo de Auditoría Interna Global también realiza auditorías periódicas e independientes de nuestro programa.

Utilizamos un sistema electrónico personalizado para detectar y llevar a cabo la diligencia debida en los intermediarios externos que buscan representarnos. Nuestros contratos con intermediarios externos requieren que se comprometan a cumplir con nuestra política anticorrupción. Dicho proceso debe renovarse cuando menos cada dos años.

El proveedor aprobado recibe una capacitación sobre la Política Anticorrupción para asegurar que la conoce y que la cumplirá durante toda su relación comercial con Walmart. 595 proveedores completaron o renovaron su entrenamiento anticorrupción durante 2019.

Cada año, auditamos de forma proactiva una muestra de nuestros socios externos en función de varios factores, incluidos los riesgos asociados con la región donde operan y el tipo de servicio que prestan. Este proceso nos permite examinar la forma en que los terceros responden a nuestro programa anticorrupción e identificar áreas donde podemos continuar mejorando nuestra capacitación y controles.



595 proveedores

completaron o renovaron su entrenamiento anticorrupción durante 2019

GRI 205-2

Este proceso nos permite examinar la forma en que los terceros responden a nuestro programa anticorrupción e identificar áreas donde podemos continuar mejorando nuestra capacitación y controles.



Inocuidad alimentaria

GRI 416-1

Estamos comprometidos a cumplir con todas las leyes y regulaciones de inocuidad alimentaria, aplicables en los mercados en los que operamos, y en proporcionar alimentos seguros y de alta calidad para que las personas puedan ahorrar dinero y vivir mejor. Para hacer esto, el equipo de Inocuidad Alimentaria es responsable de supervisar el sistema integral de gestión de inocuidad alimentaria. Esto incluye crear y garantizar el cumplimiento de políticas y procedimientos que nos permiten comprar, almacenar, transportar, preparar y vender alimentos de una manera que cumpla con todas las regulaciones, así como nuestras propias normas estrictas sobre este tema.



Esto incluye crear y garantizar el cumplimiento de políticas y procedimientos que nos permiten comprar, almacenar, transportar, preparar y vender alimentos en una manera que cumpla con todas las regulaciones, así como nuestras propias normas estrictas de inocuidad alimentaria.

Programa **High Five**

Estos principios se miden por medio de un sistema de evaluaciones en nuestras tiendas de manera mensual con mediciones y monitoreo regular.

199 unidades cuentan con la certificación Distintivo H



Programa de Fraude Alimentario

Es un programa que hemos implementado en el área de recibo de Cedis para identificar que los productos que comercializamos concuerdan con la especie que tenemos declarada en los empaques de nuestras marcas. El programa contiene una matriz de riesgos por tipo de producto, y en caso de identificar algo no declarado procedemos de acuerdo con el nivel de riesgo.



Análisis con laboratorios externos acreditados



154 análisis

para la identificación de especie en nuestra materia prima cárnica y de productos de cocina



56 análisis

para la verificación de la integridad de los ingredientes de los productos de marca propia (miel, leche, aceite de oliva, jugos 100% naturales y café)



351 productos orgánicos

Validación de certificados



149 productos

Validación de certificados de bebidas alcohólica (tequila/mezcal)

Programa Manejo de plagas



Nuestro objetivo es proteger la salud de clientes y asociados que visitan nuestras instalaciones manteniendo bajo control la actividad de plagas, empleando diferentes herramientas que provee el Manejo Integrado de Plagas. Con lo anterior, contribuimos al cuidado de la salud actuando ante incidencias de insectos transmisores de enfermedades (zika, chikungunya, dengue), así como la reducción de merma de productos derivado del daño o contaminación por plaga.

Logramos lo anterior ya que contamos con una auditoría internacional mensual no anunciada

para evaluación de riesgos en materia de Control de Plagas en todas las tiendas y clubes, y una auditoría nacional mensual no anunciada para evaluación de riesgos en materia de Control de Plagas en todas las naves de los Cedis. Asimismo, realizamos visita a todas las unidades al menos dos veces al mes para realizar la inspección y aplicación química (en caso de requerirse) para identificación y mitigación de cualquier actividad de plaga.

Programa de GFSI (Global Food Safety Initiative)

184 horas impartidas en capacitación a 27 proveedores de alimentos seguros con GFSI School.

Somos miembros del Grupo Local México de GFSI, adicionalmente solicitamos de forma obligatoria a todos nuestros proveedores de nuestras marcas certificarse en este tipo de esquemas en un periodo razonable, en caso de que no cuenten con su sistema Certificado.

México

* **299** proveedores

de nuestras marcas auditados por certificadores GFSI y Global Markets

* **339** plantas

procesadoras de proveedores certificados, es decir, el 95%

* **17** plantas

procesadoras de proveedores con Auditoría de Global Market

* **5** cursos

a 43 proveedores de alimentos

Centroamérica

% GFSI Certificados

- Marca privada local
- Marca privada importada
- Local (co-fabricante)
- Importación directa



% Approved Global Market

- Pequeño proveedor en desarrollo - pb - fabricante
- Pequeño proveedor en desarrollo - pb - co-fabricante



En Centroamérica, elaboramos un Plan de Capacitación para proveedores de nuestras marcas y marcas comerciales de productos de categoría de alto riesgo que no han alcanzado un certificado GFSI o Global Market Intermedio, en donde se les brindó capacitación y talleres gratuitos en los temas con mayor necesidad de reforzar, para cumplir con el requerimiento GFSI que les solicitamos.



Auditorías

Contamos con un programa intensivo de auditorías a nuestras unidades, proveedores, plantas y Cedis para asegurar la inocuidad alimentaria en cada una de ellas:

Nuestras Marcas de alimentos México

Proveedores	299
Plantas	356
Auditorías	356
-Global Markets de Buenas Prácticas	17
- Certificación Global Food Safety Initiative (GFSI)	339
Porcentaje de plantas certificadas	95.2%
Auditorías Buenas Prácticas de Almacenaje y Distribución a Cedis y desconsolidadores de perecederos	34



Programa Seguridad de Alimentos para PDV



En Centroamérica, este programa permite mantener el estatus sanitario de las tiendas asegurando las mejores prácticas para la manipulación de alimentos y de esta forma contribuir con la salud de nuestros clientes; las tiendas son auditadas bajo nuestras cinco reglas básicas de seguridad de alimentos y manejo Integrado de plagas las cuales son implementadas para garantizar alimentos seguros.

2019 fue un año retador, en donde, con el trabajo en equipo con la operación, logramos mejorar los indicadores y las prácticas de las tiendas reforzando hábitos diarios que nos permiten realizar revisiones y limpieza más efectivas. En 2020 lanzaremos nuestra iniciativa "Cuida tu tienda como a tu casa".



Inocuidad en Cedis

En 2019 obtuvimos la certificación internacional de tres Cedis en BRC con una calificación de AA que avala los procesos operativos en el manejo de productos alimenticios, gracias a:



Soporte técnico y entrenamiento del personal del Cedis en el manejo de alimentos



Estandarización de procedimientos



Reducción de quejas y daños en los productos por interrupciones en cadena de frío, daños de calidad u riesgos de inocuidad



Cumplimiento a normatividad nacional y políticas internas en materia de inocuidad y calidad de alimentos

Esta certificación consta de:



Realizar recorridos internos para la pre-evaluación de cumplimiento con los requerimientos del estándar BRC



Documentación de procesos operativos



Entrenamiento de personal en cuanto requerimientos del estándar y actualización de procesos operativos



Establecimiento de KPIs y de acciones para la mejora



Realización de una auditoría con una empresa externa para la verificación del cumplimiento del estándar GFSI BRC en almacenamiento y distribución de alimentos v3



Privacidad

GRI 418-1

Nos enfocamos en crear conciencia sobre los derechos y prácticas de privacidad, así como la protección de datos personales. Estamos comprometidos con cuidar en todo momento la información de nuestros asociados, clientes, socios y terceros, cumpliendo con las leyes y nuestras políticas globales. Una de las claves para lograrlo es a través de la confianza, misma que podemos ganar, fortalecer y mantener, siendo transparentes y usando responsablemente y de forma ética la información personal.

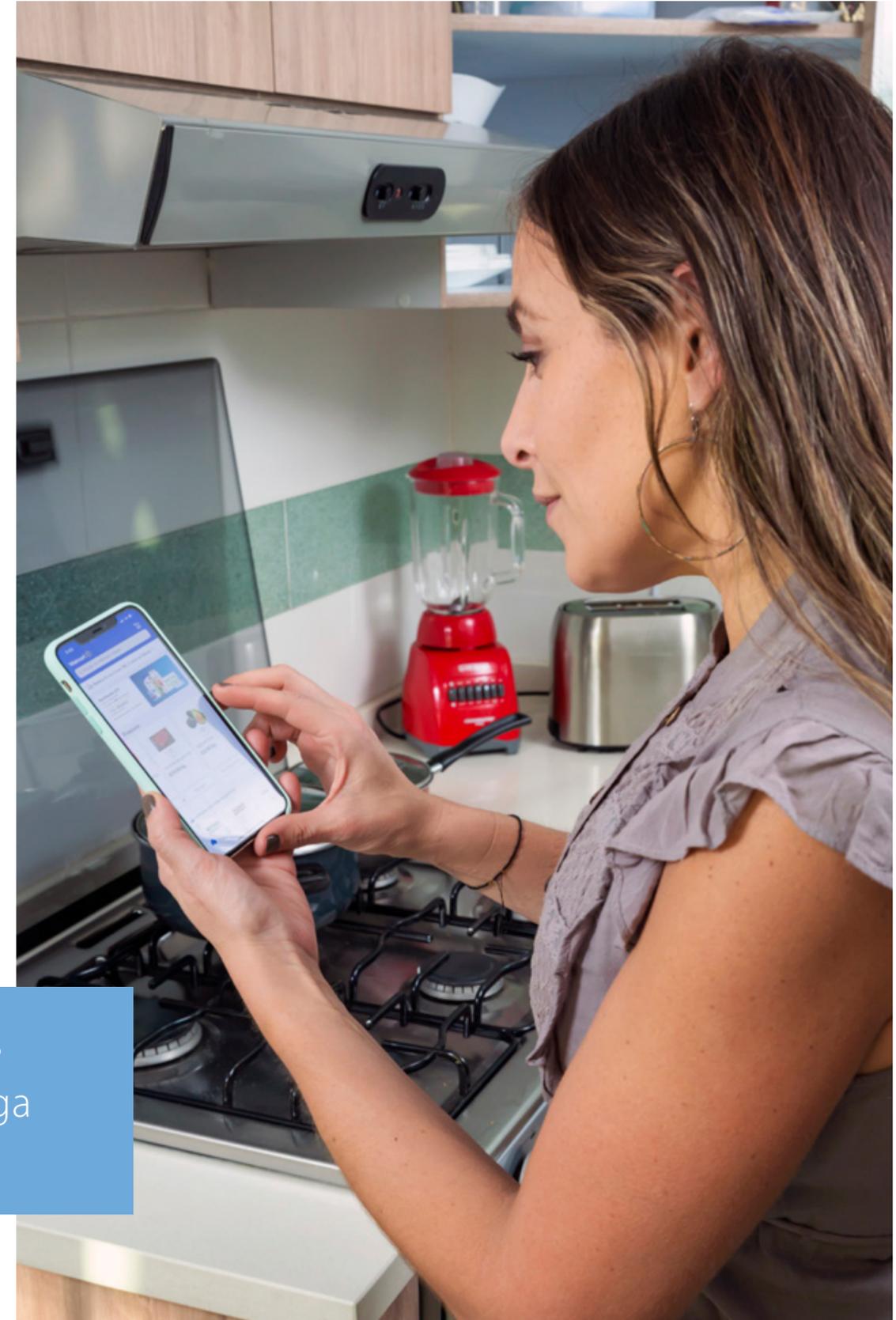
Sin duda, las nuevas tecnologías nos abren un abanico de posibilidades para aprovechar la información personal de nuestros clientes, ayudándonos a entenderlos mejor, personalizando y haciendo única su experiencia con nosotros. Es por ello que debemos ser cuidadosos en el manejo de esta información, para evitar fallas que impacten en nuestro objetivo.

Somos transparentes al comunicar en nuestros avisos de privacidad el uso que podemos dar a la información personal de nuestros clientes, socios, asociados y proveedores, y la forma en la que está protegida.

Contamos con mecanismos disponibles para que los dueños de los datos personales tomen decisiones informadas sobre el uso de los mismos, así como los medios para que puedan ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición (ARCO, por sus siglas en inglés).

Contamos con canales oficiales para que nuestros asociados o terceros reporten cualquier fuga de información personal y podamos tomar medidas para protegerla, así como con protocolos para responder rápida y eficazmente ante incidentes de fuga de información, incluyendo un Comité de Respuesta a Incidentes, conformado por representantes de diversas áreas clave en la organización.

En 2019, no recibimos reclamaciones sobre violación de la privacidad o fuga de datos de nuestros clientes.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad



Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019



Ambiental

El área de Cumplimiento Ambiental garantiza que la empresa cumpla con las obligaciones regulatorias aplicables durante el desarrollo de todas sus actividades de negocio, desde la prospección, diseño y construcción de nuevas unidades, hasta su operación. Es la responsable de implementar los controles para cumplir con las obligaciones relativas al impacto ambiental, generación de residuos no peligrosos y peligrosos, calidad de agua residual y emisiones a la atmósfera.

Gracias a lo anterior, en la región no se presentaron multas significativas, es decir aquellas mayores a un millón de pesos. Asimismo, no hubo afectación a masas de agua por vertidos o escorrentías por derrames. Sin embargo en Superama Bonampak en Quintana Roo, tuvimos un derrame causado por el robo de diésel en la planta de emergencia de la unidad; el volumen aproximado derramado fue de 4,637 litros, de los cuales, una parte llegó a suelo natural, retirándose la cantidad de 178,640 kg de suelo contaminado. Posteriormente se rellenó con tierra limpia.

En 2019, contamos con dos proyectos con especies protegidas:

GRI 304-1, 304-2, 307: 103-1, 103-2, 103-3, 307-1



1. Bodega Aurrera Cabo Miramar (superficie impactada 0.012763 km²). Se verificó en la Autorización en Materia de Impacto Ambiental que no ocasionará impactos ambientales adversos significativos.



2. Mi Bodega Tanquián de Escobedo (superficie impactada 0.004900 km²) en la Opinión técnica en materia de Impacto Ambiental se determina que la construcción no causaría un impacto ambiental significativo.

Contamos con un proyecto con cambio de uso de suelo forestal, Bodega Las Palmas. La superficie para cambio de uso de suelo comprende únicamente la vegetación compuesta por matorral crasicaule, la cual muestra señales de perturbación y es utilizado como tiradero clandestino de escombros y residuos sólidos, lo que provoca que sea un riesgo o foco de infección de las colonias y fraccionamientos colindantes. (superficie impactada 0.013013 km²).



Salud y bienestar

El área de Salud y Bienestar tiene como propósito garantizar el funcionamiento óptimo con respecto a los requerimientos legales y mejores prácticas de mercado de nuestras farmacias y consultorios. Actualmente, en México contamos con más de 250 consultorios y más de 1,300 farmacias donde se comercializan cerca de 7,500 fármacos, suplementos y dispositivos médicos. El equipo de Salud y Bienestar establece e implementa los controles regulatorios a cumplir y trabaja con el equipo de Operaciones en la supervisión de las farmacias para garantizar su cumplimiento.

De igual forma, participa en la validación de todos los productos que se comercializan en nuestras unidades para garantizar su calidad y correcta dispensación. Durante 2018, se desarrolló el Sistema Integral de Farmacia que permitirá agilizar el control de los medicamentos que se lleva en tiendas de forma digital. Asimismo, se realizó una revisión externa por parte de un despacho especializado para confirmar la robustez del programa en relación con las obligaciones legales aplicables.



Medimart

* **31** proveedores

* **90** plantas

* **13** auditorías finalizadas

* **95** análisis
con laboratorios autorizados por Cofepris de los parámetros de calidad

Consultorio en Tiendas

* **437** auditorías internas

* **6** auditorías externas

Farmacias

* **5,284** auditorías internas
en tienda

* **988** auditorías externas
Cofepris

Medicamentos

* **31** proveedores

* **13** auditorías



Prevención de Lavado de Dinero

En Walmart de México estamos comprometidos en cumplir con todas las Leyes y regulaciones aplicables para prevenir, detectar y combatir el lavado de dinero. Contamos con políticas, procedimientos, lineamientos y controles, para prevenir y detectar actos u operaciones que involucren recursos de procedencia ilícita y evitar que las organizaciones delictivas usen a la compañía para la comisión de este delito.

Contamos con herramientas tecnológicas que permiten el monitoreo, análisis y reporte de posibles operaciones inusuales con base a riesgo. Capacitamos a nuestros asociados para que aprendan a identificar y reportar señales de alerta sobre posibles operaciones con recursos de procedencia ilícita. Asimismo, tenemos canales oficiales de reporte para que asociados y terceros puedan reportar actividades inusuales, y monitoreamos nuestros servicios financieros para prevenir y detectar operaciones con recursos de procedencia ilícita.

Representantes de diversas áreas forman parte de un Comité de Prevención de Lavado de Dinero que sesiona en forma bimestral, donde se da visibilidad sobre los principales riesgos en la materia y se toman decisiones para la mitigación.



Licencias y Permisos

Las más de 20 mil licencias que se requieren para la construcción y operación de nuestras unidades se administran a través del Sistema Global de Licencias GLM, lo que nos permite reducir riesgos de vencimientos y dar trazabilidad a las licencias durante todo su ciclo desde inicio a fin, incluyendo la solicitud y monitoreo de los pagos de derechos por trámites.

Dentro de los procedimientos normados se encuentra el acompañamiento de dicha área desde la localización de un nuevo sitio, en el que un experto evalúa la factibilidad de licencias antes de la autorización de un nuevo proyecto a fin de controlar el riesgo de proyectos de baja factibilidad; asimismo, para el inicio de construcción y operación de un nuevo negocio un Comité de Licencias y Permisos, constituido por expertos distintos a los que hacen la gestión, analizan todos los documentos y evalúan si el proyecto es liberado o no.



Seguridad de los Productos

Nuestro objetivo es cumplir con la seguridad y regulación de los productos, cosméticos, consumibles, ropa, zapatería y mercancías generales que vende la compañía, a fin de garantizar la seguridad del producto para nuestros clientes.

Contamos con protocolos de monitoreo de productos de alto riesgo en nuestras tiendas y clubes. Un medio para la comprobación del cumplimiento de los requisitos de seguridad y regulación, son las certificaciones en las normas vigentes que son entregadas por los proveedores de los productos clasificados como alto riesgo. También es posible comprobar el cumplimiento a través de las auditorías a fábrica, donde se revisan entre otros, los requisitos y la seguridad de los productos haciendo énfasis en Nuestras Marcas.



Inspecciones a textiles y zapatería

* **17,803** inspecciones
en Cedis a proveedores nacionales

* **2,033** inspecciones
en origen a proveedores de importación

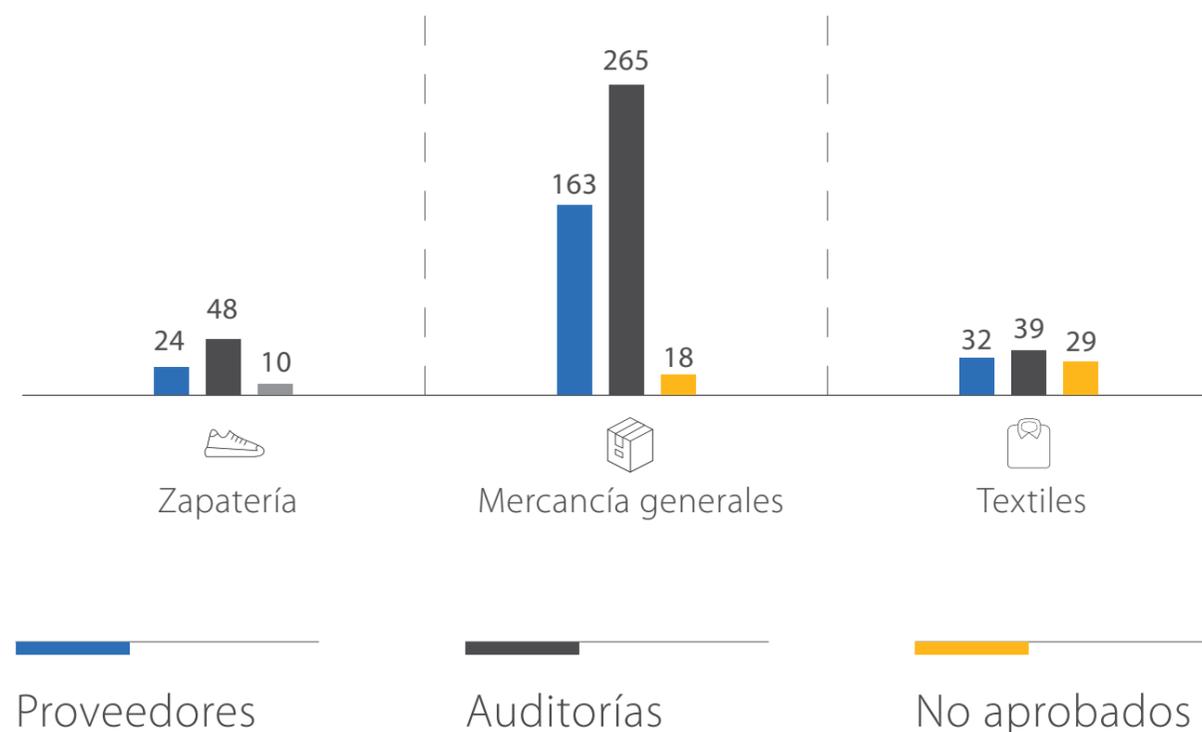
Asimismo, se tienen protocolos de revisión de seguridad, regulación y calidad para productos textiles y de zapatería por medio de pruebas de laboratorio e inspecciones nacionales y en origen, revisiones en centros de distribución o tienda, y seguimiento y control de quejas. Cuando el caso lo amerita, se aplica el proceso de retiro de productos de tiendas y clubes.

A través de estas acciones, es posible diseñar e impartir capacitaciones para proveedores y compradores sobre seguridad del producto y control de calidad para establecer indicadores de cumplimiento que midan el desempeño en cada entrega y elaborar planes de mejora.

Evaluamos constantemente a nuestros proveedores

Proveedores de Nuestras Marcas evaluados en México

GRI 416-1





Laboral y empleo

GRI 401: 103-2, 103-3, 402: 103-1, 103-2, 103-3, 402-1

Nuestro objetivo es garantizar a nuestros asociados sus derechos de conformidad con la normatividad laboral en cuanto a salarios y pagos, beneficios, trato justo, igualitario e incluyente, a fin de desarrollar un clima laboral positivo y contar con una compañía que respeta los derechos de todos los colaboradores y terceros dentro de nuestros centros de trabajo.

Para cumplir con el objetivo anterior, contamos con campañas permanentes en todas las unidades para asegurar el pago de horas extras, respeto a descansos y horarios, evitar y prevenir acoso, y de regulación interna de promotores.



Comercio Exterior

Es un programa que tiene por objeto asegurar el cumplimiento de requerimientos de la normatividad de comercio exterior con relación a la importación y exportación de mercancías de la Compañía, a fin de asegurar la obtención de permisos, certificaciones, así como el pago de impuestos adecuados por las operaciones de comercio exterior.

Además, nuestro programa tiene por objetivo asegurar que Walmart no haga negocios ni comercialice productos originarios y provenientes de países sancionados por la Oficina de Control de Productos Extranjeros (OFAC, por sus siglas en inglés).

Para asegurar lo anterior, contamos con un programa específico para importaciones y realizamos el registro digital de alta de productos, donde se identifica el país de origen; también tenemos un protocolo de monitoreo de exportaciones y de agentes aduanales.



Antimonopolio

Es nuestra obligación cumplir con los requerimientos de la ley de competencia económica, estableciendo controles para evitar conductas o prácticas anticompetitivas y así garantizar la mejor oferta de valor a nuestros clientes y socios.

Dentro de nuestros principales controles para lograrlo se encuentran los lineamientos y reglas de comportamiento, así como campañas dentro de las áreas de compras, a fin de garantizar que las negociaciones y/o contacto con proveedores y/o competidores estén apegadas a las regulaciones en materia de competencia económica.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Gobierno Corporativo

GRI 102-18

Nuestra compañía está construida sobre los cimientos de la integridad y los más altos estándares de ética, garantizamos siempre un estricto apego a la legislación aplicable en todos los países donde operamos.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Consejo de Administración

GRI 102-22

Presidente:	Enrique Ostalé	Miembro desde:	2013
GRI 102-23			
Consejeros:	Adolfo Cerezo*		2012
	Ernesto Cervera*		2014
	Kirsten Evans		2018
	Lori Flees		2016
	Guilherme Loureiro		2016
	Roberto Newell*		2014
	Chris Nicholas		2019
	Eric Pérez-Grovas *		2018
	Blanca Treviño*		2006

Miembros al 31 de diciembre de 2019

GRI 405-1

* Consejeros independientes



Composición y periodicidad

GRI 102-24, 102-28

- Está integrado únicamente por consejeros propietarios.
- Los miembros son nombrados cada año por los accionistas en la Asamblea General Anual Ordinaria de la Sociedad.
- Los consejeros independientes deben representar cuando menos el 25% del total de consejeros, al 31 de diciembre de 2019, el 50% de los consejeros son independientes
- La minoría de accionistas, cuyas acciones representen cuando menos 10% de las acciones del capital social de la Sociedad, tienen el derecho de designar y revocar a un miembro del Consejo de Administración. La designación que hagan sólo podrá removerse cuando los demás miembros del Consejo de Administración sean revocados.
- Actualmente el 29.49 % de las acciones de la Sociedad circulan entre el público inversionista.
- La participación de funcionarios de la Sociedad y sus subsidiarias está limitada, únicamente a la del Presidente Ejecutivo y Director General.
- El Consejo de Administración se reúne por lo menos cuatro veces al año, durante 2019 se reunieron en siete ocasiones. El promedio de asistencia a las reuniones fue de 81.82%.

Otras prácticas:

- Los consejeros independientes tienen experiencia en el giro principal y las áreas estratégicas de la empresa.
- El Consejo tiene acceso a asesores independientes.
- El Presidente del Consejo actúa como secretario y no preside los Comités del Consejo.



30%

de los miembros son mujeres



50%

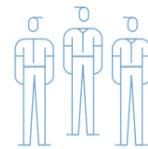
de los miembros son independientes



El Consejo de Administración apoya su gestión en dos 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 logre la mayor creación de valor para los accionistas y terceros interesados.

Principales responsabilidades del Consejo de Administración:

GRI 102-26, 102-27, 102-29



Elegir al Presidente Ejecutivo y Director General



Funcionar como asesor/ consejero de la alta dirección de la empresa



Vigilar la gestión y conducción de la Sociedad y sus subsidiarias



Promover que la estrategia general esté alineada a los principios de Responsabilidad Corporativa de la empresa



Aprobar las políticas de información y comunicación con los accionistas y el mercado



Trabajar con la Dirección General para desarrollar las estrategias generales de la Sociedad y de sus subsidiarias

Enrique Ostalé

Vicepresidente ejecutivo, presidente y director general de Walmart América Latina, Reino Unido y África, así como presidente del consejo de administración de Walmart México y Centroamérica, y Walmart Chile.

Estudió una Ingeniería Comercial, con Especialidad en Administración de Empresas en la Universidad Adolfo Ibáñez en Chile y una Maestría en Contabilidad y Finanzas por la London School of Economics.

Asignado el 24 de febrero de 2016.

Enrique Ostalé asumió su función extendida en febrero de 2016 después de haber sido presidente y director general de Walmart México, Centroamérica y América Latina. De 2006 a febrero de 2013, Enrique se desempeñó como presidente y director general de Walmart Chile. Su experiencia en este último puesto incluyó su liderazgo en la exitosa transición de la cadena D&S, adquirida por Walmart Stores Inc. en 2009, a la actual Walmart Chile. Parte de su trabajo consistió en imprimir el sello de la cultura corporativa de Walmart en la organización, adoptando, junto con su equipo, la misión de “ayudar a las personas a ahorrar dinero para que puedan vivir mejor” e incorporando la promoción de la sustentabilidad como uno de los pilares operativos del negocio.

Ostalé se unió a D&S en 1989, sirviendo inicialmente como gerente de la división financiera, luego la división de compras y posteriormente como gerente de su formato Lider antes de convertirse en su director financiero. En el año 2000, dejó la empresa para ser el director general de Emol, el servicio en línea del periódico El Mercurio. Entre 2002 y 2006, fue decano de la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez antes de volver a D&S como gerente general, presidente y director general.

En 2012, recibió el premio Ejecutivo del año otorgado por Ernst & Young y el diario El Mercurio.

Adolfo Cerezo

Estudió Ingeniería Química en la Universidad Nacional Autónoma de México y tiene una Maestría en Administración de Empresas por la Escuela de Negocios del IPADE. También ha estudiado cursos de posgrado en el Future Research Center de University of Southern California y en Harvard Business School.

Trabajó para TELMEX como Director Financiero desde 1991 hasta agosto de 2011, cuando se retiró. Antes de este puesto, tuvo varios cargos desde que se unió a TELMEX en 1978, incluyendo Tesorero y Gerente de Análisis Financiero.

Ha sido miembro del Consejo de Administración de Banco Inbursa, miembro del Comité Ejecutivo de todas las subsidiarias de TELMEX, Consultor del Banco Mundial, Presidente del Comité de Emisores de la Bolsa Mexicana de Valores, Profesor de Enseñanza en los cursos de maestría del Instituto Politécnico Nacional y conferencista en diversos foros de finanzas y telecomunicaciones.

Ernesto Cervera

Director General y co-fundador de GEA desde 1990. Economista del ITAM (1984), su tesis de licenciatura recibió el primer lugar en el Premio Tlacaelel de Consultoría, otorgado por International Consultants, y los honores del Premio Nacional de Economía Banamex.

En 1986 recibió su Maestría en Economía y en 1988 presentó su candidatura al doctorado en la UCLA. En 1987-1988 se le concedió la Beca Sloan para la investigación sobre comercio exterior.

Desde enero de 2006 hasta la fecha, es Director General del Grupo de Economistas y Asociados (GEA), firma en la que es socio-consultor desde 1990, y donde ha participado en más de 200 proyectos de consultoría.

Kirsten S. Evans

Vicepresidente Ejecutiva de Mercadotecnia de Walmart Canada. Kirsten es responsable de dirigir la estrategia de mercadotecnia de Walmart Canada y Walmart Media Group, junto con la unidad de negocios de Servicios Financieros.

Antes de su asignación internacional, Kirsten fue Vicepresidente Senior de Mercadotecnia Corporativo en Walmart US, donde fue responsable de la marca Walmart y las estrategias de medios, así como de apoyar iniciativas estratégicas de Compras y crecimiento de los canales omnichanales. Kirsten participó activamente en la integración de los equipos de marketing de Walmart para mejorar la experiencia del cliente y ganar escala en un entorno de venta minorista siempre cambiante.

Kirsten fue nombrada para el programa "Women to Watch 2016" de Ad Age y es miembro ejecutivo fundador del Consejo de Entretenimiento de Walmart, cuya misión es elevar asociaciones y oportunidades con las principales compañías de entretenimiento.

Lori Flees

Vicepresidente Senior y Gerente General de Compras para la Salud y el Bienestar en Sam's Club. En este papel, Lori dirige el negocio de farmacia, óptica y audición (compras y operaciones) en las instalaciones de Sam's Club en EE.UU.

Lori comenzó en Walmart en 2014 como Vicepresidente Senior de Estrategia Corporativa con responsabilidad en Estrategia Corporativa, Planificación y Análisis Financiero Corporativo y Fusiones y Adquisiciones. Lori también estableció la organización y el marco de las asociaciones estratégicas empresariales (incluidos Google y Microsoft) y lanzó la asociación de la empresa de entretenimiento interactivo, JV, con la nueva empresa israelí, Eko.

Antes de unirse a Walmart, Lori pasó 17 años en Bain & Company, donde fue socia de consultoría de estrategia global. Lori comenzó su carrera con puestos en Intel Corporation y General Motors. Lori tiene una licenciatura en sistemas de gestión de Kettering University (antes General Motors Institute) y una maestría en administración de empresas de Harvard Business School.

Guilherme Loureiro

Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart México y Centroamérica desde febrero de 2016. Comenzó su carrera en Walmart en 2012, asumiendo el papel de Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart Brasil en 2013. Trabajó durante más de 20 años para Unilever, desempeñando varios roles en diferentes mercados, incluyendo el de Jefe Global de Fusiones y Adquisiciones, Director General de México, Jefe Global de Estrategia, Presidente de Unilver Ventures y Director Financiero para América.

Guilherme tiene una licenciatura en Administración de Empresas, una maestría y un doctorado en Administración de Empresas por la Universidad Fundação Getulio Vargas en Sao Paulo y ha asistido al TGMP en Harvard.

Roberto Newell

Vicepresidente y Socio Principal del Instituto Mexicano para la Competitividad, A.C., (IMCO), una organización privada e independiente ubicada en la Ciudad de México, cuyo objetivo es analizar y proponer políticas que mejoren la competitividad de México en la economía global. Newell fue el director fundador de IMCO. Durante su tiempo como director general, el Instituto se convirtió en uno de los principales exponentes de la necesidad de una segunda ola de reformas para acelerar el desarrollo económico de México.

Durante 2003, se desempeñó como Subsecretario de Agronegocios en el gobierno federal de México, habiendo trabajado en la misma administración como Director General del Fideicomiso de las Empresas Expropiadas del Sector Azucarero, una sociedad de cartera que operaba los 27 molinos de azúcar que fueron adquiridos por el gobierno de México como parte de un programa de cambio de rumbo para estos molinos de azúcar fallidos.

Entre 1984 y 2001, el Sr. Newell trabajó para McKinsey & Co., Inc. la empresa consultora internacional. Se retiró como director (socio principal) de la empresa. En sus años como consultor, atendió a clientes de toda América Latina, el Caribe y Estados Unidos. Entre sus clientes se encontraban empresas de los sectores financiero y de telecomunicaciones. Newell también prestó servicios a varios gobiernos nacionales en cuestiones de desregulación, privatización y crisis del sector financiero.

Chris Nicholas

Vicepresidente Ejecutivo y Director Financiero de Walmart International. En esta compleja división de las operaciones de Walmart, Chris dirige el equipo de Finanzas Internacionales y tiene responsabilidades comerciales adicionales que incluyen el apalancamiento de proveedores internacionales y análisis de costos.

Chris se incorporó a la empresa en 2018 como Director Financiero Adjunto de Walmart International, donde se asoció con la empresa para dirigir iniciativas estratégicas y financieras clave.

Tiene más de 17 años de experiencia en el sector de la venta minorista y, en la última década, ha desempeñado funciones de liderazgo en Tesco, The Salling Group y, más recientemente, en Grupo Coles, donde ocupó un puesto combinado de Director Financiero y Director de Mercancías, y desempeñó un papel clave en la dirección del negocio de Coles a través de un cambio sin precedentes en la industria de los Supermercados Australianos.

Se graduó de University of Manchester Institute of Science and Technology con una Licenciatura en Ciencias (con honores) en Ciencias de la Administración y es contador público (ACMA). Chris y su esposa, Meagan, tienen dos hijos y viven en el noroeste de Arkansas.

Eric Pérez-Grovas

Cofundador y socio gerente de Jaguar Ventures, un fondo de inversión creado por empresarios mexicanos de comercio electrónico dedicados a invertir en modelos de negocio basados en Internet.

Se graduó con honores de Ingeniería Industrial, especializándose en Finanzas en el Instituto Tecnológico de Monterrey. También tiene una maestría en Administración de Empresas y Administración Pública de Stanford University. Allí, Eric fue elegido copresidente de la Asociación de Estudiantes Latinoamericanos de la Escuela de Negocios y vicepresidente de la Asociación de Estudiantes Mexicanos de Stanford.

Antes de fundar Jaguar, Eric obtuvo experiencia en comercio electrónico a partir de 1999, cuando abrió y dirigió Mercado Libre de México. Desde entonces, se ha desempeñado como director ejecutivo, inversionista y asesor en varias compañías de Internet. Actualmente forma parte de los consejos de sitios como Aventones.com, Gaudena.com, Viajamex.com, Yaxi.mx, Conekta.io o Yogome.com. También brinda apoyo a empresarios como mentor de Endeavor México. Eric Pérez-Grovas trabajó en el departamento de Consultoría Estratégica de las empresas McKinsey & Co. y Bain & Co. En estas empresas, colaboró en varios proyectos de planificación estratégica para empresas de México, Estados Unidos y Sudamérica. Además de su experiencia como consultor.

Blanca Treviño

Co-Fundadora, Presidente y Directora General de Softtek, una compañía global dedicada a ayudar a las organizaciones a evolucionar a través de la tecnología digital. A lo largo de sus 30 años de carrera en Softtek, Blanca ha logrado reconocimiento internacional como promotora de la industria de servicios de TI en y desde países emergentes, y más prominentemente desde México, con el surgimiento del modelo Nearshore.

Ha sido ponente en conferencias para el Foro Económico Mundial, el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo, Kellogg School of Management, Harvard Business School y Fortune. En 2019, WITI incorporó a Blanca al Salón de la Fama de las Mujeres en la Tecnología, y en 2018 recibió el Premio al Liderazgo en la Educación de Educando (anteriormente, Worldfund), por sus contribuciones e influencia para mejorar la educación en México.

Blanca es Vicepresidente del Consejo Empresarial Mexicano, es miembro del Consejo Consultivo de MIT School of Engineering y miembro del consejo de Walmart México, Americas Society and Council of the Americas, Consejo Iberoamericano para la Productividad y la Competitividad, Grupo Lala, la Bolsa Mexicana de Valores, así como de universidades, incluyendo su alma mater, el Tecnológico de Monterrey (ITESM).

Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias

Presidente:	Adolfo Cerezo
Consejeros:	Ernesto Cervera
	Roberto Newell
	Eric Pérez-Grovas
	Blanca Treviño

Lo integran cinco consejeros, todos ellos independientes.

Miembros al 31 de diciembre, 2019
GRI 405-1



Principales responsabilidades:

GRI 102-20, 102-22, 102-36

- Opinar sobre la contratación del auditor externo de la Sociedad y de la determinación de sus honorarios.
- Cerciorarse que el esquema de control interno de la Sociedad y de sus subsidiarias sea adecuado y de que se cumplan las disposiciones contables y legales aplicables, así como revisar las operaciones de la Sociedad y sus de subsidiarias con partes relacionadas.
- Revisar los estados financieros y asegurarse de que reflejan fielmente las condiciones financieras de la Sociedad. 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.

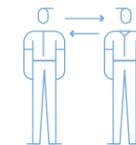
Principales requisitos y prácticas:



Todos los miembros son consejeros independientes, expertos en finanzas



Vigilar que los auditores externos no pueden prestar servicios de consultoría a la Sociedad



Vigilar que se rote periódicamente al socio de la firma de auditores externos que dictamina los estados financieros de la Sociedad

- Disminuir el riesgo de que se lleven a cabo operaciones en condiciones desventajosas para el patrimonio de la Sociedad o que se privilegie 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.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Consejo de Fundación Walmart de México

GRI 102-20, 102-22



Miembros al 31 de diciembre de 2019

GRI 405-1

- Consejeros:**
- Eduardo de la Garza
 - Roberto Delgado Gallart*
 - Jorge Familiar Haro*
 - Julie Gehrki
 - Guilherme Loureiro
 - Kathleen McLaughlin
 - Alberto Sepúlveda
 - Marinela Servitje *
 - José Luis Torres*

- Suplentes:**
- Mariano Fiscella
 - Adriana Velázquez



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

* Consejeros independientes

Evaluación de Riesgos

GRI 102-11, 102-15, 102-30

Walmart de México y Centroamérica realiza una Evaluación de Riesgos con el propósito de identificar y reducir riesgos que pudieran afectar nuestra operación.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Evaluación de Riesgos

GRI 102-11, 102-15, 102-30

Cada año, Servicios Globales de Auditoría lleva a cabo una Evaluación de Riesgos siguiendo la metodología establecida por Walmart Inc., y adaptándola a la realidad de México y Centroamérica.

Factores de Riesgo Externos



Económicos

Mercados financieros, desempleo, fusiones y adquisiciones



Políticos

Cambios gubernamentales/ políticos, legislaciones y reglamentos



Ambientales

Desastres naturales como huracanes, terremotos, calentamiento global



Tecnológicos

Tecnologías emergentes que representan una ventaja o desventaja competitiva



Sociales

Cambios demográficos o comportamientos sociales



De competencia

Condiciones financieras y participación de Mercado de los competidores y nuevos jugadores en el mercado

Factores de Riesgo Internos



Cumplimiento

Con la legislación, reglamentaciones, políticas internas y normatividad



Tecnología

Disponibilidad e integridad de sistemas y datos, desarrollo e implementación



Procesos

Complejidad, nivel de automatización



Personal

Competencias de los asociados(as), fraudes, seguridad e higiene



Infraestructura

Disponibilidad de activos

Además, se toman en cuenta las consideraciones de riesgo que ayudan a definir la magnitud y la probabilidad de pérdidas derivadas de eventos o actividades desfavorables, por ejemplo:

Alteraciones Operativas

Eventos tales como desastres, actos de terrorismo, interrupción de operaciones de los proveedores(as) principales, cambios fallidos en los procesos, fallas de los sistemas, y condiciones climáticas adversas prolongadas.

Impacto o ganancias

Presiones competitivas, condiciones económicas en el mercado, gestión financiera, sustentabilidad del modelo de negocio.

Impacto sobre las iniciativas estratégicas

Cambios de liderazgo, falta de acceso a capital o falta de liquidez, acciones de los competidores, cambios de las condiciones económicas generales, y acciones adversas de gobiernos extranjeros.

Cambios de liderazgo

Resultados por cambios históricos de liderazgo, planes de sucesión, capacitación y desarrollo.

Nivel de automatización

Dependencia del negocio de los sistemas y la tecnología, credibilidad histórica, capacidad de regresar a las alternativas manuales y el índice de adopción de tecnología emergente por parte de la organización.

Inteligencia del Cliente

Preocupaciones expresadas por los líderes empresariales y tecnológicos.

Requisitos de cumplimiento

La habilidad de la organización para cumplir con leyes, regulaciones y políticas, frecuencia con la que se presentan actos fraudulentos, ilegales o de falta de ética, leyes cambiantes, pasivos y litigios recurrentes, productos o manejos inseguros, etc.

Cambios en los procesos

La madurez de los procesos dentro de la organización, administración del cambio de procesos, funciones de aseguramiento de calidad, experiencia de los dueños de procesos, documentación de procesos.

Resultados históricos de auditoría

Problemas identificados durante procesos de auditoría previos que son importantes para el grupo o componente susceptible de auditoría, tónica de la administración, estatus de los esfuerzos de remediación.

Otras evaluaciones de riesgos

Resultados de las evaluaciones realizadas interna y externamente que son importantes para los grupos y componentes susceptibles de ser auditados.

Percepciones de los EGF

Los Equipos Globales Funcionales proporcionan guía en forma de cuestionarios, boletines informativos, juntas interactivas, etc.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

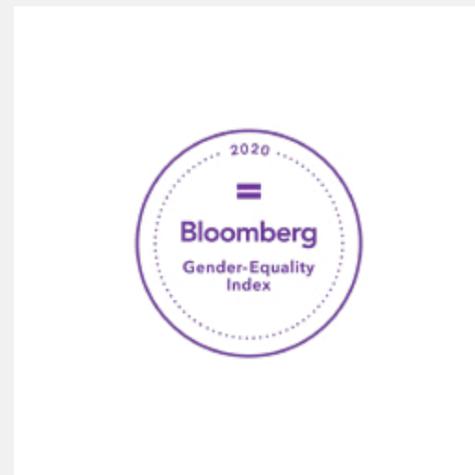
Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Índices, reconocimientos y rankings

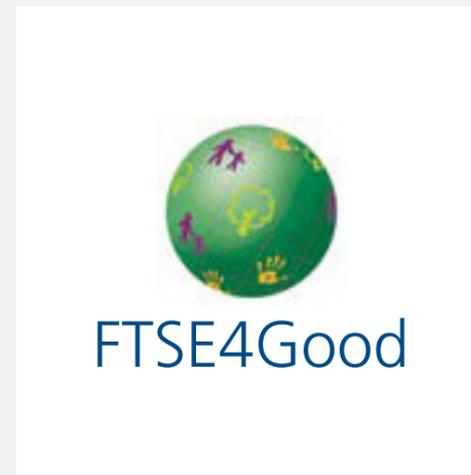
Como muestra de nuestro compromiso con hacer lo correcto y atender los temas ambientales, sociales y económicos, en 2019 continuamos formando parte de diversos índices y acreedores a múltiples distintivos.

Índices



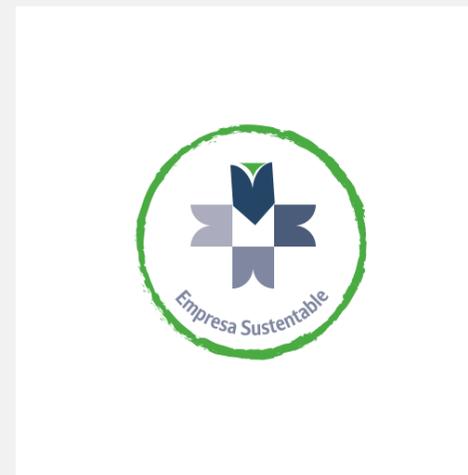
Bloomberg

Integrante del Índice Bloomberg de Equidad de Género, por 3.º año consecutivo.



FTSE4Good

Integrante de FTSE4Good Emerging Index por 4.º año consecutivo.



IPC Sustentable

Integrante del IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores, por 8.º año consecutivo.



Reconocimientos en México



A



B



C



D



E



F

A Empresa Socialmente Responsable

- Distintivo Empresa Socialmente Responsable, otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía, por 19.º año consecutivo.

B Merca 2.0

- Reconocimiento Las 50 líderes de Mercadotecnia otorgado a Ivonne Montiel Vicepresidenta de Mercadotecnia Walmart de México.
- Reconocimiento Los 50 CMO's más influyentes para 2020 otorgado a Liliana Iñigo Vicepresidenta de Mercadotecnia de México.

C Mundo Ejecutivo

- Reconocimiento Los 30 mejores directores de Recursos Humanos otorgado a Eduardo de la Garza, Vicepresidente Senior de Recursos Humanos de Walmart de México y Centroamérica.
- Reconocimiento Los 25 CMOs otorgado a Mauricio Arnábar CMO de Walmart de México y Centroamérica.
- Reconocimiento Los 25 mejores CFOs en México otorgado a Olga González, Vicepresidenta Senior y CFO de Walmart de México y Centroamérica.

D Hispanic IT Executive Council (HITEC)

- Reconocimiento HITEC 50 otorgado a Alonso Yañez, Vicepresidente de Sistemas de Walmart de México y Centroamérica.

E InformaBTL

- Reconocimiento 20 mujeres líderes BTL otorgado a Lilia Jaime, Vicepresidenta de Operaciones de Bodega Aurrera, en el cual se reconoce a las mujeres líderes en la industria, su trayectoria y nivel de importancia.

F Tops México

- Reconocimiento Las mejores empresas socialmente responsables en México, distintivo diamante otorgado por buenas prácticas en materia social, ambiental y de gobierno corporativo.

Reconocimientos en México



G Líderes Mexicanos

- Reconocimiento Los 300 líderes más influyentes de México otorgado a Guilherme Loureiro, Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart de México y Centroamérica.

H Premio Éntrale 2019

- Reconocimiento Premio Éntrale 2019, por la creación de ambientes incluyentes.



I Selecciones, Reader's Digest

- Reconocimiento Marca de Confianza 2019 otorgado por Selecciones, Reader's Digest.

J IT Masters Mag (Netmedia Research)

- Reconocimiento Las empresas más innovadoras otorgado por la revista IT Masters Mag (Netmedia Research).



K Alto Nivel

- Reconocimiento 31 mercadólogos de élite, otorgado a Liliana Iñigo Vicepresidenta de Mercadotecnia de Walmart de México.

L 2020 Women on Boards y Women Corporate Directors

- Reconocimiento Empresas con mayor participación de mujeres en el Consejo de Administración, otorgado por 2020 Women on Boards y Women Corporate Directors.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

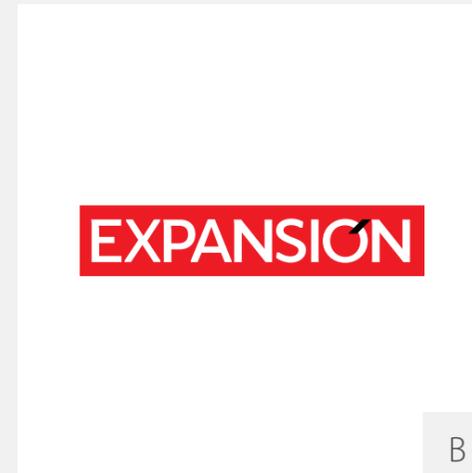
Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad



Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Rankings en México

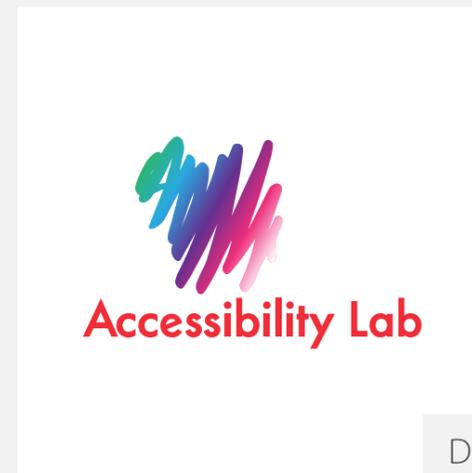
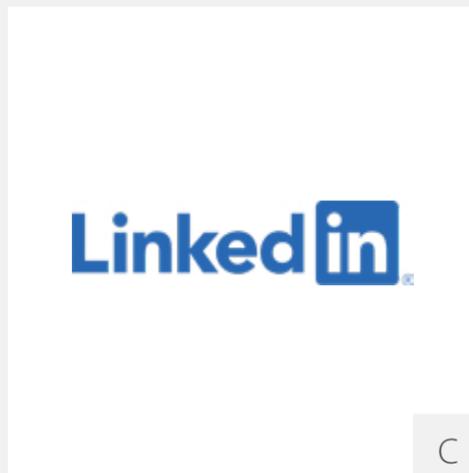


A Merco

- 2.º en las 100 empresas con mejor reputación corporativa en México.
- 3.º en las 100 empresas con mejor Responsabilidad y Gobierno Corporativo.

B Expansión

- 8.º en Súper Empresas 2019.
- 3.º en las 500 empresas más importantes de México.
- Top 10 en las empresas más importantes del país.



C LinkedIn Top Companies

- 2.º en las 25 empresas donde los mexicanos quieren trabajar.

D Accesibilidad Lab

- 1.º en alto nivel de accesibilidad en el uso de las páginas web.



E Mundo Ejecutivo

- 2.º en las 50 empleadoras más importantes del país.
- 6.º en las 50 empresas más innovadoras.

F Nielsen

- 3.º en el consumidor LGBT+ Mexicano.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

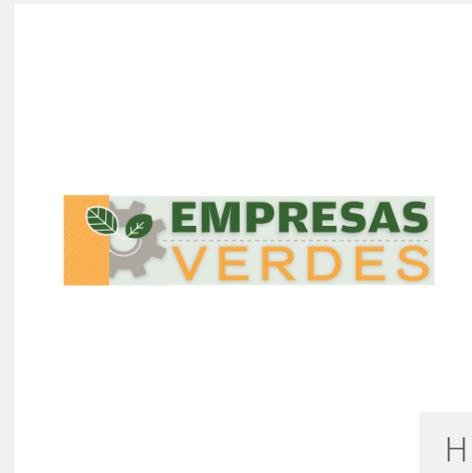
Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Rankings en México



G



H

G Merca 2.0

- 6.º en las 500 marcas con mayor dominio digital.

H Las Empresas Verdes

- 6.º en buenas prácticas de eficiencia y sustentabilidad.



I



J

I Capital Finance International

- 1.º en mejor equipo de Responsabilidad Corporativa en México.

J América Economía

- 6.º en las 500 empresas más importantes de América Latina.



K

K IPSOS

- 8.º en las 100 marcas más influyentes.

Reconocimientos en Centroamérica



A



B

A Ministerio de Trabajo y Centrarse

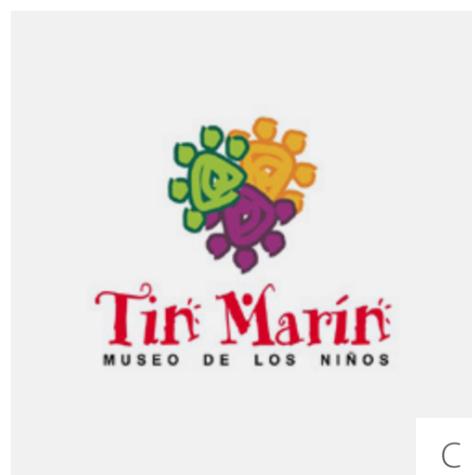
GUATEMALA

- Reconocimiento como Empresa Inclusiva, en la categoría Empresa Grande, otorgado por el Ministerio de Trabajo y Centrarse.

B Fundación Empresarial para la Acción Social, FUNDEMÁS y Grupo Cerca

EL SALVADOR

- Premio La Huella RSE por el programa de Empoderamiento de la Mujer “Mi Primer Empleo en Walmart” otorgado por la Fundación Empresarial para la Acción Social, FUNDEMÁS y Grupo Cerca



C



D

C Museo de los niños Tin Marín

EL SALVADOR

- Reconocimiento por 20 años de apoyo a la educación de la niñez salvadoreña a través de la exhibición El Súper, otorgado por el Museo de los niños Tin Marín.

D FUSALMO

EL SALVADOR

- Reconocimiento por el aporte a la educación integral de 5 mil niños, niñas y jóvenes de El Salvador, otorgado por FUSALMO.



E



F

E Banco de Alimentos de El Salvador

EL SALVADOR

- Reconocimiento por la contribución en la construcción de instalaciones del Banco de Alimentos de El Salvador.

F Consejo Hondureño de la Empresa Privada (Cohep), Global Communities y el Club Rotario Tegucigalpa Sur

HONDURAS

- Premio Construyendo un Mundo Mejor, otorgado por el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (Cohep), Global Communities y el Club Rotario Tegucigalpa Sur.

Reconocimientos en Centroamérica



G **Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (Fundahrse)**

HONDURAS

- Sello de Empresa Socialmente Responsable por 12.º año consecutivo, otorgado por Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial FUNDAHRSE (Honduras).

H **Tecoloco**

HONDURAS

- Reconocimiento por ser la empresa más atractiva para trabajar en el sector comercio, otorgado por Tecoloco.



I **Comisión Nicaragüense de Ayuda al Niño con Cáncer (CONANCA)**

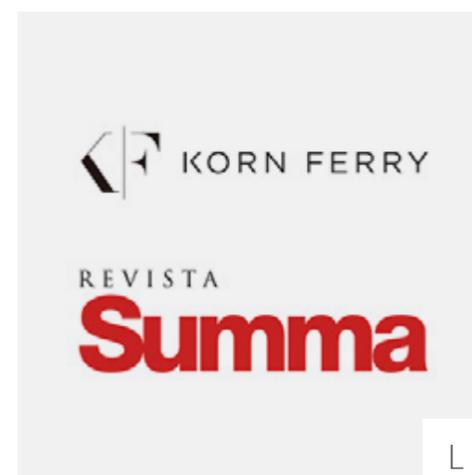
NICARAGUA

- Reconocimiento por la contribución a la campaña de recaudación de fondos 2019, para el tratamiento oncológico de los niños con cáncer, otorgado por la Comisión Nicaragüense de Ayuda al Niño con Cáncer.

J **Fundación El Maná**

NICARAGUA

- Reconocimiento por la colaboración en la Primera Campaña de Recolecta de Alimentos, otorgado por la Fundación El Maná.
- Reconocimiento por el aporte de donación para remodelar y establecer la sede del Programa Banco de Alimentos de Nicaragua, otorgado por la Fundación El Maná.



K **Fundación Yo Puedo y Vos**

COSTA RICA

- Reconocimiento por los compromisos mostrados en los procesos de inclusión e inserción de personas con Síndrome de Down, otorgado por la Fundación Yo Puedo y Vos.

L **Summa y Korn Ferry**

COSTA RICA

- Reconocimiento como empresa líder en Cultura, Aprendizaje y Sostenibilidad en Costa Rica, otorgado por Summa y Korn Ferry.

Reconocimientos en Centroamérica



M



N

M Revista Vida y Éxito

COSTA RICA

- Reconocimiento por promover el consumo responsable y sostenible, otorgado por la revista Vida y Éxito.
- Reconocimiento por la labor en temas de inclusión y diversidad corporativa, otorgado por la revista Vida y éxito.

N Costa Rica Incluye

COSTA RICA

- Reconocimiento Contratación Inclusiva, otorgado por Costa Rica Incluye.
- Reconocimiento Comunidad e Inclusión, otorgado por Costa Rica Incluye.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Índice de contenidos **GRI**

Estándares GRI

Este informe 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, por lo que “Este informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Exhaustiva”.

Alcance

Este informe plasma el desempeño de todos los formatos de negocio de Walmart de México y Centroamérica en los 6 países donde operamos, en la misma línea, la cobertura incluye la operación de nuestras unidades, centros de distribución y oficinas.

Periodo

La información incluida en este reporte, corresponde al periodo comprendido del 1° de enero al 31 de diciembre de 2019. Los objetivos de la Estrategia de Responsabilidad Corporativa “Valor Compartido” establecidos por Walmart de México y Centroamérica apoyan los Objetivos del Desarrollo Sostenible para contribuir a mejorar la región equitativamente al 2030.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa **2019**

Índice de Contenido GRI

Contenido	Descripción	Páginas	Verificación	Principio del Pacto Mundial de Naciones Unidas	ODS
GRI 101: FUNDAMENTOS 2016					
GRI 102: CONTENIDOS GENERALES 2016					
1. Perfil de la organización					
102-1	Nombre de la organización	Walmart de México y Centroamérica			
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	https://www.walmex.mx/quienes-somos/#about-us			
102-3	Ubicación de la sede	Ciudad de México, México			
102-4	Ubicación de las operaciones	https://www.walmex.mx/quienes-somos/#about-us			
102-5	Propiedad y forma jurídica	Pag. 225			
102-6	Mercados servidos	https://www.walmex.mx/quienes-somos/#about-us			
102-7	Tamaño de la organización	https://www.walmex.mx/quienes-somos/#about-us Pag. 87			
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	Pag. 56-81,87			
102-9	Cadena de suministro	Pag. 19-20,120-141			
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Eventos relevantes			
102-11	Principio o enfoque de precaución	Pag. 103,187-190			
102-12	Iniciativas externas	Pag. 32,142-151			
102-13	Afiliación a asociaciones	https://www.walmartmexico.com/responsabilidad-corporativa/gobierno-corporativo			
2. Estrategia					
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Pag. 5-13			7 y 8
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	Pag. 23-33,103-105,115,126,187-190			
3. Ética e integridad					
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	https://cdn.corporate.walmart.com/75/10/9ab9790249f9a003a9894835e112/declaracion-de-etica.pdf Pag. 25			
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Pag. 155-176			
4. Gobernanza					
102-18	Estructura de gobernanza	Pag. 177-186			
102-19	Delegación de autoridad	Pag. 29			
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	Pag. 29,185-186			
102-21	"Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales"	https://files.walmex.mx/assets/files/Responsabilidad-Social/2018/Walmex_Materiality_2018.pdf			
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Pag. 29,178,185-186			
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	Pag.178			
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Pag. 178			
102-25	Conflictos de intereses	Pag. 225,241			
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	Pag. 179			
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	Pag. 179			
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	Pag. 178			
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	Pag. 30, 179			
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	Pag. 30, 187-190			
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	Pag. 23-33			
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	El Comité de Responsabilidad Corporativa participa activamente en la definición del contenido del Informe Anual.			8, 5, 3. 12 y 13
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	https://www.walmex.mx/gobierno-corporativo/consejo-de-administracion/			
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	https://www.walmex.mx/gobierno-corporativo/consejo-de-administracion/			
102-35	Políticas de remuneración	Pag. 242 Remuneraciones a principales funcionarios			

102-36	Proceso para determinar la remuneración	Pag. 185
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	https://www.walmex.mx/gobierno-corporativo/consejo-de-administracion/
102-38	Ratio de compensación total anual	https://www.walmex.mx/gobierno-corporativo/consejo-de-administracion/
102-39	Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual	Cumplimiento con la legislación laboral aplicable.
5. Participación de los grupos de interés		
102-40	Lista de grupos de interés	Pag. 24
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	Pag. 70
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Pag. 24
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Pag. 24
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	Análisis de Materialidad.pdf
6. Prácticas para la elaboración de informes		
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Pag. 92-93
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	Pag. 27-28
102-47	Lista de temas materiales	Pag. 27-28
102-48	Reexpresión de la información	Pag. 92-93
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No hubo cambios
102-50	Periodo objeto del informe	Pag. 199
102-51	Fecha del último informe	El último informe fue publicado en 2019 con información de 2018
102-52	Ciclo de elaboración de informes	La información de este reporte anual Integrado comprende el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2019 y corresponde a las operaciones de Walmart de México y Centroamérica.
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Pag. 261
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Pag. 199
102-55	Índice de contenidos GRI	Pag. 200
102-56	Verificación externa	Pag. 251
GRI 201: Desempeño económico 2016		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016		
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 83-90
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 83-90
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 83-90
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Pag. 83
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Pag. 103-105
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Pag. 71-74
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	No disponible
GRI 202: Presencia en el mercado 2016		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016		
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 55
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 55
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 55
202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	Pag. 70,81 Nuestro tabulador general del nivel mínimo se ubica 15% por encima del promedio del salario mínimo en México.
202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	En México el 98.8% de la alta dirección tiene nacionalidad mexicana, en Centroamérica el 99.97% tiene nacionalidad centroamericana.

GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 23-25		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 23-25		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 23-25		
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Pag. 23-25		
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Pag. 23-25, 58, 74		

GRI 204: Prácticas de adquisición 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 120-141		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 120-141		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 120-141		
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Pag. 120-141 En México proveedor local es aquel que distribuye su producto o servicio en su estado o región de origen. En Centroamérica proveedor local es aquel que distribuye su producto o servicio en el país de origen.		

GRI 205: Anticorrupción 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 162		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 162		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 162		Principio 10
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Pag. 162		
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Pag. 162		
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Pag. 243 Informe de los Auditores Independientes Nota 14, inciso C Procedimientos Legales.		

GRI 206: Competencia desleal 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 176		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 176		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 176		
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Pag. 176		

GRI 301: Materiales 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 106-109		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 106-109		2, 6 y 12
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 106-109		

		Total de Materiales consumidos (kg)	México	Centroamérica		
		No renovables				
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	Diésel	4,928,419	1,059,033		
		Gas LP	30,639,289	2,084,487		
		Químicos (lt)	3,945,423	529,182		
		Plástico (bolsas, playo, sacos, lonas, cajas, charolas, tarimas, etc)	415,929,789	3,309,677		
		Renovables				
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	Papel bond (impresiones, TAB)	7,617,162	235,223		
		Papel sanitario	1,802,000	444,958		
		Madera	272,644			
		Cartón	17,471,780			
301-2	Insumos reciclados	Pag. 111				
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	Pag. 109				
GRI 302: Energía 2016						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016						
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 99-100				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 99-100				7 y 9
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 99-100				
302-1	Consumo energético dentro de la organización	Pag. 99-100 Los datos de consumo de electricidad se obtienen del reporte de consumo que nos envía Comisión de Electricidad de la región y; los permisionarios de energía renovable mensualmente. Los consumos de combustibles se obtienen de los montos facturados que aparecen en SAP y se dividen entre el precio mensual vigente del combustible en cada estado. El factor de conversión de kWh a GJ es de 0.0036 GJ/kWh				
302-2	Consumo energético fuera de la organización	Pag. 99-100				
302-3	Intensidad energética	Pag. 99-100				
302-4	Reducción del consumo energético	Pag. 99-100 Los datos de consumo de electricidad se obtienen del reporte de consumo que nos envía Comisión de Electricidad de la región y; los permisionarios de energía renovable mensualmente. Los consumos de combustibles se obtienen de los montos facturados que aparecen en SAP y se dividen entre el precio mensual vigente del combustible en cada estado. El factor de conversión de kWh a GJ es de 0.0036 GJ/kWh				
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	No aplica debido a que la compañía no manufactura productos				
GRI 303: Agua 2016						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016						
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 114-116				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 114-116				Principio 8 y 9
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 114-116				
303-1	Interacciones con el agua como recurso compartido	Pag. 114 Metodología de cálculo para reportes de consumo y distribución de agua Cálculo de consumo de agua total compañía La metodología de cálculo de consumos de agua, está basada en la obtención de un factor de consumo específico para cada formato, el cual considera los consumos reales de agua de las tiendas y el área de piso de venta (m ² piso de venta) de las mismas para su obtención. Los pasos a seguir para la obtención de este factor son los siguientes: 1) Consolidar en un documento de Excel los datos reales de consumo de las tiendas obtenidos a través de los consumos físicos que envían al área de cuentas por pagar 2) Mediante un análisis de la información, se seleccionan los datos de consumo lógicos en su comportamiento 3) Con esta información se obtiene un factor al dividir los m ² de agua/m ² de piso de venta para cada uno de los formatos 4) Este factor es utilizado para calcular un estimado de consumo de agua al multiplicarlo por los m ² de piso de venta de aquellas tiendas que no cuentan con información de consumos				

303-2	Gestión de los impactos relacionados con la descarga de agua	De acuerdo con los criterios correspondientes nuestro consumo regional no es significativo, por lo que no hay afectaciones a las fuentes de agua por captación.		
303-3	Extracción de agua	Pag. 114		
303-4	Descarga de agua	Pag. 114		
303-5	Consumo de agua	Pag. 114		
GRI 304: Biodiversidad 2016				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 172		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 172		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 172		Principio 8 y 9
304-1	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	Pag. 172		
304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	<p>Pag. 172</p> <p>a) Proyectos en áreas naturales protegidas: No se ejecutaron proyectos en áreas naturales protegidas.</p> <p>b) Proyectos con especies protegidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Superficie impactada Bodega Cabo Miramar (0.012763 km2) - Impactos en la etapa de preparación del sitio y construcción. No se estimaron impactos significativos adversos, ya que de acuerdo a la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, cuando la superficie se encuentra dentro de los Programas de Ordenamiento no se requiere Dictamen Técnico Unificado de la SEMARNAT. Sin embargo; en la ejecución del proyecto se encontraron brotes de 14 individuos de biznagas protegidas, las cuales se conservaron en el predio. • Superficie impactada Mi Bodega Tanquian de Escobedo (0.004900 km2) - Impactos en la etapa de preparación del sitio y construcción. No se estimaron impactos significativos adversos. Se encontraron 9 individuos de cedro blanco que forman parte del proyecto. <p>c) Proyectos con cambio de uso de suelo forestal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Superficie impactada Bodega Las Palmas (0.013013 km2). - La superficie para cambio de uso de suelo comprende únicamente la vegetación compuesta por matorral crasicaule, la cual muestra señales de perturbación y es utilizado como tiradero clandestino de escombros y residuos sólidos lo que provoca que sea un riesgo o foco de infección de las colonias y fraccionamientos colindantes. <p>La empresa promovente, como parte de sus políticas de preservación y cuidado del medio ambiente tiene considerada la construcción, instalación, y puesta en operación de una planta de tratamiento de aguas residuales que tratará el 100% del agua residual del establecimiento. El efluente será utilizado para el riego de las áreas verdes y para alimentar los servicios sanitarios de la tienda contribuyendo de esta manera a optimizar el uso de este recurso natural. De esta manera, las descargas al colector de drenaje municipal serán únicamente de excedentes.</p>		
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	No disponible		
304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	No disponible		
GRI 305: Emisiones 2016				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 94-96		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 94-96		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 94-96		7, 9 y 13
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Pag. 98		
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Pag. 98		
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	<p>Pag. 98</p> <p>Para el cálculo de las emisiones GEI se utiliza la metodología establecida en el Protocolo GEI de 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</p>		
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	Pag. 97		
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	Pag. 96		

			México	Centroamérica	Total
305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	Refrigerante R-22 (kg)	6,378	260.36	6638.36
305-7	Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire	Emisiones NOx	24,774.2	17.137	24,791.3
		Emisiones SOx	647.7	1.128	648.8
		Emisión de partículas PM	1,415.5	0.355	1,415.8
		Emisiones COP	1.97	0	2.0
		Emisiones CAP	0.30	0	0.30
		Emisión de VOC	0.9	0	0.9

GRI 306: Efluentes y residuos 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 106-108				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 106-108				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 106-108				
306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	Pag. 114				
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	Pag. 108				Principio 8 y 9
306-3	Derrames significativos	No se generaron derrames significativos que reportar a la autoridad				2, 6, 14 y 15
306-4	Transporte de residuos peligrosos	907 toneladas				
306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	No se identificaron impactos significativos en cuerpos de agua por vertidos, ya que toda el agua residual se descarga al drenaje municipal, de acuerdo a las normas aplicables.				

GRI 307: Cumplimiento ambiental 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 172				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 172				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 172				
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Pag. 172				

GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 117, 121-130				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 117, 121-130				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 117, 121-130				
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	Pag. 117, 121-130				
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pag. 117, 121-130				

GRI 401: Empleo 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 57				
		Pag. 57, 176				
			México	Centroamérica	Total	
		Total de demandas recibidas	8,474	58	8,532	
		Recibidas de proveedores	1,103	2	1,105	
		Recibidas de asociados	7,371	56	7,427	
		Total de demandas concluidas del año en curso y de años anteriores	7,931	61	7,992	
		De proveedores	650	1	651	
		De asociados	7,281	60	7,341	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes					

401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Pag. 58-62						
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Pag. 72						
401-3	Permiso parental	Pag. 74 Permiso parental 100% de las y los asociados tienen derecho a de permiso de maternidad/paternidad. El 100% de las asociadas en México y el 82% de las asociadas en Centroamérica que utilizaron su permiso por maternidad, se reincorporaron al trabajo después de gozar su licencia.						
GRI 402: Relaciones trabajador-empresa 2016								
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016								
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 176						
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 176						
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 176						
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	Cumplimos con la legislación laboral aplicable						
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018								
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016								
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 159-160						
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 159-160						
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 159-160						
403-1	Sistema de gestión de seguridad y salud laboral	Pag. 159-161	<table border="1"> <thead> <tr> <th>México</th> <th>Centroamérica</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5% asociados en Comités de Salud y Seguridad. 5% asociados en Comisión de Salud y Seguridad CSH.</td> <td>6.44% asociados en Comités de Salud y Seguridad. 6.44% asociados en Comisión de Salud y Seguridad CSH.</td> </tr> </tbody> </table>	México	Centroamérica	5% asociados en Comités de Salud y Seguridad. 5% asociados en Comisión de Salud y Seguridad CSH.	6.44% asociados en Comités de Salud y Seguridad. 6.44% asociados en Comisión de Salud y Seguridad CSH.	
México	Centroamérica							
5% asociados en Comités de Salud y Seguridad. 5% asociados en Comisión de Salud y Seguridad CSH.	6.44% asociados en Comités de Salud y Seguridad. 6.44% asociados en Comisión de Salud y Seguridad CSH.							
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Pag. 159-161						
403-3	Servicios de salud ocupacional	Ir al GRI 403-9 para ver la respuesta						
403-4	Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre salud y seguridad ocupacional	Pag. 159-161 Cumplimos con la legislación laboral.						
403-5	Formación de trabajadores en seguridad y salud laboral	Pag. 160						
403-6	Promoción de la salud del trabajador	Pag. 71-74		3				
403-7	Prevención y mitigación de impactos en seguridad y salud ocupacional vinculado con las relaciones comerciales	Pag. 159-161						
403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud laboral	Pag. 159-161						
403-9	Lesiones relacionadas con el trabajo	En México los tres puestos de trabajo más accidentados son los siguientes: Vendedor de mercancías generales Cajero Auxiliar de protección de activos El análisis está desglosado por tipo de accidente, región del cuerpo afectada y departamento. Para Centroamérica se indica que, 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 baja; y se incluye el análisis correspondiente.						
403-10	Mala salud relacionada con el trabajo (incluyendo víctimas mortales)	Información confidencial						
GRI 404: Formación y enseñanza 2016								
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016								
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 63-70						
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 63-70						
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 63-70						
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	Pag. 63-70 Nivel ejecutivo incluye Vicepresidencia, Dirección, Subdirección y Gerencia. Las horas de capacitación por asociado incluyen: horas de capacitación a asociados activos e inactivos/asociados capacitados activos e inactivos.		4				
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Pag. 63-70						
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	100% de los asociados reciben evaluación periódica de desempeño. En 2019, 115,621 asociados fueron evaluados						

GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 75-81					
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 75-81					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 75-81				5 y 10	
		Asociados por edad	México	Centroamérica	Total		Porcentaje
		Menores o iguales a 25 años	53,541	11,288	64,829		27%
		Entre 26 y 30 años	33,632	10,021	43,653		18%
		Entre 31 y 35 años	25,979	7,131	33,110		14%
		Entre 36 y 40 años	22,079	4,592	26,671		11%
Mayores o igual a 41	64,976	5,733	70,709	30%			
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Pag. 29,75-81,178,185-186					
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Pag. 70, 81 Este indicador fue verificado, sin embargo al momento de la elaboración de este informe decidimos no publicarlo.					

GRI 406: No discriminación 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 75-81				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 75-81				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 75-81			Principio 3 y 6	5 y 10
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	En México, hubo un incremento del 14% de reportes de incidentes a la línea ética.				

GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 70, 121-130				5, 8 y 10
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 70, 121-130				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 70, 121-130				
407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	Pag. 70, 121-130				

GRI 408: Trabajo infantil 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 121-130				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 121-130				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 121-130			Principio 5	5 y 10
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Pag. 121-130				

GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 121-130				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 121-130				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 121-130			Principio 4	5 y 10
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Pag. 121-130				

GRI 410: Prácticas en materia de seguridad 2016

GRI 103: Enfoque de Gestión 2016

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 157				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 157				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 157				
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	Pag. 157				

GRI 411: Derechos de los pueblos indígenas 2016		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016		
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	https://informes.walmart.com/2018/documents/WMIA2019_ESP_Ser_la_cadena_omnicanal_mas_confiable.pdf Pag 182
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	https://informes.walmart.com/2018/documents/WMIA2019_ESP_Ser_la_cadena_omnicanal_mas_confiable.pdf Pag 182
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	https://informes.walmart.com/2018/documents/WMIA2019_ESP_Ser_la_cadena_omnicanal_mas_confiable.pdf Pag 182
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	Cero
GRI 412: Evaluación de derechos humanos 2016		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016		
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 121-130, 157
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 121-130, 157
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 121-130, 157
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	Pag. 121-130, 157
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	Pag. 157
412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	Pag. 121-130, 157
		Principio 1 y 2
GRI 413: Comunidades locales 2016		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016		
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 142-151
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 142-151
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 142-151
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Pag. 142-151 El 100% de nuestras operaciones cuentan con programas de desarrollo comunitario
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales	En México, hubo 403 reclamaciones de impacto social atendidas por el área Apoyo a la Comunidad
		1, 2, 8 y 17
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016		
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 121-130
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 121-130
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 121-130
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Pag. 121-130
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pag. 121-130 Las contribuciones políticas están totalmente prohibidas por la política Anticorrupción de la compañía.
GRI 415: Política pública 2016		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016		
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	http://generadorestudio.com/proyectos/walmart2020/descargas/rs/eng/09_Global_Anticorruption_Policy.pdf
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	http://generadorestudio.com/proyectos/walmart2020/descargas/rs/eng/09_Global_Anticorruption_Policy.pdf
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	http://generadorestudio.com/proyectos/walmart2020/descargas/rs/eng/09_Global_Anticorruption_Policy.pdf
415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	Las contribuciones políticas están totalmente prohibidas por la política Anticorrupción de la compañía.
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016		
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 163-170, 175
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 163-170, 175

103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 163-170, 175			
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Pag. 163-167			
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Incidentes de salud y seguridad			
			México	Centroamérica	Total
		Total de casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	930	17	947
		Con resultado en multa o sanción	300		300
		Con resultado en amonestación	4		4
	Visitas de la autoridad sanitaria y PROFECO	3,823	39	3862	
	Órdenes de retiro	36	6	42	
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016					
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016					
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 48			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 48			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 48			
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Pag. 49			
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Pag. 49			
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Pag. 50			
GRI 418: Privacidad del cliente 2016					
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016					
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 171			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 171			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 171			
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Pag. 171			
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016					
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016					
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Pag. 49			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 49			
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 49			
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Pag. 49			
Indicador Propio. Esto se ha incluido como información adicional y no se identificó como material.					
En México, hubo un incremento del 14% de reportes de incidentes a la línea ética. En caso de confirmarse algún incidente, las medidas a tomar pueden ir desde una sanción disciplinaria hasta la terminación de la relación laboral.					
Cartón recolectado 358,478 toneladas					
Playo Reciclado 38,271 toneladas					

Comentarios y análisis de la administración



El 2019 fue desafiante, nos enfrentamos a un ambiente macroeconómico incierto en toda la región. A pesar de esto, logramos entregar resultados favorables y crear valor compartido para nuestros clientes, asociados, accionistas, comunidades y proveedores.

El año pasado se caracterizó por ser un año de transformación y de inversión. Estamos orgullosos del trabajo de nuestros asociados y del progreso que hemos logrado. Al enfocarnos en nuestras prioridades estratégicas y realizar las inversiones correctas, estamos construyendo un negocio aún más centrado en el cliente y posicionado para crear valor de forma sostenible en el largo plazo.

Información general del negocio

Walmart de México y Centroamérica es una de las cadenas comerciales más importantes de la región.

Al 31 de diciembre de 2019, operamos 3,407 unidades distribuidas en 6 países (Costa Rica, Guatemala, Honduras, El Salvador, México, y Nicaragua), incluyendo tiendas de autoservicio y clubes de precio con membresía.

Sus acciones cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1977; la clave de la pizarra es WALMEX.

Resultados de las operaciones

Nota: Las cifras de Centroamérica se muestran sin efectos de tipo de cambio.

Durante el año, en México los ingresos totales aumentaron 5.7% y en Centroamérica 3.4%, resultando en un crecimiento de 4.9% a nivel consolidado.

El desempeño en ventas continúa siendo impulsado por las ventas a unidades iguales. Durante el 2019, el crecimiento acumulado de dos años de las ventas a unidades iguales fue 11.1% en México y 2.5% en Centroamérica.

Crecimos en todas las regiones en México. Las regiones Norte y Sur tuvieron el mayor crecimiento de ventas a unidades iguales, seguidas por las regiones Centro y Metropolitana, que tuvieron un crecimiento menor debido a la dinámica competitiva y a las condiciones macroeconómicas en esas regiones.

Desempeño por formato

Sam's, ha sido el formato con mayor crecimiento de ventas a unidades iguales en los últimos 4 años. En Sam's estamos enfocados en mejorar la experiencia de nuestros socios. Durante el año, tuvimos el Socio Fest, donde ofrecimos a nuestros socios mercancía de alta calidad a un excelente precio, especialmente en nuestros productos perecederos. Durante el evento, fortalecimos nuestra propuesta de valor para los socios Plus con artículos y precios exclusivos que resultaron en la afiliación de miles de socios nuevos.

Estamos orgullosos del progreso que hemos logrado en Walmart en términos de omnicanalidad. Hemos llevado el liderazgo de nuestros eventos de temporada en tienda al mundo en línea, prueba de esto es el resultado de El Fin Irresistible. También ampliamos el servicio *on-demand* a 60% de nuestras tiendas Walmart, cubriendo 59 ciudades. De esta forma, apalancamos las tiendas para servir a nuestros clientes sin fricciones. Continuaremos profundizando la relación digital con nuestros clientes y así fortaleceremos su lealtad con Walmart aún más.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019



En Superama, durante la temporada pudimos sorprender a nuestros clientes con productos y exhibiciones especiales, enfocados principalmente en las categorías de Perecederos. También estamos habilitando a nuestras tiendas con tecnología, tal como etiquetas de precio electrónicas y cajas de auto-cobro, para mejorar la experiencia de compra y la productividad. Otro ejemplo de avances en tecnología, es el lanzamiento de la nueva aplicación de Superama, que mejoró la conversión y nuestro *Net Promoter Score*.

En Bodega continuamos creciendo y construyendo un negocio omnicanal. En el último trimestre, abrimos 69 unidades nuevas, cerrando el año con 2,035 tiendas. Seguimos fortaleciendo la posición de Bodega como el líder en México en el canal de autoservicios. También abrimos 300 kioscos de catálogo extendido, llevando nuestra propuesta omnicanal de precios bajos a más familias mexicanas. Bodega fue el formato más afectado por el cambio en la distribución de los programas de apoyo social, especialmente en las regiones centro y metropolitana. El equipo está enfocado en reforzar aún más nuestro liderazgo en precios y en operar de forma más eficiente, para continuar impulsando el círculo de productividad.

Desempeño por división y país

Nuestra división principal, Alimentos y Consumibles, tuvo el mayor crecimiento, seguida por Mercancías Generales y Ropa. Desde el principio del año la división de Ropa se vio impactada por retrasos en el flujo de mercancía. Esto ha derivado en mayores liquidaciones para mantener niveles de inventario saludables y poder retomar el crecimiento.

Nuestro equipo comercial ya está capitalizando los beneficios de nuestra nueva forma de trabajar aún más centrada en el cliente y con un pensamiento de punta a punta. Logramos coordinar el evento omnicanal exclusivo de Walmex, El Fin Irresistible, que incluyó un día más de ventas, en un tiempo récord. Durante el evento, nuestros clientes encontraron ofertas increíbles a precios incomparables en todos nuestros formatos. Logramos alcanzar crecimientos de doble dígito, a pesar de una base alta y las ventas de *eCommerce* representaron el 8% del total.

El equipo continúa haciendo esfuerzos para fortalecer nuestra posición en precios. Para apoyar a nuestros clientes más sensibles al precio en este entorno macroeconómico tan desafiante, durante el año ampliamos nuestro diferencial de precios en 20 puntos base.

En Centroamérica, Nicaragua tuvo el mayor crecimiento en ventas a unidades iguales, seguido por Honduras, El Salvador y Guatemala. El desempeño de las ventas en Costa Rica reflejó la dinámica macroeconómica poco favorable de ese país.

Tenemos el compromiso de continuar invirtiendo en Centroamérica, no solo para fortalecer nuestros precios y servir mejor a nuestros clientes, también para habilitar activos estratégicos en la región y continuar ganando en el futuro.

Omnicanal

Sabemos que el mundo está cambiando y la forma de comprar de nuestros clientes también; y nosotros queremos cumplir con sus expectativas.

Creemos que para poder escalar nuestro negocio omnicanal y mejorar la rentabilidad, necesitamos apalancar nuestras fortalezas: nuestras tiendas, el ADN de nuestros mercaderes y nuestra cultura de servicio. En línea con esto, hemos trabajado para traer lo mejor del mundo en línea y el físico para mejorar la experiencia del cliente.

Estamos ofreciendo envíos el mismo día de miles de abarrotes y consumibles y de 12,000 artículos de mercancías generales a través de nuestro servicio *on-demand* en más de 256 tiendas Walmart y Superama.

Hemos incrementado nuestro alcance a nuevos clientes a través de un catálogo extendido, que se compone de nuestra operación 1P y nuestro marketplace, donde hemos seleccionado más de 1,300 vendedores. Nuestros clientes pueden encontrar esta oferta en nuestras plataformas en línea y a través de 894 kioscos dentro de Walmart y Bodega.

Estamos seguros que nuestras tiendas son una ventaja competitiva, y para beneficiarnos de ellas, contamos con 1,115 puntos *pickup*, donde nuestros clientes pueden recoger sus pedidos sin costo adicional.

Durante el año, las ventas en línea crecieron 52%, en comparación con 40% de crecimiento durante 2018, y el GMV creció 61%¹, principalmente impulsado por Abarrotes y Consumibles. *eCommerce* representó el 1.5% del total de las ventas en México y contribuyó 50 puntos base al crecimiento total de ventas.

Nos queda mucho camino por recorrer, pero estamos orgullosos de que nuestros resultados reflejan el progreso que hemos tenido sobre el plan.

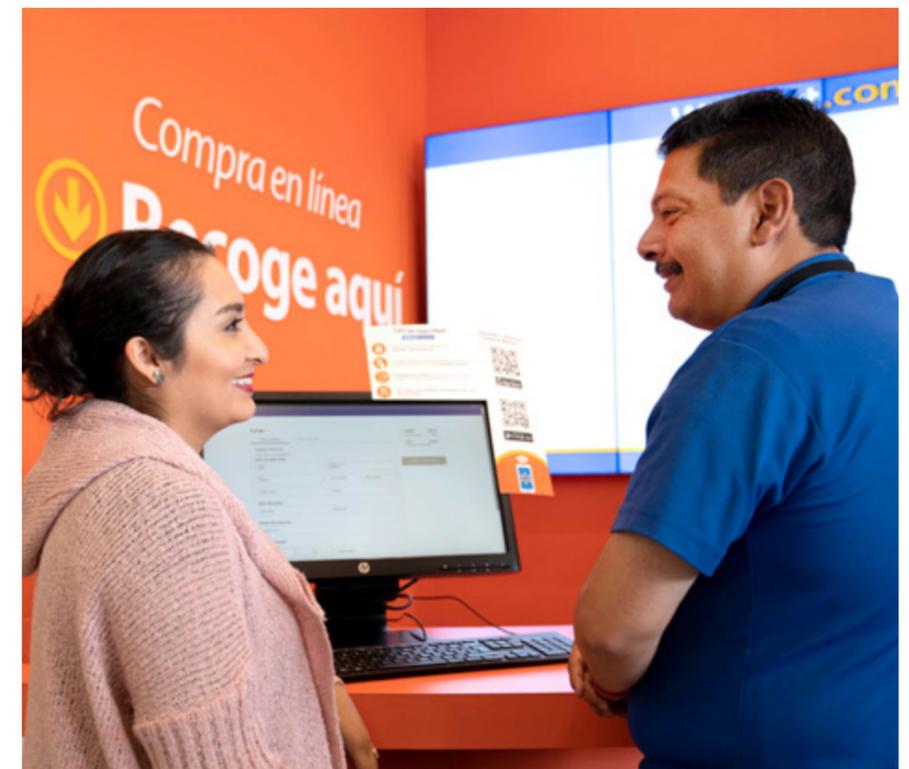
Desempeño respecto al mercado

En 2019, superamos el crecimiento de ANTAD por 90 puntos base. Por cinco años consecutivos, cada trimestre hemos crecido más rápido que nuestra competencia. Hemos capitalizado oportunidades de mercado, pero más importante, hemos mantenido estos incrementos de participación de mercado a través de la lealtad de nuestros clientes, con la entrega constante de nuestra propuesta de valor.

Tiendas nuevas

En el último trimestre del año, abrimos 81 tiendas nuevas: 72 en México y 9 en Centroamérica, lo que compara con 57 aperturas en el 4T18. Seguimos invirtiendo en la región a pesar de un entorno incierto. En el año, abrimos 161 tiendas, el mayor número de aperturas en más de 5 años.

En 2019, la contribución de nuevas tiendas al crecimiento de ventas fue de 1.7%, ligeramente por debajo de la guía debido a que el 50% de las aperturas se realizaron en el cuarto trimestre, y a que la contribución al crecimiento de las tiendas nuevas en Centroamérica fue menor a lo esperado, dada la situación de mercado que enfrentamos.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

¹ El crecimiento de *eCommerce* GMV mencionado excluye las ventas del call center.



Rediseño de la red logística

Este 2019 ha sido un año de inversión, abrimos dos nuevos centros de distribución dedicados a *eCommerce* en Guadalajara y Monterrey, y expandimos el centro de distribución de Coyoacán en Costa Rica. Con esta expansión, este centro de distribución se ha convertido en el más grande de Centroamérica.

Actualmente tres nuevos centros de distribución están en construcción. Uno dedicado a *eCommerce* en México y dos nuevos centros de distribución omnicanales en Mérida y Chihuahua. Esperamos abrir los tres en la primera mitad del 2020.

Temas Ambientales Sociales y de Gobierno Corporativo

Relativo a temas medio-ambientales, sociales y de Gobierno Corporativo, en octubre, lanzamos el Proyecto Gigatón con la meta de reducir de nuestra cadena mil millones de toneladas de emisiones de gases invernadero para el 2030. Nuestros proveedores han sido clave en el éxito de esta iniciativa y todos han sido invitados a ser parte de este esfuerzo.

También lanzamos la segunda edición de Reciclamanía un evento enfocado en crear una cultura de reciclaje entre nuestros clientes.

Estamos trabajando en hacer de la confianza una ventaja competitiva: construyendo confianza en precios bajos, con nuestros asociados y en la forma en la que interactuamos con las comunidades a las que servimos. Creemos que liderar en temas ambientales y sociales es bueno para el negocio, para nuestros accionistas y para los países donde operamos. Vamos a continuar enfocándonos en estos temas en el futuro.

Estamos construyendo las bases para servir mejor a nuestros clientes y fortalecer nuestro negocio.

Sabemos que el próximo año, nos enfrentaremos con retos económicos. Mantendremos el enfoque en nuestras prioridades estratégicas especialmente en crecimiento y productividad al mismo tiempo que preparamos los elementos para un negocio omnicanal más sólido.

Resultados total año

Nota: Para proporcionar a la comunidad de inversionistas mejor visibilidad del desempeño de nuestro negocio, estamos incluyendo una estimación retroactiva del efecto que la adopción de la NIIF 16 hubiera tenido en los resultados financieros de 2018. Estas cifras pro-forma no están auditadas, pero se basan en los resultados auditados reportados en 2018 y fueron ajustados con nuestras mejores estimaciones para mostrar los efectos relacionados a la adopción de la NIIF 16. Las referencias sobre los resultados del año pasado se basan en las cifras pro-forma del 2018.

México

Estamos ante un entorno de crecimiento moderado y una competencia más desafiante; sin embargo, hemos podido generar ahorros y aplicarlos para mejorar nuestra posición de precios y mantener niveles de inventario saludables, mientras crecemos por arriba del mercado y aumentamos la utilidad de operación en mayor medida que los ingresos.

El crecimiento en ventas en 2019 fue 5.7%. Durante el año, los gastos crecieron 3.5%, 220 puntos base por debajo del crecimiento en ventas. Esto es un reflejo de nuestros esfuerzos en productividad y manejo eficiente de gastos. La utilidad bruta creció 5.3% y el margen bruto disminuyó 10 puntos base a 22.6%. Estos esfuerzos derivaron en un aumento de 8.3% en la utilidad de operación y de 8.6% en el EBITDA, para llegar a un margen de EBITDA del 11.4%.



Centroamérica

Nota: Las cifras mencionadas de Centroamérica se refieren a cifras a tipo de cambio comparable.

Los ingresos totales crecieron 3.4%. El margen bruto se mantuvo en 24.2%, gracias a que el equipo logró mantener liderazgo en precios sin comprometer la rentabilidad.

En noviembre alcanzamos un acuerdo entre nuestras subsidiarias en Centroamérica y Walmart Inc. para el pago de regalías de propiedad intelectual. El acuerdo entró en vigor a partir de 2019, pero el cargo anual lo registramos en el cuarto trimestre, afectando los gastos del último trimestre en 1,574 millones de pesos.

A pesar de esto, el negocio continúa dando resultados sólidos. Excluyendo este impacto, los gastos hubieran crecido 2.6%, logrando un apalancamiento de 10 puntos base como resultado de una mayor disciplina operativa que estamos implementando en la región.

La utilidad de operación representó 5.8% sobre los ingresos totales, sin el efecto de las regalías hubiera sido 7.1%, un aumento de 20 puntos base y un crecimiento de 7.1% respecto a 2018. El flujo operativo EBITDA representó 9.1% de los ingresos totales,

excluyendo el efecto de las regalías sería de 10.5%, con un incremento de 50 puntos base y un crecimiento de 7.8% comparado con 2018. A partir del 2020 las regalías serán registradas como gastos de forma trimestral.

Consolidado

En ambas regiones, el equipo tuvo un buen avance en el control de costos y logramos crecer los gastos por debajo del crecimiento de los ingresos totales. Esto nos permitió invertir en precios para continuar ganando la lealtad de nuestros clientes y para mejorar aún más nuestra posición competitiva.

Los ingresos totales crecieron 4.9%, la utilidad bruta aumentó 4.5% a un margen del 22.9%, seguimos construyendo sobre nuestra estrategia financiera. Sin considerar el efecto de las regalías en Centroamérica, apalancamos nuestros gastos en 20 puntos base para realizar inversiones estratégicas en precios, salarios, logística, *eCommerce* y tiendas nuevas. La utilidad de operación representó 8.3% sobre los ingresos totales, sin el efecto de las regalías hubiera sido 8.6%, un aumento de 20 puntos base y un crecimiento de 7.8% respecto a 2018. El EBITDA alcanzó 11.0% de los ingresos totales, sin considerar el efecto de las regalías sería 11.2%, con un incremento de 30 puntos base y un crecimiento de 8.1% comparado con 2018.

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

La distribución de capital está alineada con la estrategia de largo plazo. Durante 2019, realizamos inversiones estratégicas para posicionar mejor nuestro negocio, mientras que continuamos generando retornos.

En línea con la guía que dimos al principio del año, invertimos 20,575 millones de pesos, 14.7% más que en 2018, 40% de la inversión se destinó a la remodelación y el mantenimiento de las tiendas existentes, 28% a la apertura de tiendas nuevas, 20% al rediseño de la red logística, 11% a tecnología e *eCommerce* y 1% a la red de perecederos.

Además, estamos reduciendo nuestra base de gastos implementando tecnología para operar de manera más eficiente y siendo más productivos en nuestras remodelaciones y construcciones. De esta forma liberamos capital para construir bases sólidas.

Nuestra fortaleza financiera reflejada en nuestro balance nos permite entregar resultado de corto plazo, mientras construimos ventajas competitivas estructurales que posicionan a nuestro negocio para el largo plazo.

Cerramos el año con una posición de efectivo de 30,857 millones de pesos, 20.5% menor a la del año pasado debido a un pago de dividendos 41% mayor durante el 2019 comparado vs. 2018.

Los inventarios aumentaron 6.6%, debido principalmente a las 81 aperturas del cuarto trimestre, 24 aperturas más que en el 4T18. La generación de efectivo aumentó 5.4%, mayor al crecimiento de los ingresos totales, alcanzando 63,745 millones de pesos. Después de invertir 20,575 millones de pesos en proyectos de alto retorno, regresamos 35,957 millones de pesos a nuestros accionistas a través de dividendos. Estamos comprometidos en entregar retornos consistentes a nuestros accionistas mientras que invertimos para el futuro.

El 13 de febrero de 2020, el Consejo de Administración de Walmex, acordó recomendar la propuesta a nuestros accionistas para un pago total de dividendos de 1.79 pesos por acción, el cual se compone de un dividendo ordinario de 0.87 pesos por acción y de un dividendo extraordinario de 0.92 pesos por acción.

Esperamos que, en la Asamblea General de Accionistas, que se llevará a cabo el 24 de marzo de 2020, se apruebe la propuesta.

El calendario propuesto para el pago de dividendos queda de la siguiente manera: El dividendo ordinario se distribuirá en tres pagos: el primero de 0.27 pesos por acción en junio, el segundo y tercero de 0.30 pesos por acción en noviembre y diciembre de 2020. El dividendo extraordinario se distribuirá en dos pagos: el primero de 0.45 pesos por acción en noviembre 2020, y el segundo de 0.47 pesos por acción en diciembre de 2020.

Para finalizar, y a manera de resumen los puntos relevantes del 2019 fueron:

- A pesar de un ambiente macroeconómico retador, nuestros estándares operativos y nuestra propuesta de valor nos han permitido crecer por arriba del mercado
- Estamos impulsando mejoras en rentabilidad al mismo tiempo que preparamos nuestra empresa para el futuro
- Estamos seguros que las inversiones que estamos realizando son clave para balancear los resultados en el corto y largo plazo
- Estamos conscientes que el próximo año presentará nuevos retos y todos en Walmex estamos comprometidos para entregar resultados a nuestros clientes y accionistas. A lo largo del tiempo, hemos construido un negocio resiliente, capaz de adaptarse a diferentes ciclos económicos



Informe de los **Comités de Auditoría y Prácticas Societarias**

Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.

**Consejo de Administración de Wal-Mart de México S.A.B. de C.V.
Presente.**

Estimados señores:

En cumplimiento con el artículo 43 de la Ley del Mercado de Valores (“LMV”) y del reglamento interno de los Comités que presido, aprobado por el Consejo de Administración de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. (junto con sus subsidiarias, la “Sociedad”), informamos a ustedes sobre las actividades que llevamos a cabo en el ejercicio social terminado el 31 de diciembre de 2019.

Durante el desarrollo de nuestro trabajo, además de la LMV, hemos tenido presentes las recomendaciones contenidas en el Código de Principios y Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo, emitido por el Consejo Coordinador Empresarial, A.C., el Código de Ética de la Sociedad, el Reglamento General Interior de la Bolsa Mexicana de Valores y las disposiciones generales que se derivan de la LMV.

Para cumplir con nuestro proceso de vigilancia, los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias llevaron a cabo reuniones ordinarias trimestrales, para analizar el panorama general sobre los temas más importantes en aspectos financieros, contables, legales, operativos y éticos de la Sociedad, complementado con nuestra participación en las reuniones, a lo largo del año, con la Dirección General y las áreas de Finanzas y Legal, así como por los informes y reportes proporcionados por los principales funcionarios de la Sociedad a solicitud nuestra, destacando lo siguiente:

I. En materia de Prácticas Societarias, fuimos informados por la administración de la Sociedad, no teniendo observación alguna, sobre:

- a)** Los procesos para la evaluación del desempeño de los directivos relevantes.
- b)** Las operaciones con personas relacionadas, durante el ejercicio que se informa, detallando las características de las operaciones significativas y su correspondiente estudio de precios de transferencia, cuyos conceptos son mencionados en la nota 12 de los Estados Financieros.

- c)** De la actualización del plan de compensaciones 2019, dentro del cual se incluye el nuevo plan de acciones de la Sociedad para empleados de sus subsidiarias y sus sociedades relacionadas.
- d)** 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 LMV.
- e)** Durante el ejercicio 2019, la administración de la Sociedad nos comunicó que, fue informado por su accionista mayoritario, Walmart Inc., que éste última llegó a un acuerdo global con el Departamento de Justicia y con la Comisión de Bolsa y Valores de los Estados Unidos, dando fin a una investigación de siete años en materia de Foreign Corrupt Practices Act, tal como se explica a detalle en la nota 14 inciso c) de los estados financieros de la Sociedad y en la nota a sus accionistas y al público inversionista en general el 20 de junio de 2019.

II. En Materia de Auditoría:

- a)** Analizamos el estado que guarda el sistema de control interno de la Sociedad, siendo informados con detalle de los programas y desarrollo del trabajo de auditoría interna y de auditoría externa.
- b)** Asimismo, revisamos los principales aspectos que requieren mejoría y dimos seguimiento de las medidas preventivas y correctivas implantadas por la administración. Por lo anterior, en nuestra opinión, se cumple con la efectividad requerida para que la Sociedad opere en un ambiente adecuado de control.
- c)** 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 éstos con las Normas Internacionales de Información

Financiera. Al respecto, consideramos que los socios de la firma Mancera, S.C. (Integrante de EY Global) cumplen con los requisitos necesarios de calidad profesional. Adicionalmente, y previo al inicio de los servicios evaluamos los requisitos de 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 la Sociedad.

- d) Fuimos informados de los servicios adicionales o complementarios que los citados auditores prestaron a la Sociedad en el año 2019, considerando que la prestación de los mismos, no desvirtuó su independencia, ni fueron sustanciales.
- e) Se revisaron los estados financieros trimestrales y anual de la Sociedad y recomendamos, en su momento, la aprobación de los mismos por parte del Consejo de Administración, para su posterior publicación.
- f) Fuimos informados sobre las políticas contables aprobadas y aplicadas durante el ejercicio 2019 y sus modificaciones, destacando la información relacionada con los impactos estimados a los estados financieros por la aplicación, a partir del 1º de enero de 2019, de la norma "IFRS 16" Arrendamientos.
- g) 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.
- h) Se dio seguimiento a los acuerdos de las asambleas de accionistas y del consejo de administración de la sociedad.
- i) Tuvimos conocimiento de los avances del plan de inversiones y de los impactos financieros por los contratos de energía que actualmente tiene celebrados la Sociedad.

- j) Fuimos informados sobre las contingencias legales a que está expuesta la Sociedad, que se encuentran reconocidas en los estados financieros con base en su probabilidad de ocurrencia.
- k) Fuimos informados sobre el avance en materia de seguridad cibernética.
- l) Por último, se nos informó periódicamente de la situación que guarda la Sociedad en materia de Ética y de Cumplimiento y las medias adoptadas por la Sociedad para reforzar estos aspectos.

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 general anual ordinaria de accionistas, los estados financieros de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias, por el año fiscal terminado el 31 de diciembre de 2019.

Atentamente,



Ing. Adolfo Cerezo.

Presidente de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias.

Ciudad de México, a 13 de febrero de 2020.

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

Estados financieros consolidados

Al 31 de diciembre de 2019 y 2018

Contenido:

Informe de los auditores independientes

Estados financieros consolidados:

Estados de resultados integrales

Estados de situación financiera

Estados de cambios en el capital contable

Estados de flujos de efectivo

Notas sobre los estados financieros



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Informe de los **Audidores Independientes**

**A los Accionistas de
Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.**

Opinión

Hemos auditado los estados financieros consolidados adjuntos de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias (en adelante “la Compañía”), que comprenden el estado consolidado de situación financiera al 31 de diciembre de 2019, el estado consolidado de resultados integral, el estado consolidado de cambios en el capital contable y el estado consolidado de flujos de efectivo correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha, así como las notas explicativas de los estados financieros consolidados que incluyen un resumen de las políticas contables significativas.

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 2019, así como sus resultados y sus flujos de efectivo consolidados correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría (“NIA”). Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección “Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros consolidados” de nuestro informe. Somos independientes de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias de conformidad con el Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores (“Código de Ética del IESBA”), junto con los requerimientos de ética que son aplicables a nuestra auditoría de los estados financieros consolidados en México por el Código de Ética Profesional del Instituto Mexicano de Contadores Públicos (“Código de Ética del IMCP”), y hemos cumplido las demás responsabilidades de ética de conformidad con esos requerimientos y con el Código de Ética de IESBA.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Asuntos clave de la auditoría

Los asuntos clave de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido los más significativos en nuestra auditoría de los estados financieros consolidados del periodo actual. Estos asuntos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de los estados financieros consolidados en su conjunto y en la formación de nuestra opinión sobre estos, y no expresamos una opinión por separado sobre dichos asuntos. Para cada asunto clave de auditoría, describimos cómo se abordó el mismo en el contexto de nuestra auditoría.

Hemos cumplido las responsabilidades descritas en la sección “Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros consolidados” de nuestro informe, incluyendo las relacionadas con los asuntos clave de auditoría. Consecuentemente, nuestra auditoría incluyó la aplicación de procedimientos diseñados a responder a nuestra evaluación de los riesgos de desviación material de los estados financieros consolidados adjuntos. Los resultados de nuestros procedimientos de auditoría, incluyendo los procedimientos aplicados para abordar los asuntos clave de la auditoría descritos más adelante, proporcionan las bases para nuestra opinión de auditoría de los estados financieros consolidados adjuntos.

Arrendamientos

Descripción y por qué se consideró como asunto clave de auditoría

Hemos considerado como un asunto clave de auditoría la contabilización de los inmuebles en arrendamiento, debido a que algunos de los contratos correspondientes incluyen términos específicos o complejos que tienen un impacto significativo en la evaluación de la administración de la Compañía para su reconocimiento inicial y posterior en los estados financieros consolidados, de acuerdo a la Norma Internacional de Información Financiera (NIIF) 16 “Arrendamientos”, vigente a partir del 1 de enero de 2019.

En la Nota 3k. de los estados financieros consolidados adjuntos, se describen la política y los criterios aplicados por la administración de la Compañía para la evaluación y reconocimiento inicial y posterior de los contratos de arrendamiento, incluidos los arrendamientos de inmuebles. En la Nota 2a) se describe el impacto de la adopción de la NIIF 16 en los estados financieros consolidados.

Cómo respondimos al asunto clave de auditoría

Evaluamos el control interno establecido por la Compañía para el reconocimiento inicial y posterior de los arrendamientos, incluidos los arrendamientos de inmuebles, y con base en una muestra selectiva, inspeccionamos los contratos de arrendamiento de inmuebles. También analizamos la razonabilidad de los supuestos utilizados por la administración de la Compañía para la determinación de los plazos de arrendamiento. Involucramos a nuestros especialistas para asistirnos en la evaluación de los supuestos clave de las tasas de descuento utilizadas para reconocer los pasivos por arrendamiento. Evaluamos las revelaciones relacionadas con los arrendamientos y de la adopción de la NIIF 16 en los estados financieros consolidados adjuntos al 31 de diciembre de 2019.

Otra información

La otra información comprende la información financiera y no financiera (distinta de los estados financieros y de nuestro informe de auditoría) incluida en el reporte anual presentado a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores ("CNBV") y en el informe anual a los accionistas de la Compañía por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2019. La Administración de la Compañía es responsable de la otra información. Esperamos disponer de la otra información después de la fecha de este informe de auditoría.

Nuestra opinión sobre los estados financieros consolidados no cubre la otra información y no expresaremos ninguna forma de conclusión que proporcione un grado de seguridad sobre ésta.

En relación con nuestra auditoría de los estados financieros consolidados, nuestra responsabilidad es leer y considerar la otra información que identificamos anteriormente cuando dispongamos de ella y, al hacerlo, considerar si existe una inconsistencia material entre la otra información y los estados financieros consolidados, y/o el conocimiento obtenido por nosotros en la auditoría. Asimismo, consideraremos si parece que existe una desviación material en la otra información por algún otro motivo.

Si concluimos que la otra información contenida en el reporte anual a la CNBV y/o en el informe anual a los accionistas de la Compañía, contiene una desviación material, estamos obligados a comunicar el asunto a los responsables del gobierno corporativo de la Compañía y dicho asunto se describiría al emitir nuestra declaratoria sobre el reporte anual requerida por la CNBV.

Responsabilidades de la Administración y de los responsables del gobierno de la Compañía en relación con los estados financieros consolidados

La Administración de la Compañía es responsable de la preparación y presentación razonable de los estados financieros consolidados adjuntos 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 de la Compañía considere necesario para permitir la preparación de los estados financieros consolidados libres de desviación material, debida a fraude o error.

En la preparación de los estados financieros consolidados, la Administración de la Compañía es responsable de la evaluación de la capacidad de la Compañía para continuar como negocio en marcha, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con el negocio en marcha y utilizando la base contable de negocio en marcha excepto si la Administración de la Compañía tiene intención de liquidar la Compañía o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Los responsables del gobierno corporativo de la Compañía son responsables de la supervisión del proceso de su información financiera.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros consolidados

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que los estados financieros consolidados en su conjunto están libres de desviación material, debida a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión. Seguridad razonable es un alto grado de seguridad, pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con las NIA siempre detecte una desviación material cuando existe. Las desviaciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en los estados financieros consolidados.

Como parte de una auditoría de conformidad con las NIA, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:

- Identificamos y evaluamos los riesgos de desviación material en los estados financieros consolidados, debida a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una desviación material debida a fraude es más elevado que en el caso de una desviación material debida a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionadamente erróneas o la elusión del control interno.
- Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la Compañía.
- Evaluamos lo adecuado de las políticas contables aplicadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por la Administración.
- Concluimos sobre lo adecuado de la utilización, por la Administración, de la base contable de negocio en marcha y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Compañía para continuar como negocio en marcha. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en los estados financieros consolidados o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, hechos o condiciones futuras pueden ser causa de que la Compañía deje de continuar como negocio en marcha.
- Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de los estados financieros consolidados, incluida la información revelada, y si los estados financieros consolidados representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran la presentación razonable.

- Obtenemos evidencia suficiente y adecuada en relación con la información financiera de las entidades o actividades empresariales dentro del grupo para expresar una opinión sobre los estados financieros consolidados. Somos responsables de la dirección, supervisión y realización de la auditoría del grupo. Somos los únicos responsables de nuestra opinión de auditoría.

Comunicamos con los responsables del gobierno corporativo de la Compañía en relación con, entre otros asuntos, el alcance y el momento de realización de las auditorías planificadas y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

También proporcionamos a los responsables del gobierno corporativo de la Compañía una declaración de que hemos cumplido los requerimientos de ética aplicables en relación con la independencia y comunicado con ellos acerca de todas las relaciones y demás asuntos de los que se puede esperar razonablemente que pueden afectar a nuestra independencia y, en su caso, las correspondientes salvaguardas.

Entre los asuntos que han sido objeto de comunicación con los responsables del gobierno corporativo de la Compañía, determinamos los más significativos en la auditoría de los estados financieros consolidados del periodo actual y que son, en consecuencia, los asuntos clave de la auditoría. Describimos dichos asuntos en nuestro informe de auditoría salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente el asunto o, en circunstancias extremadamente poco frecuentes, determinemos que un asunto no se debería comunicar en nuestro informe cuando se espera razonablemente que las consecuencias adversas de hacerlo superarían a los beneficios de interés público de dicho asunto.

El socio responsable de la auditoría es quién suscribe este informe.

Mancera, S.C.

Integrante de Ernst & Young Global Limited



C.P.C. Carlos Carrillo Contreras

Ciudad de México, a 13 de febrero de 2020

Estados consolidados de **resultados integrales**

(Miles de pesos)

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2019	2018
Ventas netas	\$ 641,824,646	\$ 612,186,302
Otros ingresos (Nota 19)	5,021,788	4,724,030
Total ingresos	646,846,434	616,910,332
Costo de ventas	(498,795,631)	(475,263,047)
Utilidad bruta	148,050,803	141,647,285
Gastos generales (Nota 20)	(94,426,416)	(92,658,463)
Utilidad antes de otros productos y gastos	53,624,387	48,988,822
Otros productos	1,113,372	891,793
Otros gastos	(735,073)	(690,827)
Utilidad de operación	54,002,686	49,189,788
Ingresos financieros (Nota 21)	2,260,056	2,329,577
Gastos financieros (Nota 21)	(7,060,623)	(2,659,629)
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	49,202,119	48,859,736
Impuestos a la utilidad (Nota 16)	(11,304,347)	(12,107,123)
Utilidad neta consolidada	\$ 37,897,772	\$ 36,752,613

Otras partidas de utilidad integral:

Partidas que no se reclasifican al resultado del año:

Resultado actuarial por beneficio a los empleados, neto de impuestos a la utilidad

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2019	2018
Resultado actuarial por beneficio a los empleados, neto de impuestos a la utilidad	\$ (496,214)	\$ 39,412
Resultado por conversión de monedas extranjeras	(281,475)	(4,132,164)
Otras partidas de resultado integral	(777,689)	(4,092,752)
Utilidad integral	\$ 37,120,083	\$ 32,659,861
Utilidad básica por acción (en pesos)	\$ 2.170	\$ 2.105

Partidas que pueden reclasificarse posteriormente a resultados:

Resultado por conversión de monedas extranjeras

Otras partidas de resultado integral

Utilidad integral

Utilidad básica por acción (en pesos)

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019

Estados consolidados de **situación financiera**

(Miles de pesos)

	Al 31 de diciembre de	
	2019	2018
Activos		
Activos circulantes:		
Efectivo y equivalentes de efectivo (Nota 5)	\$ 30,857,090	\$ 38,829,598
Cuentas por cobrar, neto (Nota 6 y 12)	13,716,962	12,035,029
Inventarios (Nota 7)	67,553,214	63,344,265
Pagos anticipados y otros	1,777,900	1,405,924
Suma activos circulantes	113,905,166	115,614,816
Activos no circulantes:		
Inmuebles y equipo, neto (Nota 8)	132,119,505	126,643,278
Activos por derecho de uso (Nota 9)	49,675,185	-
Arrendamiento financiero, neto (Nota 9)	-	12,724,731
Propiedades de inversión, neto (Nota 10)	6,644,218	4,853,970
Activos intangibles, neto (Nota 11)	37,083,590	36,997,739
Activos por impuestos diferidos (Nota 16)	7,908,566	7,467,622
Otros activos no circulantes	1,836,039	2,226,677
Suman activos	\$ 349,172,269	\$ 306,528,833

Pasivos y capital contable

Pasivos a corto plazo:

Cuentas por pagar	\$ 87,115,823	\$ 85,327,000
Pasivos por arrendamiento a corto plazo	3,044,328	308,352
Otras cuentas por pagar (Notas 12 y 13)	21,117,370	27,261,024
Impuestos a la utilidad	2,221,427	1,269,116
Suman pasivos a corto plazo	113,498,948	114,165,492

Pasivos a largo plazo:

Pasivos por arrendamiento y otros pasivos a largo plazo (Nota 15)	58,698,700	20,019,308
Pasivos por impuestos diferidos (Nota 16)	6,741,568	5,786,932
Beneficios a los empleados (Nota 17)	2,088,286	1,643,027
Suman pasivos	181,027,502	141,614,759

Capital contable (Nota 18):

Capital social	45,468,428	45,468,428
Utilidades acumuladas	108,860,208	104,638,687
Otras partidas de utilidad integral	15,140,757	15,918,446
Prima en venta de acciones	4,318,104	4,014,804
Fondo para el plan de acciones al personal	(5,642,730)	(5,126,291)
Suma capital contable	168,144,767	164,914,074
Suman pasivos y capital contable	\$ 349,172,269	\$ 306,528,833

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

Estados consolidados de **cambios en el capital contable**

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2019 y 2018

(Miles de pesos)

	Utilidades acumuladas			Otras partidas de utilidad integral	Prima en venta de acciones	Fondo para el plan de acciones al personal	Suma capital contable
	Capital social	Reserva	Utilidades				
Saldos al 31 de diciembre de 2017	\$ 45,468,428	\$ 9,104,745	\$ 87,308,966	\$ 20,011,198	\$ 3,559,058	\$ (5,918,442)	\$ 159,533,953
Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal					455,746	792,151	1,247,897
Dividendos decretados			(28,527,637)				(28,527,637)
Utilidad integral			36,752,613	(4,092,752)			32,659,861
Saldos al 31 de diciembre de 2018	45,468,428	9,104,745	95,533,942	15,918,446	4,014,804	(5,126,291)	164,914,074
Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal					303,300	(516,439)	(213,139)
Efecto de adopción NIIF 16			(1,604,117)				(1,604,117)
Efecto de adopción CINIIF 23			(1,822,120)				(1,822,120)
Dividendos decretados			(30,250,014)				(30,250,014)
Utilidad integral			37,897,772	(777,689)			37,120,083
Saldos al 31 de diciembre de 2019	\$ 45,468,428	\$ 9,104,745	\$ 99,755,463	\$ 15,140,757	\$ 4,318,104	\$ (5,642,730)	\$ 168,144,767

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

Estados consolidados de **flujos de efectivo**

(Miles de pesos)

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2019	2018
Actividades de operación		
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	\$ 49,202,119	\$ 48,859,736
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Depreciación y amortización	17,002,507	12,557,588
Pérdida por bajas de inmuebles, equipo y deterioro	126,777	101,230
Gasto de compensación por opciones de acciones	330,777	307,379
Intereses a favor	(1,218,688)	(1,268,122)
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
Intereses a cargo de pasivos por arrendamiento	6,209,972	-
Intereses a cargo de arrendamiento financiero	-	1,553,237
Flujo proveniente de resultados	71,653,464	62,111,048
Variaciones en:		
Cuentas por cobrar	(2,074,361)	(641,255)
Inventarios	(4,385,071)	(4,476,889)
Pagos anticipados y otros activos	(131,814)	(502,572)
Cuentas por pagar	2,153,058	6,107,659
Otras cuentas por pagar	(753,402)	167,266
Impuestos a la utilidad pagados	(9,450,296)	(15,325,302)
Beneficio a los empleados	(384,459)	94,815
Flujos netos de efectivo en actividades de operación	56,627,119	47,534,770

Actividades de inversión

Activos de larga duración de vida definida	\$ (20,574,830)	\$ (17,932,578)
intereses cobrados	1,218,688	1,268,122
Cobros por venta de inmuebles y equipo	218,959	255,904
Fondo para el plan de acciones al personal	(543,916)	940,518
Flujos netos de efectivo en actividades de inversión	(19,681,099)	(15,468,034)

Actividades de financiamiento

Pago de dividendos	(35,957,290)	(25,581,976)
Pagos de arrendamiento financiero	-	(1,557,334)
Pagos de pasivos por arrendamiento	(8,076,297)	-
Flujos netos de efectivo en actividades de financiamiento	(44,033,587)	(27,139,310)

Efectos por cambios en el valor del efectivo	(884,941)	(1,693,945)
Incremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo	(7,972,508)	3,233,481
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del año	38,829,598	35,596,117
Efectivo y equivalentes de efectivo al fin del año	\$ 30,857,090	\$ 38,829,598

Transacciones que no generan flujo de efectivo:		
Arrendamiento financiero	\$ -	\$ 1,205,197

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2019	2018
Actividades de inversión		
Activos de larga duración de vida definida	\$ (20,574,830)	\$ (17,932,578)
intereses cobrados	1,218,688	1,268,122
Cobros por venta de inmuebles y equipo	218,959	255,904
Fondo para el plan de acciones al personal	(543,916)	940,518
Flujos netos de efectivo en actividades de inversión	(19,681,099)	(15,468,034)
Actividades de financiamiento		
Pago de dividendos	(35,957,290)	(25,581,976)
Pagos de arrendamiento financiero	-	(1,557,334)
Pagos de pasivos por arrendamiento	(8,076,297)	-
Flujos netos de efectivo en actividades de financiamiento	(44,033,587)	(27,139,310)
Efectos por cambios en el valor del efectivo	(884,941)	(1,693,945)
Incremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo	(7,972,508)	3,233,481
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del año	38,829,598	35,596,117
Efectivo y equivalentes de efectivo al fin del año	\$ 30,857,090	\$ 38,829,598
Transacciones que no generan flujo de efectivo:		
Arrendamiento financiero	\$ -	\$ 1,205,197

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

Notas sobre los estados financieros consolidados

Al 31 de diciembre de 2019 y 2018

(Miles de pesos, excepto en donde se indique algo diferente)

1. Información corporativa

GRI 102-5, 102-25

Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. (**WALMEX**, “la Compañía” o “Grupo”), es una sociedad mexicana con domicilio en Nextengo 78, Santa Cruz Acayucan, 02770, Ciudad de México, constituida bajo las leyes mexicanas y cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores. El accionista mayoritario de **WALMEX** es Walmart Inc., sociedad norteamericana a través de Intersalt, S. de R.L. de C.V., sociedad mexicana, con una participación accionaria del 70.51%.

WALMEX es tenedora del 100% 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 en 2019 de 2,035 tiendas de descuento Bodega Aurrerá, 280 hipermercados Walmart, 93 supermercados Superama, 163 tiendas Sam’s Club de precios al mayoreo con membresía.
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.
Walmart Centroamérica	Operación en 2019 de 549 tiendas de descuento Despensa Familiar y Palí, 99 supermercados Paiz, La Despensa de Don Juan, La Unión y Más x Menos, 155 Bodegas, Maxi Bodega y Maxi Palí; y 33 hipermercados Walmart, y se localizan en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

2. Nuevos pronunciamientos

a) Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF”) nuevas y revisadas que entraron en vigor el 1 de enero de 2019

Adopción de la NIIF 16, Arrendamientos

La NIIF 16, “Arrendamientos” entró en vigor el 1 de enero de 2019. La NIIF 16 establece los principios para el reconocimiento, medición, presentación y revelación de arrendamientos. **WALMEX** ha decidido adoptar la NIIF 16, utilizando el enfoque retrospectivo modificado y, por lo tanto, la información comparativa de 2018 no fue reemitida y continúa registrada bajo la NIC 17. Adicionalmente, la Compañía utilizó las exenciones propuestas por la norma en los contratos de arrendamiento cuyos términos de arrendamiento finalicen dentro de los 12 meses a partir de la fecha de adopción inicial y los contratos de arrendamiento para los cuales el activo subyacente sea de bajo valor.

La contabilidad de arrendador según la NIIF 16 se mantiene sustancialmente sin cambios respecto a la NIC 17.



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Los impactos en el estado de situación financiera consolidado condensado se muestran a continuación:

	31 de diciembre de 2018	Adopción NIIF 16	1 de enero de 2019
Activos			
Total activos circulantes	\$ 115,614,816	\$ (19,545)	\$ 115,595,271
Activos no circulantes:			
Activos de larga duración, neto (excepto intangibles)	144,221,979	32,450,127	176,672,106
Activos intangibles-neto	36,997,739	-	36,997,739
Activos por impuestos diferidos	7,467,622	747,285	8,214,907
Otros activos no circulantes	2,226,677	(24,706)	2,201,971
Suman activos	<u>\$ 306,528,833</u>	<u>\$ 33,153,161</u>	<u>\$ 339,681,994</u>
Pasivos y capital contable			
Total pasivo corto plazo	\$ 114,165,492	\$ 265,090	\$ 114,430,582
Pasivos a largo plazo:			
Otros pasivos a largo plazo	20,019,308	34,484,632	54,503,940
Pasivos por impuestos diferidos	5,786,932	7,556	5,794,488
Beneficios a los empleados	1,643,027	-	1,643,027
Suman pasivos	<u>141,614,759</u>	<u>34,757,278</u>	<u>176,372,037</u>
Capital contable:			
Capital social	45,468,428	-	45,468,428
Utilidades acumuladas	104,638,687	(1,604,117)	103,034,570
Otras partidas de capital contable	14,806,959	-	14,806,959
Suman capital contable	<u>164,914,074</u>	<u>(1,604,117)</u>	<u>163,309,957</u>
Suman pasivos y capital contable	<u>\$ 306,528,833</u>	<u>\$ 33,153,161</u>	<u>\$ 339,681,994</u>

La tasa de endeudamiento incremental promedio ponderada aplicada a los pasivos de arrendamiento reconocidos en el estado de situación financiera a la fecha de la aplicación inicial fue de 11.4%.

La conciliación entre los compromisos de arrendamiento operativo descontados, aplicando la NIC 17 al 31 de diciembre de 2018 y los pasivos de arrendamiento reconocidos en los estados de situación financiera a la fecha de la aplicación inicial es la siguiente:

	1 de enero de 2019
Arrendamientos operativos reportados bajo NIC 17 descontados (plazos forzosos)	\$ 15,129,620
Menos – contratos de servicios de abastecimiento de energía renovable con renta contingente	(12,388,539)
Más – valor presente de los pagos mínimos por el periodo posterior al plazo forzoso y hasta el término del contrato	32,008,641
Pasivos por arrendamientos reconocidos en el balance general a la fecha de adopción inicial	<u>\$ 34,749,722</u>

Adopción de la CINIIF 23, Incertidumbre frente a los tratamientos de impuesto a las utilidades

La CINIIF 23 entró en vigor el 1 de enero de 2019 y aclara la aplicación de los criterios de reconocimiento y medición que establece la NIC 12 - "Impuestos a la utilidad", cuando existen posiciones fiscales inciertas. Las posiciones fiscales inciertas son aquellas posiciones fiscales en donde existe incertidumbre acerca de si la autoridad fiscal competente aceptará la posición fiscal bajo las leyes fiscales vigentes.

La interpretación se aplicará a la determinación de la utilidad fiscal (pérdida fiscal), las bases fiscales, las pérdidas fiscales no utilizadas, los créditos fiscales no utilizados y las tasas fiscales, cuando exista incertidumbre sobre los tratamientos del impuesto a la utilidad según NIC 12. La CINIIF considera que una entidad debe suponer que una autoridad fiscal con derecho a examinar cualquier importe informado a la misma examinará esos montos y tendrá pleno conocimiento de toda la información relevante al hacerlo. Asimismo, debe considerar si es probable que la autoridad pertinente acepte cada tratamiento fiscal, o grupo de tratamientos fiscales, que utilizó o planea utilizar en su declaración de impuesto sobre la renta.

Si la entidad concluye que es probable que se acepte un tratamiento fiscal particular, la entidad tiene que determinar la utilidad fiscal (pérdida fiscal), bases fiscales, pérdidas fiscales no utilizadas, créditos fiscales no utilizados o tasas fiscales consistentemente con el tratamiento fiscal incluido en su declaración de impuestos. Si la entidad concluye que no es probable que se acepte un tratamiento fiscal particular, la entidad tiene que utilizar el monto más probable o el valor esperado del tratamiento fiscal al determinar la utilidad fiscal (pérdida fiscal), bases fiscales, pérdidas fiscales no utilizadas, créditos fiscales no utilizados o tasas fiscales.

La interpretación es efectiva para los periodos anuales de informe que comienzan en o después del 1 de enero de 2019. El impacto por la adopción de la interpretación representó un cargo a utilidades acumuladas de \$1,822 millones de pesos y un incremento en pasivo por impuestos diferidos por la misma cantidad.

Modificaciones a la NIIF 9, Funciones de prepago con compensación negativa

Según la NIIF 9, un instrumento de deuda puede medirse al costo amortizado o al valor razonable a través de otras partidas de utilidad integral, siempre que los flujos de efectivo contractuales sean “únicamente pagos del principal e intereses sobre el monto del principal pendiente” y el instrumento se mantiene dentro del modelo de negocio apropiado para esa clasificación. Las modificaciones a la NIIF 9 no tuvieron impacto en los estados financieros consolidados de la Compañía.

Modificaciones a la NIC 19, Modificación, reducción o liquidación del plan

Las modificaciones a la NIC 19 abordan la contabilidad cuando se produce un cambio, reducción o liquidación del plan durante un periodo de información. Las modificaciones especifican que cuando se produce un cambio, reducción o liquidación del plan durante el período anual sobre el que se informa, se requiere que una entidad:

- Determine el costo del servicio actual por el resto del período posterior a la modificación, reducción o liquidación del plan, utilizando los supuestos actuariales utilizados para volver a medir el pasivo (activo) por beneficios definidos netos que reflejan los beneficios ofrecidos bajo el plan y los activos del plan después de ese evento.

- Determinar el interés neto por el resto del período posterior a la modificación, reducción o liquidación del plan utilizando: el pasivo (activo) por beneficios definidos neto que refleja los beneficios ofrecidos bajo el plan y los activos del plan después de ese evento; y la tasa de descuento utilizada para volver a medir ese pasivo (activo) por beneficios definidos netos.

Las modificaciones también aclaran que una entidad primero determina cualquier costo de servicio pasado, o una ganancia o pérdida en la liquidación, sin considerar el efecto del techo de activos. Esta cantidad se reconoce en resultados. Una entidad determina el efecto del techo del activo después de la modificación, reducción o liquidación del plan. Cualquier cambio en ese efecto, excluyendo los montos incluidos en el interés neto, se reconoce en el resultado integral.

Las modificaciones se aplican a los cambios, reducciones o liquidaciones del plan que se produzcan en o después del comienzo del primer período de informe anual que comienza en o después del 1 de enero de 2019. Durante el año terminado el 31 de diciembre de 2019, **WALMEX** no tuvo modificación, reducción o liquidación del plan de beneficios a los empleados.

Modificaciones a la NIC 28, Participaciones a largo plazo en asociadas y negocios conjuntos

Las enmiendas aclaran que una entidad aplica la NIIF 9 a las participaciones a largo plazo en una asociada o negocio conjunto al que no se aplica el método de participación pero que, en esencia, forma parte de la inversión neta en la asociada o negocio conjunto.

Las modificaciones también aclaran que, al aplicar la NIIF 9, una entidad no tiene en cuenta las pérdidas de la asociada o negocio conjunto, ni las pérdidas por deterioro de la inversión neta reconocidas como ajustes a las inversiones netas en la asociada o negocio conjunto que surgen de la aplicación de la NIC 28.

Estas modificaciones no tuvieron impacto en los estados financieros consolidados de la Compañía.

Mejoras anuales del ciclo 2015-2017 (emitidas en diciembre de 2017) que entraron en vigor en 2019

NIIF 3, Combinaciones de negocios

Las modificaciones aclaran que, cuando una entidad obtiene el control de un negocio que es una operación conjunta, aplica los requisitos para una combinación de negocios lograda en etapas, incluida la reconsideración de intereses mantenidos previamente en los activos y pasivos de la operación conjunta a valor razonable. Al hacerlo, el adquirente vuelve a medir la totalidad de su participación anterior en la operación conjunta.

La Compañía, durante el año terminado el 31 de diciembre de 2019, no realizó ninguna adquisición en etapas.

NIIF 11, Acuerdos conjuntos

Las mejoras establecen que cuando una entidad obtiene control conjunto de un negocio que es una operación conjunta, no es requerido hacer una remediación de la participación anterior de ese negocio.

Estas modificaciones actualmente no son aplicables a la Compañía, pero pueden aplicarse a transacciones futuras.

NIC 12, Impuestos a las ganancias

Las modificaciones aclaran que las consecuencias de impuestos sobre los dividendos pagados están vinculadas más directamente a transacciones o eventos pasados que generaron ganancias distribuibles que a distribuciones a los propietarios. Por lo tanto, una entidad reconoce las consecuencias del impuesto sobre la renta de los dividendos en resultados, otros ingresos integrales o capital según el lugar donde la entidad reconoció originalmente esas transacciones o eventos en el pasado.

Dado que la práctica actual está en línea con estas modificaciones, la Compañía no espera ningún impacto adicional en los estados financieros consolidados.

NIC 23, Costos por préstamos

Las modificaciones a la NIC 23 aclaran que una entidad debe tratar como parte de los préstamos generales, cualquier préstamo realizado originalmente para desarrollar un activo calificado, cuando se completan sustancialmente todas las actividades necesarias para preparar ese activo para su uso o venta prevista.

Estas modificaciones no son aplicables a la Compañía, por lo que no tuvieron impactos en los estados financieros consolidados.

b) NIIFs que entrarán en vigor en 2020 y 2021

Modificaciones a la NIIF 3, Combinaciones de negocios

El IASB emitió modificaciones a la definición de “negocio” para ayudar a las entidades a determinar si un conjunto de actividades y activos adquiridos deben o no ser considerados como negocio. Las modificaciones se deben aplicar a las transacciones que son combinaciones de negocios o adquisiciones de activos para las cuales la fecha de adquisición se encuentra en o después del 1 de enero de 2020. Dado que las modificaciones se aplican prospectivamente a transacciones u otros eventos que ocurran en o después de la fecha de adopción, la Administración de la Compañía estima que estas modificaciones no tendrán un impacto significativo.

NIC 1, Presentación de estados financieros y NIC 8, Políticas contables, cambios en las estimaciones contables y errores

El IASB emitió modificaciones para alinear la definición de “material” en todas las normas y aclarar ciertos aspectos de la definición, y es aplicable para los periodos que comienzan a partir del 1 de enero de 2020; aunque no se espera que las modificaciones tengan un impacto significativo en los estados financieros de **WALMEX**, la introducción del término “información oculta” en la definición podría impactar en la forma en que los juicios de materialidad se hacen en la práctica al elevar la importancia de cómo la información se comunica y se organiza en los estados financieros consolidados.

NIIF 17, Contratos de seguro

Esta NIIF reemplazará a la NIIF 4, "Contratos de seguros que se emitió en 2005. La NIIF 17 se aplica a todos los tipos de contratos de seguro (de vida, no vida, directos y reaseguros), independientemente del tipo de entidades que las emiten, así como a ciertas garantías e instrumentos financieros con características de participación discrecional. El objetivo general de la NIIF 17 es proporcionar un modelo contable para los contratos de seguro que sea más útil y consistente para las aseguradoras. En contraste con los requisitos de la NIIF 4, que se basan en gran medida en el cumplimiento de las políticas contables locales anteriores, la NIIF 17 proporciona un modelo integral para los contratos de seguro, que cubre todos los aspectos contables relevantes.

La NIIF 17 es efectiva para los periodos de informe que comiencen a partir del 1 de enero de 2021, con cifras comparativas requeridas. Se permite la aplicación anticipada, siempre que la entidad también aplique la NIIF 9 y a la NIIF 15 en o antes de la fecha en que aplica por primera vez la NIIF 17. La administración de la Compañía estima que estas modificaciones no tendrán un impacto significativo en los estados financieros consolidados.

3. Resumen de políticas contables significativas

A continuación, se resumen las políticas contables más significativas, las cuales han sido aplicadas consistentemente con el año terminado el 31 de diciembre de 2018, excepto por las relativas al reconocimiento contable de los arrendamientos y de la incertidumbre frente a los tratamientos de impuesto a las utilidades según se describe en la NIIF 16 y CINIIIF 23, las cuales se actualizaron de conformidad con la entrada en vigor en 2019 de estas nuevas normas.

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), 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 con base en su función, el cual permite conocer y revelar el costo de ventas separado de los demás costos, gastos de operación y de administración, ambos gastos se reconocen en el estado de resultados en el momento en que se incurren.

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.

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

Los estados de flujos de efectivo se preparan utilizando el método indirecto.

La preparación de los estados financieros consolidados requiere el uso de estimaciones contables y supuestos basados en la experiencia histórica y otros factores en la valuación de algunos de sus renglones; los resultados reales pueden diferir de estas estimaciones. Las estimaciones y supuestos se revisan periódicamente y consisten principalmente en:

- Estimaciones contables como deterioro de inventarios, de inmuebles, equipo, activos por derecho de uso, propiedades de inversión, crédito mercantil y probabilidad de éxito de contingencias legales y fiscales.
- Supuestos utilizados como la tasa de descuento para la determinación del pasivo por arrendamiento; la Compañía revisa anualmente la vida útil estimada de inmuebles y equipo, y activos intangibles con vida útil definida; el valor presente de las obligaciones laborales depende de factores que se determinan a través de valuaciones actuariales que involucran el uso de hipótesis económicas como tasa de descuento, tasa de inflación, crecimiento salarial e incremento en el salario mínimo; y la determinación del valor recuperable involucra juicios significativos como la estimación de flujos de efectivo futuros del negocio, la tasa de descuento y la tasa de interés; valor razonable de instrumentos financieros derivados y propiedades de inversión.

WALMEX cuenta con los recursos suficientes para seguir funcionando en el futuro como negocio en marcha. Los estados financieros consolidados adjuntos han sido preparados bajo la hipótesis de negocio en marcha bajo la base de costo histórico, excepto por los activos y pasivos financieros y los instrumentos financieros derivados que se valúan a su valor razonable al cierre de cada periodo. La moneda funcional y de reporte que se utiliza es el peso mexicano.

b) Consolidación

Los estados financieros consolidados adjuntos incluyen los de **WALMEX**, los de las entidades donde se ha determinado que la Compañía es el principal beneficiario y los de sus subsidiarias o participadas en las que se tiene control en México y en el extranjero, las cuales se agrupan como se menciona en la Nota 1, y son preparados considerando el mismo periodo contable.

Las subsidiarias o entidades participadas se consolidan desde la fecha en que su control se asume por **WALMEX** y hasta la fecha en la que se pierde dicho control. Los resultados de las subsidiarias o participadas adquiridas o vendidas durante el año se incluyen en el estado consolidado de resultados integral desde la fecha de adquisición o hasta la fecha de venta, según sea el caso.

Específicamente, la Compañía controla una participada si, y solo si, la Compañía tiene:

- Poder sobre la participada (es decir, los derechos existentes que le dan la capacidad actual de dirigir las actividades relevantes de la participada)
- Exposición, o derechos, a rendimientos variables de su participación en la participada
- La capacidad de usar su poder sobre la participada para afectar sus retornos

Los saldos y operaciones entre compañías que se consolidan se eliminan para efectos de la consolidación.

A partir de marzo 2019, la Compañía consolida en sus estados financieros los saldos y operaciones de las entidades participadas Cargill Protein S. de R.L. de C.V. y Cargill Protein Servicios S. de R.L. de C.V., en virtud del contrato establecido con ellas para la proveeduría de servicios para el procesamiento de carne, mediante el cual la Compañía obtiene control única y exclusivamente desde el punto de vista contable y aplicando los principios contables pero no legales, a través del derecho a rendimientos variables por su participación en estas entidades. La utilidad neta del ejercicio consolidada considera un remanente atribuible al resultado de las entidades participadas por \$12,797 en 2019 y el estado de situación financiera contiene un remanente atribuible al interés minoritario de las entidades participadas por \$16,289, al 31 de diciembre de 2019.

c) Activos y pasivos financieros y medición del valor razonable

La Compañía determina la clasificación de sus activos y pasivos financieros al momento de su reconocimiento inicial como sigue:

- I. **Activos financieros.** Se clasifican en alguna de las siguientes categorías, según sea requerido: activos financieros reconocidos a su valor razonable con cambios a resultados, cuentas por cobrar e inversiones mantenidas al vencimiento. Los activos financieros de la Compañía consisten principalmente en efectivo y equivalentes de efectivo, cuentas por cobrar a clientes y otras cuentas por cobrar las cuales se reconocen inicialmente a su valor razonable. El valor razonable de un activo es el precio en que el activo podría venderse en una transacción ordinaria con terceros, capaces de participar en la transacción.
- II. **Pasivos financieros.** Se clasifican como pasivos financieros las cuentas por pagar a proveedores, otras cuentas por pagar y pasivos por arrendamientos; se reconocen inicialmente a su valor razonable, y subsecuentemente se valúan al costo amortizado usando el método de tasa de interés efectiva. Los pasivos que provienen de derivados se reconocen inicial y posteriormente a su valor razonable. El valor razonable de un pasivo es la cantidad que se pagaría para transferir la responsabilidad a un nuevo acreedor en una transacción entre dichas partes.

Los activos y pasivos registrados a su valor razonable se miden utilizando la jerarquía de valor razonable, que da prioridad a los insumos utilizados en la medición. Los niveles de la jerarquía de valor razonable son los siguientes:

- Nivel 1. Datos observables para instrumentos idénticos como son los precios cotizados en mercados activos;
- Nivel 2. Otros datos de entrada que incluyen precios cotizados para instrumentos similares en los mercados activos y que son directa o indirectamente observables, y;
- Nivel 3. Insumos no observables para los que existen pocos datos o ningún mercado, por lo que la empresa desarrolla sus propios supuestos y valuaciones.

La medición posterior de los activos y pasivos financieros de la Compañía se determina en función de su clasificación.

La Compañía considera que ha ocurrido una transferencia entre los niveles de jerarquía en la fecha en que el evento o cambio de circunstancia haya causado el cambio de la misma.

d) Efectivo y equivalentes de efectivo

El efectivo y equivalentes de efectivo están representados principalmente por depósitos bancarios, transacciones con tarjeta de crédito o débito que se recuperan en menos de 7 días, así como inversiones en instrumentos de alta liquidez con vencimiento no mayor a 90 días más sus intereses devengados y se expresan a su valor razonable.

El efectivo que por algún motivo se encuentre restringido y no pueda ser intercambiado ni utilizado para liquidar un pasivo por un período mínimo de doce meses se presenta en un rubro por separado en el estado consolidado de situación financiera y se excluyen del efectivo y equivalentes de efectivo en el estado de flujos de efectivo.

e) Instrumentos financieros derivados

La Compañía suscribe contratos de cobertura de divisas a través de operaciones extrabursátiles a futuro (Fx-forwards) para mitigar las afectaciones por variabilidad en el tipo de cambio de la moneda extranjera en las cuentas por pagar de mercancías de importación para la venta. La vigencia máxima de estos contratos es de seis meses.

Los derivados se designan a su valor razonable a la fecha en que se suscribe el contrato del derivado, y posteriormente se valúan a su valor razonable al final del periodo de reporte. La ganancia o pérdida resultante se reconoce inmediatamente en el rubro de ingresos o gastos financieros del estado consolidado de resultados integral, según corresponda.

En apego a sus normas de gobierno corporativo, **WALMEX** únicamente maneja instrumentos financieros derivados Fx- forwards.

f) Cuentas por cobrar y provisión para deterioro de otras cuentas por cobrar

WALMEX reconoce el deterioro de sus cuentas por cobrar aplicando el enfoque simplificado permitido por la NIIF 9 "Instrumentos Financieros", reconociendo desde la creación de la cuenta por cobrar las pérdidas crediticias esperadas. Estos activos se agrupan según las características de riesgo de crédito y los días vencidos, con la provisión de pérdida esperada para cada agrupación de riesgo determinadas en función de la pérdida crediticia histórica y experiencia de la Compañía, ajustadas por factores específicos para los deudores y efectos en el entorno económico.

g) Inventarios

Los inventarios están valuados bajo el método detallista, excepto por los negocios correspondientes a Sam's Club, centros de distribución, desarrollo Agro-Industrial (granos, comestibles y carnes) y división de perecederos, que están valuados bajo el método de costo promedio, 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 fletes y las bonificaciones sobre compras se capitalizan en el inventario y se reconocen en el costo de ventas de acuerdo al desplazamiento de los inventarios que les dieron origen.

h) Pagos anticipados

Los pagos anticipados se registran a su costo y 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 se calcula por el método de línea recta a tasas que fluctúan como sigue:

Edificios, construcciones e instalaciones en bienes arrendados:

- Obra civil y estructura	2.5%	a	5.0%
- Instalaciones y adaptaciones	5.0%	a	12.5%
- Acabados	10.0%	a	25.0%

Mobiliario y equipo	5.0%	a	33.3%
Equipo de cómputo	12.5%	a	33.3%
Equipo de transporte	10.0%	a	33.3%

Las obras en proceso están conformadas por inversiones realizadas por la Compañía, principalmente para la construcción de nuevas tiendas y adecuaciones; se registran a su costo, una vez concluidas se reclasifican como inmuebles e inician su depreciación.

Al 31 de diciembre de 2018, las propiedades, planta y equipo adquiridas bajo arrendamiento financiero eran depreciadas entre el menor de la vida útil del activo y el plazo remanente esperado del contrato incluyendo las renovaciones unilaterales de la Compañía.

j) Propiedades de inversión

Las propiedades de inversión (terrenos, edificios, construcciones e instalaciones en bienes que se dan en arrendamiento) se mantienen para obtener beneficios económicos a través del cobro de rentas. Dichas propiedades se miden inicialmente a su costo de adquisición e incluyen los costos de la transacción. Después del reconocimiento inicial, se continúan valuando al costo menos depreciación y pérdidas acumuladas por deterioro, en su caso.

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

Obra civil y estructura	2.5%	a	5.0%
Instalaciones y adaptaciones	5.0%	a	12.5%
Acabados	10.0%	a	25.0%

k) Arrendamientos

La Compañía evalúa si un contrato es o contiene un arrendamiento a la fecha del inicio del contrato. Esta evaluación requiere de juicio respecto a si implica el uso de un activo específico, o si la Compañía obtiene substancialmente todos los beneficios económicos del uso del activo y si la Compañía tiene el derecho de administrar el uso del activo.

WALMEX como Arrendatario

Hasta el 31 de diciembre de 2018, **WALMEX** consideraba como arrendamiento financiero a aquéllos en que se transfieren sustancialmente los riesgos y beneficios atribuibles a la propiedad del bien; estos se registraban al valor presente de los pagos mínimos o al valor de mercado de los inmuebles, el que resultaba menor, y se amortizaban entre el menor de la vida útil del activo y el plazo remanente esperado del contrato incluyendo las renovaciones unilaterales de la Compañía. Los contratos no clasificados como financieros se consideraban como arrendamientos operativos. Las rentas fijas de estos contratos se

cargaban a resultados utilizando el método de línea recta de acuerdo al plazo remanente esperado de los contratos, considerando como fecha de inicio la posesión del bien e incluyendo las renovaciones unilaterales de los mismos.

A partir del 1 de enero de 2019, **WALMEX** reconoce un activo por derecho de uso y un pasivo por arrendamiento en la fecha de posesión del bien arrendado. El activo por derecho de uso se mide inicialmente al costo, que comprende el monto inicial del pasivo de arrendamiento ajustado por cualquier pago de arrendamiento realizado en la fecha de inicio o antes, más los costos directos iniciales incurridos, menos los incentivos de arrendamiento recibidos aplicables.

El activo por derecho de uso se deprecia posteriormente utilizando el método de línea recta desde la fecha de inicio hasta el final del período de vida útil del activo por derecho de uso o el final del plazo de arrendamiento, lo que sea más corto. Las vidas útiles estimadas de los activos de derecho de uso se determinan sobre la misma base que las de propiedades y equipos. Además, el activo por el derecho de uso se reduce periódicamente por pérdidas por deterioro, si las hubiera, y se ajusta para ciertas mediciones del pasivo por arrendamiento.

El pasivo por arrendamiento se mide inicialmente al valor presente de los pagos pendientes a la fecha de inicio del arrendamiento y se descuentan utilizando la tasa de interés implícita en el arrendamiento o la tasa de endeudamiento incremental de **WALMEX**. La Compañía utiliza su tasa de endeudamiento incremental como tasa de descuento.

Posteriormente al reconocimiento inicial, el pasivo por arrendamiento se mide al costo amortizado utilizando el método de interés efectivo. A partir del 1 de enero de 2019, este tipo de pasivos se vuelven a medir cuando hay un cambio en los pagos de arrendamiento futuros que surgen de un cambio en un índice o tasa, si hay un cambio en la estimación del monto que se espera pagar bajo una garantía de valor residual, o si **WALMEX** cambia su evaluación de si ejercerá una opción de compra, extensión o terminación.

Cuando el pasivo por arrendamiento se vuelve a medir de esta manera, se realiza un ajuste correspondiente al valor en libros del activo por derecho de uso, o se registra en utilidad o pérdida si el valor en libros del activo por derecho de uso se tiene reducido a cero.

WALMEX como Arrendador

En 2019 y 2018, la Compañía obtuvo ingresos por renta de las propiedades de inversión e ingresos por renta fija y variable que se reconocen conforme se devengan. Dichos ingresos se presentan en el rubro de otros ingresos del estado consolidado de resultados integral.

l) Deterioro del valor de activos de larga duración de vida definida

Los activos de larga duración de vida definida están sujetos a pruebas de deterioro únicamente cuando hay indicadores de deterioro.

El deterioro en el valor de este tipo de activos 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.

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 en el rubro de otros gastos.

Cuando una pérdida por deterioro se revierte posteriormente, el valor en libros del activo (o unidad generadora de efectivo), se incrementa según la estimación revisada del monto recuperable, sin que exceda el valor en libros que se habría determinado si no se hubiera reconocido una pérdida por deterioro en años anteriores. La reversión de una pérdida por deterioro se reconoce inmediatamente en resultados.

m) Activos intangibles

Los activos intangibles se reconocen cuando son identificables, proporcionan beneficios económicos futuros y se tiene un control sobre dichos beneficios.

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 definida. Los activos de vida indefinida no son sujetos de amortización, sin embargo, se realiza una prueba anual de deterioro. Los activos intangibles con vida definida se amortizan utilizando el método de línea recta a tasas que fluctúan entre 7.7% y 33.3%.

n) Crédito mercantil

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 y no es sujeto a amortización.

El crédito mercantil se asignó, 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.

El crédito mercantil está sujeto a pruebas de deterioro anuales. **WALMEX** contrata los servicios profesionales de un perito independiente para realizar el estudio del deterioro. Al evaluar el valor en uso, se descuentan los flujos de efectivo futuros esperados a su valor presente, utilizando una tasa de descuento antes de impuestos que refleje las evaluaciones del mercado actual del valor del dinero en el tiempo y los riesgos específicos para el activo.

Los flujos de efectivo futuros se basan en el plan de negocios y proyecciones de la Compañía utilizados por la alta Dirección para los próximos cinco años.

El crédito mercantil se convierte al tipo de cambio de cierre y el resultado por conversión se reconoce en otras partidas de utilidad integral.

o) Pasivos y provisiones

Los pasivos por provisiones se reconocen cuando se tiene una obligación presente legal o implícita como resultado de un evento pasado, que puede ser estimada razonablemente y en donde es probable la salida de recursos económicos. En caso de un reembolso, este se reconoce 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.

p) Impuestos a la utilidad

Los impuestos a la utilidad se clasifican en impuesto causado y diferido, y se reconocen en los resultados del año en que se causan o devengan, excepto cuando provienen de partidas reconocidas directamente en otras partidas de utilidad integral, en cuyo caso el impuesto correspondiente se reconoce dentro del capital contable.

El impuesto a la utilidad causado se determina con base en las leyes fiscales aprobadas en los países en donde opera **WALMEX**, y resulta de aplicar a las utilidades fiscales de cada compañía del Grupo, la tasa del impuesto sobre la renta vigente a la fecha del estado consolidado de situación financiera y se presenta como un pasivo o activo circulante, neto de los anticipos efectuados durante el año.

El impuesto a la utilidad diferido resulta de aplicar la tasa establecida por la legislación promulgada o sustancialmente promulgada vigente a las diferencias temporales entre el valor en libros de un activo o pasivo en el estado consolidado de situación financiera y su base fiscal. El activo por impuesto diferido únicamente se reconoce en la medida en que resulte probable que existirán las ganancias fiscales futuras contra las cuales se podrán aplicar las diferencias temporales deducibles. El pasivo por impuestos diferido generalmente se reconoce por todas las diferencias temporales gravables.

El valor en libros de los activos por impuestos diferidos se revisa en cada fecha de presentación y reduce en la medida en que ya no es probable que la ganancia fiscal esté disponible para permitir que los activos diferidos sean utilizados. Los activos por impuestos diferidos no reconocidos son reevaluados en cada fecha de presentación y se reconocen en la medida en que sea probable que existan beneficios fiscales futuros que permitan que el activo por impuestos diferidos sea recuperado.

El impuesto a la utilidad diferido relativo a las diferencias temporales provenientes de inversiones en subsidiarias se reconoce, excepto cuando la Compañía pueda controlar el momento de la reversión de las diferencias temporales y es probable que la diferencia temporal no se revierta en un futuro previsible.

La Compañía compensa activos y pasivos por impuestos, únicamente si tiene un derecho legalmente exigible de compensar los activos y pasivos por impuestos causados y los activos y pasivos por impuestos diferidos referidos a los impuestos a la utilidad que corresponden a la misma autoridad.

q) Beneficios a los empleados

La prima de antigüedad a que tienen derecho los empleados que laboran en México en los términos de la Ley Federal del Trabajo y las remuneraciones al término de la relación laboral por retiro de acuerdo con la Ley laboral de cada país en los que opera **WALMEX** se reconocen 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.

En México, la prima de antigüedad se otorga a los asociados que se retiran de la Compañía con una antigüedad mínima de quince años. El monto a favor del asociado equivale a 12 días por cada año laborado, sin que exceda el monto por cada día de dos veces el salario mínimo. Se 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.

En Centroamérica, los beneficios por terminación que se acumulan a favor de los asociados les son pagados en caso de despido no justificado o muerte, de conformidad con la Ley laboral de cada país donde opera. Los beneficios van desde 20 días hasta un mes de salario por cada año de servicio ininterrumpido.

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 Laboral de cada país, se llevan a resultados en el año en que ocurren.

WALMEX reconoce las pérdidas y ganancias actuariales por terminación conforme se devenguen directamente en el estado consolidado de resultados integral y en el estado consolidado de cambios en el capital contable.

r) Capital contable

Reserva legal:

Al 31 de diciembre de 2019, la reserva legal de la Compañía asciende a \$9,104,745, que representa el 20% del capital social, mismo que de acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles de México, ha alcanzado el porcentaje máximo de su constitución.

Fondo para el plan de acciones al personal y compensación de acciones:

El fondo para el plan de acciones al personal está constituido por acciones de **WALMEX**, que se adquieren en el mercado secundario y se presentan a su costo de adquisición, para otorgar opciones de compra de acciones a los ejecutivos, con base en la autorización de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

Las acciones objeto del plan se asignan, tomando como referencia el precio promedio ponderado de las operaciones de compra venta en el mercado secundario de dichas acciones.

En 2018, se modificó la política para agregar la asignación de acciones restringidas y modificar el plan de acciones. Conforme a la política vigente, las acciones de los ejecutivos se liberan para poder ser adquiridas en cuatro años en dos partes iguales, 50% en dos años y el restante 50% en cuatro años. El plazo para ejercer los derechos es de 10 años a partir de la asignación.

En el plan basado en acciones restringidas, el plazo para su liberación es de 3 años y el término para ejercer el derecho es de hasta 10 años contados a partir de la fecha de la asignación. El monto de las acciones restringidas está sujeto al cumplimiento de ciertas métricas que se evalúan para cada otorgamiento posterior al primer año, que puede hacer que disminuya o aumente la asignación original, en un rango de 0% a 150%.

Conforme a la política anterior, 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 expiraba 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 reconoce a valor razonable en gastos generales en el estado consolidado de resultados integral.

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, una vez deducido el impuesto sobre la renta.

s) Reconocimiento de ingresos

Los ingresos por venta de mercancía, incluyendo las ventas en línea (“e-Commerce”), se reconocen en el estado consolidado de resultados integral en el momento en que se satisface la obligación (cuando el “control” de los bienes ha sido transferido al cliente) y los ingresos por servicios se reconocen en el momento en que se prestan.

Las garantías extendidas, comisiones por cobro de servicios y venta de tiempo aire se reconocen netos en el rubro de ventas en el estado consolidado de resultados integral, en el momento en que se presta el servicio.

Los ingresos por membresías de las tiendas Sam’s Club se reconocen de manera diferida durante los meses de 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 venta de desperdicio y estacionamiento se reconocen en el rubro de otros ingresos en el momento en que se transfiere la propiedad al entregar los bienes o en el momento en que se prestan los servicios.

t) Utilidad básica por acción

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. 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.

El efecto en la utilidad por acción que representa el remanente atribuible al resultado de las entidades participadas en 2019 es de \$0.001 pesos por acción.

u) Segmentos de operación

La información financiera por segmentos es preparada en función a la información utilizada por la alta Dirección de la Compañía (Chief Operating Decision Maker “CODM”) para tomar decisiones operativas y evaluar el desarrollo de la misma, y se presenta considerando las áreas geográficas en que opera la Compañía.

v) Operaciones en moneda extranjera

Los activos y pasivos monetarios de **WALMEX** denominados en moneda extranjera se expresan en moneda funcional 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 los rubros de ingresos o gastos financieros, según corresponda.

4. Administración de riesgos

a) Factores de riesgo generales

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 se destacan los siguientes:

- I. Comportamiento del tipo de cambio.** 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 particular por las compras de importación que realiza.
- II. 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.
- III. Inflación.** 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, así como empleo y salario.
- IV. 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 cambios en las tasas aplicables, una vez que entren en vigor. Actualmente el nivel de escrutinio y discreción por parte de las autoridades fiscales ha aumentado considerablemente. Los tribunales mexicanos han cambiado su posición favoreciendo a dichas autoridades haciendo caso omiso de las violaciones de forma y procedimiento.

b) Factores de riesgo financiero:

Las actividades de la Compañía están expuestas a diversos riesgos financieros tales como: riesgo de tipo de cambio y riesgo de tasa de interés. La Compañía administra aquellos riesgos que le impidan o pongan en peligro sus objetivos financieros, buscando minimizar los efectos negativos potenciales a través de diferentes estrategias.

Riesgo de tipo de cambio:

La Compañía realiza compra de mercancía y contrata servicios con empresas extranjeras y por tanto está expuesta al riesgo de tipo de cambio por realizar operaciones con divisas, en particular con el dólar americano (dólar o dólares).

Al 31 de diciembre de 2019, el tipo de cambio utilizado para convertir los activos y pasivos denominados en dólares fue de \$18.93 por dólar (\$19.66 en 2018).

Considerando la posición monetaria neta en dólares que se tiene al 31 de diciembre de 2019, si se presentara un aumento o disminución en el tipo de cambio del dólar respecto al peso mexicano de 5%, se tendría un efecto favorable o desfavorable en los ingresos o gastos financieros y en capital contable de \$186,353.

La Compañía suscribe contratos Fx-forwards de moneda extranjera con el objetivo de protegerse de la exposición a la variabilidad en el tipo de cambio por el pago de los pasivos en México pactados en dólares relativos a la compra de mercancía de importación.

Las técnicas de valuación utilizadas por la Compañía para determinar y revelar el valor razonable de sus instrumentos financieros derivados están basadas en el nivel 2 de la jerarquía de valor razonable (Ver Nota 3 "Resumen de políticas contables significativas - Activos y pasivos financieros y medición del valor razonable").

Al 31 de diciembre de 2019 y 2018, se tienen contratos Fx-forwards con una vigencia no mayor a cuatro meses registrados en otras cuentas por pagar, los cuales se muestran a continuación:

	2019	2018
Contratos vigentes	292	90
Monto nocional (millones de dólares)	US\$ 167.30	US\$ 191.96
Valor razonable (millones de pesos)	\$ (55.90)	\$ (72.74)

Riesgo de tasa de interés:

La Compañía tiene inversiones de inmediata realización en papel gubernamental las cuales generan intereses. Al disminuir la tasa de interés disminuye el ingreso financiero de la Compañía. La tasa de interés de dichas inversiones fluctuó durante 2019 entre 3.60% y 9.01%. Al 31 de diciembre de 2019 se obtuvieron productos financieros por intereses por un monto de \$1,218,687 (\$1,268,122 en 2018).

Considerando las inversiones de inmediata realización que se tienen al 31 de diciembre de 2019, si se presentara un aumento o disminución en la tasa de interés de 0.50%, se tendría un efecto favorable o desfavorable en los ingresos financieros de \$71,292.

5. Efectivo y equivalentes de efectivo

El efectivo y equivalentes de efectivo al 31 de diciembre de 2019 y 2018, se integra como sigue:

	2019	2018
Efectivo en caja y bancos	\$ 19,168,562	\$ 14,625,147
Inversiones de realización inmediata	11,688,528	24,204,451
	\$ 30,857,090	\$ 38,829,598

6. Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar al 31 de diciembre de 2019 y 2018, se integran como sigue:

	2019	2018
Impuestos a favor	\$ 9,901,836	\$ 7,865,937
Clientes	2,307,348	2,745,233
Otras cuentas por cobrar	1,611,393	1,495,376
Partes relacionadas (Nota 12)	95,736	83,000
Provisión para deterioro de otras cuentas por cobrar	(199,351)	(154,517)
	\$ 13,716,962	\$ 12,035,029

Las cuentas por cobrar a clientes tienen un plazo promedio de cobro de 30 a 90 días.

7. Inventarios

Los inventarios al 31 de diciembre de 2019 y 2018, se integran como sigue:

	2019	2018
Mercancía para la venta	\$ 63,951,823	\$ 59,696,445
Desarrollo agro-industrial	841,245	914,688
	64,793,068	60,611,133
Mercancías en tránsito	2,760,146	2,733,132
	\$ 67,553,214	\$ 63,344,265

Al 31 de diciembre de 2019 y 2018, el efecto del deterioro de los inventarios es de \$1,326,742 y \$1,155,004, respectivamente, el cual se incluyó dentro del costo de ventas en el estado consolidado de resultados integral.

8. Inmuebles y equipo

Los inmuebles y equipo al 31 de diciembre de 2019 y 2018 se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2017	Adiciones	Bajas	Trasposos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2018	Adiciones	Bajas	Trasposos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2019
Terrenos	\$ 29,931,705	\$ 161,016	\$(7,703)	\$ 402,095	\$ (306,839)	\$ 30,180,274	\$ 405,314	\$ (15,251)	\$ 594,790	\$ (32,687)	\$ 31,132,440
Edificios	59,634,168	1,788,325	(653,538)	3,086,509	(767,054)	63,088,410	1,281,157	(814,475)	4,766,994	(208,660)	68,113,426
Instalaciones y mejoras	43,569,024	977,017	(706,321)	1,268,176	(260,999)	44,846,897	572	(538,637)	4,544,817	(189,483)	48,664,166
Mobiliario y equipo	68,729,832	5,789,288	(1,052,006)	2,740,692	(833,648)	75,374,158	4,112,212	(2,613,994)	5,283,148	(394,982)	81,760,542
Subtotal	201,864,729	8,715,646	(2,419,568)	7,497,472	(2,168,540)	213,489,739	5,799,255	(3,982,357)	15,189,749	(825,812)	229,670,574
Depreciación acumulada	(84,133,219)	(11,309,228)	2,080,436	(106,245)	661,052	(92,807,204)	(12,309,236)	2,488,305	(305,547)	350,171	(102,583,511)
Obras en proceso	4,521,242	8,922,590	3,416	(7,502,528)	16,023	5,960,743	14,461,560	(392,124)	(14,964,314)	(33,423)	5,032,442
Total	\$ 122,252,752	\$ 6,329,008	\$(335,716)	\$ (111,301)	\$ (1,491,465)	\$ 126,643,278	\$ 7,951,579	\$ (1,886,176)	\$ (80,112)	\$ (509,064)	\$ 132,119,505

La depreciación por el año que terminó el 31 de diciembre de 2019 y 2018, ascendió a \$12,038,867 y \$11,154,800, respectivamente, y está incluido en gastos generales en el estado consolidado de resultados integral. La depreciación incluida en el costo de ventas ascendió a \$270,369 y \$154,428, respectivamente.

El deterioro de inmuebles por el año que terminó el 31 de diciembre de 2019 y 2018 ascendió a \$8,076 y \$216,004, respectivamente, y se presenta en la columna de bajas. También se reversaron deterioros por \$37,564 y \$128,270, respectivamente.

9. Arrendamiento

WALMEX tiene celebrados contratos de arrendamiento de inmuebles. Los arrendamientos normalmente se contratan por un período de 15 años. Algunos contratos de arrendamiento incluyen una opción de renovación unilateral por un período adicional. La Compañía evalúa al inicio del arrendamiento si es razonablemente seguro que ejerza dicha opción de renovación.

Adicionalmente, **WALMEX** tiene celebrados contratos de arrendamiento de plantas tratadoras de aguas residuales, cuyos plazos son de 10 años con opción de compra al final del contrato; así como otros equipos con plazos que van de 3 a 5 años.

WALMEX otorga en subarrendamiento algunas propiedades de inversión.

Al 31 de diciembre de 2019 y 2018, el activo por derecho de uso y por arrendamiento financiero, respectivamente, se integra como sigue:

	2019	2018*
Saldo al inicio del año	\$ 12,724,731	\$ 12,709,974
Efecto de adopción de NIIF 16	33,812,340	-
Adiciones	2,447,597	1,205,197
Modificaciones y actualizaciones	5,670,229	(6,430)
Bajas	(473,459)	(396,980)
Depreciación del periodo	(3,844,268)	(687,704)
Trasposos	(851,965)	(37,437)
Efecto por conversión	189,980	(61,889)
Saldo al final del año	\$ 49,675,185	\$ 12,724,731

(*) Clasificado como arrendamiento financiero hasta el 31 de diciembre de 2018.

Los pasivos por arrendamiento se integran como sigue:

Año	31 de diciembre de 2019
2020	\$ 8,273,625
2021	8,069,080
2022	7,671,583
2023	7,355,548
2024	7,104,737
2025 en adelante	98,907,384
Pagos a valor nominal	137,381,957
Ajuste por valor presente	(80,169,338)
Pasivo por arrendamiento - neto	\$ 57,212,619

La Compañía analizó los acuerdos de prestación de servicios con el fin de determinar si los proveedores transfieren a **WALMEX** el derecho de uso de un activo. Derivado de este análisis, **WALMEX** no tiene acuerdos de prestación de servicios relevantes que se clasifiquen como arrendamientos.

Los importes reconocidos en el estado consolidado de resultados se muestran a continuación:

	Año terminado el 31 de diciembre de 2019
Gasto de depreciación de los activos por derecho de uso por tipo de activo:	
Inmuebles	\$ 3,218,362
Equipos	625,906
Intereses por pasivos por arrendamiento	5,752,506
Gasto de renta por arrendamientos a corto plazo	495,219
Gasto de renta por arrendamientos de activos de bajo valor	4,260
Gasto de renta variable (no incluido en la medición de pasivos por arrendamiento)	2,656,794
Ingresos por renta por subarrendamiento	(114,085)

Las rentas operativas de inmuebles cargadas a resultados por el año que terminó el 31 de diciembre de 2018 ascendió a \$6,775,941 y está incluido en el rubro de gastos generales del estado consolidado de resultados integral.

Los importes reconocidos en el estado consolidado de flujos de efectivo se muestran a continuación:

	Año terminado el 31 de diciembre de 2019
Pagos de renta – principal	\$ 2,323,791
Pagos de renta – interés	\$ 5,752,506
Altas de activos por derecho de uso	\$ 2,447,597
Modificaciones y actualizaciones	\$ 5,670,229

10. Propiedades de inversión

Las propiedades de inversión al 31 de diciembre de 2019 y 2018 se integra como sigue:

	Diciembre 31, 2017			Diciembre 31, 2018			Modificaciones y actualizaciones		Diciembre 31, 2019	
		Adiciones	Bajas		Adiciones	Bajas		Trasposos		
Terrenos	\$ 2,592,780	\$ -	\$ (39,246)	\$ 2,553,534	\$ 12	\$ (6,669)	\$ -	\$ 3,402	\$ 2,550,279	
Edificios	2,680,000	39,984	(63,476)	2,656,508	22,730	(184,481)	1,654,160	1,802,852	5,951,769	
Instalaciones y mejoras	2,351,195	1,630	15,478	2,368,303	-	(57,028)	-	(658,693)	1,652,582	
Subtotal	7,623,975	41,614	(87,244)	7,578,345	22,742	(248,178)	1,654,160	1,147,561	10,154,630	
Depreciación acumulada	(2,505,268)	(233,422)	14,315	(2,724,375)	(369,977)	61,997	(126,102)	(351,955)	(3,510,412)	
Total	\$ 5,118,707	\$ (191,808)	\$ (72,929)	\$ 4,853,970	\$ (347,235)	\$ (186,181)	\$ 1,528,058	\$ 795,606	\$ 6,644,218	

El gasto por depreciación por el año que terminó el 31 de diciembre de 2019 y 2018, ascendió a \$369,977 y \$233,422, y está incluido en gastos generales del estado consolidado de resultados integral.

El valor razonable estimado de las propiedades de inversión al 31 de diciembre de 2019 y 2018 es de \$9,238,994 y \$8,028,001, respectivamente.

Las propiedades de inversión de la Compañía consisten en propiedades comerciales ubicadas en México. La Administración determinó que las propiedades de inversión se agrupan según la naturaleza, las características y el cliente principal de cada propiedad.

Al 31 de diciembre de 2019 y 2018, los valores razonables de las propiedades se basan en valoraciones de la Administración. Para calcular el valor de una propiedad comercial se utilizó el enfoque de rentas apropiado a los alquileres generados por las mismas (GRM por sus siglas en inglés).

11. Activos intangibles

Los activos intangibles al 31 de diciembre de 2019 y 2018 se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2017			Efecto por conversión			Diciembre 31, 2018			Efecto por conversión			Diciembre 31, 2019	
		Adiciones	Bajas	Trasposos			Adiciones	Bajas	Trasposos					
Crédito mercantil	\$ 37,373,196	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (2,383,986)	\$ 34,989,210	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 156,151	\$ 35,145,361			
Marcas	914,273	-	-	-	(46,027)	868,246	1,234	-	-	(12,693)	856,787			
Licencias y software	2,622,255	252,728	(4,223)	148,651	(10,594)	3,008,817	290,042	(6,155)	136,142	246	3,429,092			
Clientes	229,790	-	-	-	(14,766)	215,024	-	-	-	4,076	219,100			
Subtotal	41,139,514	252,728	(4,223)	148,651	(2,455,373)	39,081,297	291,276	(6,155)	136,142	147,780	39,650,340			
Amortización acumulada	(1,771,486)	(327,234)	70	500	14,592	(2,083,558)	(479,026)	(177)	329	(4,318)	(2,566,750)			
Total	\$ 39,368,028	\$ (74,506)	\$ (4,153)	\$ 149,151	\$ (2,440,781)	\$ 36,997,739	\$ (187,750)	\$ (6,332)	\$ 136,471	\$ 143,462	\$ 37,083,590			

La Administración de la Compañía concluyó que no existe deterioro del crédito mercantil al 31 de diciembre de 2019 y 2018 con base en las pruebas de deterioro.

Las marcas representan aquéllas que fueron adquiridas en la compra de Centroamérica tales como: Palí, Despensa Familiar, Maxi Bodega, entre otras; se convierten al tipo de cambio de cierre y el efecto se reconoce en otras partidas de utilidad integral.

El gasto por amortización de licencias, software y clientes por el año que terminó el 31 de diciembre de 2019 y 2018, ascendió a \$479,026 y \$327,234, respectivamente, y está incluido en el rubro de gastos generales en el estado consolidado de resultados integrales.

12. Partes relacionadas

GRI 102-25

a) Saldos con partes relacionadas

Al 31 de diciembre de 2019 y 2018, el estado consolidado de situación financiera incluye los siguientes saldos con partes relacionadas:

	2019	2018
Cuentas por cobrar - neto:		
Walmart Inc.	\$ 95,736	\$ 83,000
Cuentas por pagar:		
C.M.A. - U.S.A., L.L.C.	\$ 695,229	\$ 689,282
Swiss Asia Minor GmbH	101,254	120,005
	\$ 796,483	\$ 809,287
Otras cuentas por pagar:		
Walmart Inc.	\$ 1,248,841	\$ 1,143,739

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. Los saldos con partes relacionadas se consideran recuperables, y por consiguiente, por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2019 y 2018, no hubo gastos por incobrabilidad de saldos con partes relacionadas.

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 con CMA USA LLC.
- Comisiones por compras a Swiss Asia Minor GmbH pagaderos de forma recurrente.
- Asistencia técnica y servicios con Walmart Inc., pagaderos mensualmente.
- Regalías por uso de marcas con Walmart Inc., pagadero trimestralmente con base en un porcentaje sobre las ventas de los negocios de autoservicio y Sam's.

Todas las operaciones se realizan en condiciones de mercado.

A continuación, se presentan los montos de las operaciones con partes relacionadas por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2019 y 2018:

	2019	2018
Compras y comisiones por importaciones de mercancía para la venta:		
C.M.A. - U.S.A., L.L.C.	\$ 4,432,605	\$ 4,644,211
Swiss Asia Minor GmbH	255,494	247,429
	\$ 4,688,099	\$ 4,891,640
Costos y gastos por asistencia técnica, servicios y regalías:		
Walmart Inc.	\$ 8,158,541	\$ 4,225,378

c) Remuneraciones a principales funcionarios

Las remuneraciones a los principales funcionarios y al Consejo de Administración por los años terminados el 31 de diciembre de 2019 y 2018, se integran como sigue:

	2019	2018
Beneficios a corto plazo	\$ 1,133,350	\$ 1,238,960
Beneficios por terminación	84,491	60,081
Beneficios basados en acciones	167,092	126,434
\$ 1,384,933	\$ 1,425,475	

13. Otras cuentas por pagar

El saldo de las otras cuentas por pagar al 31 de diciembre de 2019 y 2018, se integra como sigue:

	2019	2018
Pasivos acumulados y otros	\$ 16,250,914	\$ 17,002,963
Dividendos	136,999	5,831,387
Contingencias (Nota 14)	2,131,626	1,699,542
Ingresos diferidos ^(a)	1,348,990	1,583,393
Partes relacionadas (Nota 12)	1,248,841	1,143,739
\$ 21,117,370	\$ 27,261,024	

(a) Los ingresos diferidos representan membresías de Sam's club, tarjetas de regalo sin redimir e ingresos diferidos por rentas relacionados con las ventas de Vips y Suburbia.

14. Compromisos y contingencias

a) Compromisos

Al 31 de diciembre de 2019, la Compañía tiene celebrados varios contratos con proveedores que generaron compromisos para la adquisición de inventarios e inmuebles y equipo, servicios de mantenimiento, así como servicios de abastecimiento de energía renovable los cuales se muestran a continuación:

Año	Importe
2020	\$ 20,679,381
2021	\$ 1,645,344
2022	\$ 1,712,290
2023	\$ 1,779,233
2024	\$ 1,848,805
2025 en adelante	\$ 16,153,264

La Compañía tiene compromisos por arrendamiento como se muestra en la Nota 9.

b) Contingencias

La Compañía está sujeta a varias demandas y contingencias por concepto de procedimientos legales (juicios laborales, civiles, mercantiles y administrativos) y fiscales. La Compañía ha reconocido una provisión de \$2,131,626 al 31 de diciembre de 2019, (\$1,699,542 al 31 de diciembre de 2018) la cual es presentada en el rubro de otras cuentas por pagar. En opinión de la Compañía, si los resultados de esos procedimientos legales le fueran adversos, no tendrían un efecto negativo significativos ni en lo individual ni en su conjunto.

Las autoridades fiscales realizaron una revisión de la operación de venta de la división de restaurantes Vips a Alsea y emitieron un oficio de liquidación, en el que reclaman el pago de supuestas diferencias en el pago de impuestos, que al 31 de diciembre de 2019 ascienden a \$10,559 millones, que incluye impuestos, multas, recargos y actualización.

No estamos creando una provisión al respecto, ya que los abogados externos y la administración de la Compañía consideran que se cuenta con todos los elementos para sostener la validez de las operaciones realizadas y prevalecer, ya sea en la vía administrativa o judicial.

Se procedió a presentar un recurso de revocación ante las autoridades fiscales, el cual aún se encuentra pendiente de resolución, a efecto de que realicen una adecuada valoración de todos los argumentos que se tienen.

c) Procedimientos Legales

WALMEX es una subsidiaria indirecta de Walmart 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 10 consejeros propietarios. Los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias del Consejo están integrados exclusivamente por consejeros independientes.

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 23 de abril de 2012, WMT fue 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 20 de junio de 2019, **WALMEX** informó que WMT llegó a un acuerdo global con el Departamento de Justicia (DOJ por sus siglas en inglés) y con la Comisión de Bolsa y Valores de Estados Unidos (SEC por sus siglas en inglés), dando fin a una investigación de siete años en materia de FCPA. Mediante estos acuerdos, que se refieren a conductas ocurridas en el pasado, WMT acordó un pago de \$282.7 millones de dólares. Esta resolución global da por terminadas todas las investigaciones en torno a FCPA de WMT, y sus subsidiarias por el DOJ y la SEC.

Estos acuerdos se refieren a los controles anticorrupción en Brasil, México, India y China, previos a abril de 2011. WMT, bajo la dirección de su Comité de Auditoría, condujo una exhaustiva investigación interna, y cooperó con el DOJ y la SEC, tomando las acciones para establecer un fuerte Programa de Cumplimiento y Anticorrupción a nivel global.

Durante los últimos siete años, WMT invirtió más de \$900 millones de dólares en solicitudes de información e investigación en FCPA, en su Programa Global de Cumplimiento y en mejoras organizacionales. Las acciones de WMT fueron reconocidas por el DOJ y la SEC, en los acuerdos establecidos.

Como parte de la resolución, WMT celebró un acuerdo con el DOJ, quien no enjuiciará o procesará a WMT, si ésta cumple, por un periodo de tres años, con las obligaciones establecidas en el acuerdo. WMT también acordó una orden administrativa con la SEC para resolver los hallazgos relacionados con violaciones de FCPA a los ordenamientos sobre libros y registros y políticas de control interno. Adicionalmente, como parte del acuerdo con el DOJ, Walmart Brasilia, S.a.r.l., una subsidiaria indirecta de WMT, fue declarada culpable ante la Corte Distrital del Distrito Este de Virginia, por violaciones de FCPA en materia de libros y registros.

WMT también acordó con el DOJ, ser monitoreado con un alcance limitado y de forma independiente por un periodo de dos años. Asimismo, WMT acordó reportar a la SEC su Programa de Anticorrupción por un periodo de dos años.

WMT ha adoptado una gran cantidad de medidas para fortalecer su Programa Global de Anticorrupción, robusteciendo sus políticas, procedimientos y controles internos en cada país en donde opera. La NYSE reconoció a la compañía en 2016, con el galardón de "Mejor Gobernanza y Mejor Programa de Riesgo y Cumplimiento", dentro del grupo de empresas con mayor valor de capitalización de mercado.

WMT acordó realizar un pago total de \$282.7 millones de dólares, divididos de la siguiente forma: \$137.96 millones de dólares al DOJ como multa y \$144.69 millones de dólares en devolución de ganancias más intereses para la SEC. Una multa a Walmart Brasilia S.a.r.l. de \$4.3 millones de dólares, incluido el decomiso, que será deducida de la cantidad adeudada por WMT, derivada del acuerdo con el DOJ. En noviembre de 2017, WMT reveló tener una previsión aproximada de \$283 millones de dólares al DOJ y a la SEC. De esta forma, este monto estaba previsto y no impactará los resultados financieros de WMT.

15. Pasivos por arrendamiento y otros pasivos a largo plazo

En el rubro de pasivos por arrendamiento y otros pasivos a largo plazo al 31 de diciembre de 2019 y 2018, se incluyen:

	2019	2018
Pasivos por arrendamiento a largo plazo	\$ 54,168,291	\$ 14,167,265
Ingreso diferido por rentas	4,522,312	4,881,202
Arrendamiento operativo	-	962,218
Otros	8,097	8,623
	\$ 58,698,700	\$ 20,019,308

16. Impuestos a la utilidad

La provisión del impuesto sobre la renta incluye el impuesto a cargo de las subsidiarias localizadas en México y en el extranjero, el cual es determinado de conformidad con las leyes fiscales vigentes de cada país. Hasta el 31 de diciembre de 2019, las compañías de México determinaron y pagaron el impuesto sobre la renta bajo el régimen general de ley.

Los impuestos aplicados a resultados por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2019 y 2018, se integran como sigue:

	2019	2018
Impuesto causado	\$ (11,143,214)	\$ (13,034,909)
Impuesto diferido	(161,133)	927,786
Total	\$ (11,304,347)	\$ (12,107,123)

Al 31 de diciembre de 2019 y 2018, la tasa efectiva de impuestos es del 23.0% y 24.8%, respectivamente. La diferencia con las tasas de impuestos establecidas en las leyes fiscales se debe principalmente a efectos inflacionarios y a otras partidas permanentes.

Las tasas de impuesto sobre la renta aplicables en cada país se muestran a continuación:

	Tasa
México	30%
Costa Rica	30%
Guatemala	25%
Honduras	30%
Nicaragua	30%
El Salvador	30%

A continuación, se presentan los activos y pasivos por impuestos diferidos generados por las diferencias temporales al 31 de diciembre de 2019 y 2018:

	2019	2018
Activo diferido:		
Arrendamientos y otros pasivos a largo plazo	\$ 3,175,816	\$ 3,729,985
Otras cuentas por pagar	2,168,464	1,852,480
Inventarios	826,628	750,551
Obligaciones laborales	789,490	553,700
Pérdidas fiscales pendientes de amortizar de subsidiarias	908,628	529,079
Provisión para deterioro de otras cuentas por cobrar	39,540	51,827
	\$ 7,908,566	\$ 7,467,622
Pasivo diferido:		
Inmuebles y equipo	\$ 4,278,470	\$ 5,190,660
Pagos anticipados	988,959	234,830
Otras partidas	221,530	361,442
Adopción CINIIF 23 / Otros impactos	1,252,609	-
	\$ 6,741,568	\$ 5,786,932

El impuesto sobre la renta diferido activo sobre las pérdidas fiscales pendientes de amortizar se reconoce en la medida de que la realización del beneficio fiscal relacionado a través de utilidades fiscales futuras es probable.

La Compañía tiene pérdidas fiscales de subsidiarias que pueden amortizarse contra las utilidades fiscales que se generen en los próximos años, como sigue:

Año de expiración	Importe
2024	\$ 11
2027	368,412
2028	915,291
2029	1,745,045
	\$ 3,028,759

Los cambios en los activos y pasivos por impuesto diferidos (neto) al 31 de diciembre de 2019 y 2018 se muestran a continuación:

	2019	2018
Saldo al inicio del año	\$ 1,680,690	\$ 795,235
Movimiento neto del ejercicio	47,155	1,381,566
Exceso de ejercicios anteriores	(219,828)	(453,838)
Otras partidas de utilidad integral	191,446	(29,380)
Adopción NIIF 16	739,729	-
Adopción CINIIF 23 / Otros impactos	(1,252,609)	-
Efecto por conversión	(19,585)	(12,893)
Saldo a final de año	\$ 1,166,998	\$ 1,680,690

No se esperan impactos materiales para el Grupo derivado de la reforma fiscal promulgada en 2019 y que entrará en vigor a partir de 2020.

17. Beneficios a los empleados

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 2019 y 2018:

Obligaciones por
beneficios definidos
Activos del plan
Pasivo neto
proyectado

	Prima de antigüedad		Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro	
	2019	2018	2019	2018
Obligaciones por beneficios definidos	\$ 1,489,633	\$ 1,015,698	\$ 1,528,323	\$ 1,446,924
Activos del plan	(929,670)	(819,595)	-	-
Pasivo neto proyectado	\$ 559,963	\$ 196,103	\$ 1,528,323	\$ 1,446,924

Los cambios en el valor presente de la obligación por beneficios definidos (OBD) al 31 de diciembre de 2019 y 2018 se muestran a continuación:

	Prima de antigüedad		Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro	
	2019	2018	2019	2018
OBD al inicio del año	\$ 1,015,698	\$ 1,020,340	\$ 1,446,924	\$ 1,728,121
Costo neto del año cargado a resultados:				
Costo laboral del servicio prestado	141,596	152,112	205,925	180,208
Costo de intereses sobre OBD	97,129	78,675	130,003	144,023
Otras partidas de utilidad integral	358,572	(99,520)	323,897	29,142
Beneficios pagados	(123,362)	(135,909)	(521,263)	(568,705)
Efectos por conversión	-	-	(57,163)	(65,865)
OBD al final del año	\$ 1,489,633	\$ 1,015,698	\$ 1,528,323	\$ 1,446,924

Los cambios en el valor presente de los activos del plan (AP), al 31 de diciembre de 2019 y 2018, se muestran a continuación:

	Prima de antigüedad	
	2019	2018
AP al inicio del año	\$ (819,595)	\$ (756,598)
Rendimiento de los activos del plan	(78,480)	(58,228)
Otras partidas de utilidad integral	5,191	31,776
Aportaciones al plan	(160,075)	(172,278)
Beneficios pagados	123,289	135,733
AP al final del año	\$ (929,670)	\$ (819,595)

Las técnicas de valuación utilizadas por la Compañía para determinar y revelar el valor razonable de sus instrumentos financieros están basadas en la jerarquía de nivel 1.

Al 31 de diciembre de 2019 y 2018, los activos del plan están invertidos a través del fideicomiso en mercado de dinero. Al 31 de diciembre de 2019 y 2018, las ganancias/pérdidas actuariales de las obligaciones laborales neto de impuestos se reconocen en el rubro de otras partidas de utilidad integral y ascienden a \$(236,202) y \$451,458, respectivamente.

Los supuestos utilizados en las valuaciones actuariales de México y Centroamérica son los siguientes:

	México		Centroamérica	
	2019	2018	2019	2018
Financieros:				
Tasa de descuento	7.45%	9.50%	5.30%-9.37%	3.80%-13.56%
Tasa de incremento en salarios	5.25%	5.25%	2.50%-7.51%	2.50%-7.51%
Tasa de incremento del salario mínimo	4.50%	4.00%	2.00%-5.00%	2.00%-7.01%
Tasa de inflación	4.00%	4.00%	1.20%-4.52%	2.00%-7.01%

Biometría:

Mortalidad
Incapacidad
Edad de retiro

	México		Centroamérica	
	2019	2018	2019	2018
Mortalidad	IMSS 2009⁽¹⁾	IMSS-97 ⁽¹⁾	RP-2000⁽²⁾	RP-2000 ⁽²⁾
Incapacidad	21.10%	21.07%	15.40%	15.40%
Edad de retiro	60 años	60 años	50-65 años	50-65 años

⁽¹⁾ Experiencia del Instituto Mexicano del Seguro Social para hombres y mujeres.

⁽²⁾ RP-2000 para Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

A continuación, se presenta un análisis de sensibilidad de la OBD al 31 de diciembre de 2019.

OBD al 31 de diciembre de 2019
OBD a la tasa de descuento +1%
OBD a la tasa de descuento -1%
Efecto sobre OBD:
Tasa de descuento +1%
Tasa de descuento -1%

	Importe
OBD al 31 de diciembre de 2019	\$ 3,017,956
OBD a la tasa de descuento +1%	\$ 2,841,089
OBD a la tasa de descuento -1%	\$ 3,332,390
Efecto sobre OBD:	
Tasa de descuento +1%	\$ (263,365)
Tasa de descuento -1%	\$ 413,334

La tasa de descuento para México se determinó utilizando la curva de bonos gubernamentales emitidos por el Gobierno Federal conocidos como Bonos M. En Centroamérica, la tasa de descuento se determinó utilizando la curva de bonos de los Estados Unidos de América más el riesgo de cada país.

18. Capital contable

a) En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas del 21 de marzo de 2019, se acordó:

1. Aprobar que la cantidad máxima que la sociedad podrá utilizar durante 2019 para recomprar acciones propias, la cual asciende a \$5,000,000. No se realizaron compra de acciones propias al 31 de diciembre de 2019.

2. Decretar un dividendo ordinario el cual se le pagará al accionista en efectivo a razón de \$0.84 pesos por acción en tres exhibiciones de \$0.28 pesos por acción cada una los días 25 de abril de 2019, 28 de agosto de 2019 y 27 de noviembre de 2019; y un dividendo extraordinario que se pagará en efectivo a razón de \$0.91 pesos por acción en tres exhibiciones: \$0.35 pesos el día 25 de abril de 2019, \$0.30 pesos el 28 de agosto de 2019 y \$0.26 pesos el 27 de noviembre de 2019.

Una vez aprobado el decreto de dividendos por la Asamblea de Accionistas, la Compañía disminuye las utilidades acumuladas reconociendo la cuenta por pagar en el estado consolidado de situación financiera.

b) El capital social está representado por acciones de una misma serie que son nominativas comunes u ordinarias sin expresión de valor nominal y de libre suscripción. El capital social debe estar amparado por un mínimo de tres mil millones y un máximo de cien mil millones de acciones.

Al 31 de diciembre de 2019 y 2018, el capital social nominal exhibido y el número de acciones se muestran a continuación:

Capital social	Importe
Mínimo fijo	\$ 5,591,362
Variable	36,935,265
Subtotal	42,526,627
Actualización	2,941,801
Total	\$ 45,468,428
Número de acciones ordinarias de suscripción libre	17,461,402,631

Durante los años que terminaron el 31 de diciembre de 2019 y 2018 no se realizaron compras de acciones propias.

c) 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 10 y 78 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Al 31 de diciembre de 2019 y 2018, el monto de las cuentas fiscales relacionadas con el capital contable asciende a \$66,451,789 y \$77,766,617, respectivamente, de acuerdo con las disposiciones fiscales vigentes.

d) El fondo para el plan de acciones al personal cuenta con 158,548,465 acciones de **WALMEX**, que están en un fideicomiso creado para tal fin.

El costo de compensación durante el año que terminó el 31 de diciembre de 2019 y 2018 asciende a \$330,777 y \$307,379, respectivamente, el cual no representa una salida de recursos y está incluido en el rubro de gastos generales en el estado consolidado de resultados integral.

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

	Número de acciones	Precio promedio ponderado (pesos)
Saldo al 31 de diciembre de 2017	184,962,474	35.73
Asignadas	35,274,409	45.62
Ejercidas	(46,694,684)	33.39
Canceladas	(13,989,997)	34.50
Saldo al 31 de diciembre de 2018	159,552,202	38.38
Asignadas	41,020,219	49.54
Ejercidas	(30,471,230)	33.38
Canceladas	(11,552,726)	43.34
Saldo al 31 de diciembre de 2019	158,548,465	41.87
Acciones disponibles para asignación:		
Al 31 de diciembre de 2019	6,620,210	
Al 31 de diciembre de 2018	5,606,718	

Al 31 de diciembre de 2019, las acciones asignadas y disponibles para ejercer correspondientes al fondo para el plan de acciones ascienden a 158,548,465 y 54,903,239, respectivamente.

19. Otras revelaciones de ingresos

a) Los otros ingresos que forman parte de la actividad principal de la Compañía se integran como sigue:

	Por el año terminado el 31 de diciembre de	
	2019	2018
Membresías	\$ 1,783,884	\$ 1,600,375
Rentas	2,063,744	1,996,618
Venta de desperdicio	555,810	580,113
Bonificaciones de bancos	534,895	494,658
Estacionamiento	83,455	52,266
Total	\$ 5,021,788	\$ 4,724,030

Por el año que terminó el 31 de diciembre de 2019, los ingresos por renta incluyen \$593,530 (\$575,280 en 2018) de propiedades de inversión.

b) La Compañía analiza y administra su operación a través de su ubicación geográfica y por formato.

A continuación, se detalla la segregación de los ingresos por contratos con clientes:

	Por el año terminado el 31 de diciembre de	
	2019	2018
México:		
Autoservicio	61.5%	61.2%
Clubes de precios	20.7%	20.4%
Centroamérica:	17.8%	18.4%

De las ventas netas totales de **WALMEX**, aproximadamente \$9.3 mil millones y \$7.1 mil millones se relacionan con Comercio Electrónico por el año terminado el 31 de diciembre de 2019 y 2018, respectivamente.

20. Costos y gastos por naturaleza

El costo de venta y los gastos generales que se presentan en el estado consolidado de resultados integral incluyen principalmente, compra de mercancía, costos de personal, depreciación y amortización, rentas, publicidad, mantenimiento, servicios públicos, regalías y asistencia técnica.

21. Ingresos y gastos financieros

Los ingresos y gastos financieros al 31 de diciembre de 2019 y 2018, se integran como sigue:

Ingresos financieros:

Productos financieros
Utilidad por fluctuación cambiaria
Utilidad por cambios en el valor razonable de los derivados

	2019	2018
Productos financieros	\$ 1,218,687	\$ 1,268,122
Utilidad por fluctuación cambiaria	628,208	805,203
Utilidad por cambios en el valor razonable de los derivados	413,161	256,252
Total	\$ 2,260,056	\$ 2,329,577

Gastos financieros:

Intereses arrendamiento financiero
Pérdida por fluctuación cambiaria
Pérdida por cambios en el valor razonable de los derivados
Otros gastos financieros

	2019	2018
Intereses arrendamiento financiero	\$ (5,752,506)	\$ (1,553,237)
Pérdida por fluctuación cambiaria	(619,192)	(630,197)
Pérdida por cambios en el valor razonable de los derivados	(396,321)	(354,448)
Otros gastos financieros	(292,604)	(121,747)
Total	\$ (7,060,623)	\$ (2,659,629)

Los productos financieros incluyen principalmente los intereses ganados por inversión.

22. 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.

A continuación, se muestra otra información financiera por segmento geográfico:

Año que terminó el 31 de diciembre de 2019			
Segmento	Utilidad de operación	Gastos Financieros, neto	Utilidad antes de impuestos a la utilidad
México	\$ 47,403,081	\$ (4,125,047)	\$ 43,278,034
Centroamérica	6,599,605	(675,520)	5,924,085
Consolidado	\$ 54,002,686	\$ (4,800,567)	\$ 49,202,119

Año que terminó el 31 de diciembre de 2018			
Segmento	Utilidad de operación	Gastos Financieros, neto	Utilidad antes de impuestos a la utilidad
México	\$ 41,981,265	\$ (255,091)	\$ 41,726,174
Centroamérica	7,208,523	(74,961)	7,133,562
Consolidado	\$ 49,189,788	\$ (330,052)	\$ 48,859,736

Año que terminó el 31 de diciembre de 2019				
Segmento	Adquisición de activos de larga duración de vida definida	Depreciación y amortización	Total Activos	Pasivos a corto plazo
México	\$ 15,391,225	\$ 13,178,163	\$ 247,035,722	\$ 93,743,256
Centroamérica	5,183,605	3,824,344	67,092,444	21,008,298
Crédito mercantil	-	-	35,145,361	-
Consolidado	\$ 20,574,830	\$ 17,002,507	\$ 349,273,527	\$ 114,751,554

Año que terminó el 31 de diciembre de 2018				
Segmento	Adquisición de activos de larga duración de vida definida	Depreciación y amortización	Total Activos	Pasivos a corto plazo
México	\$ 11,694,003	\$ 9,681,218	\$ 213,528,655	\$ 95,519,391
Centroamérica	6,238,575	2,876,370	58,010,968	18,646,101
Crédito mercantil	-	-	34,989,210	-
Consolidado	\$ 17,932,578	\$ 12,557,588	\$ 306,528,833	\$ 114,165,492

El análisis de ingresos por contratos con clientes se presenta en la nota 19.

23. Aprobación de los estados financieros

Los estados financieros consolidados y sus notas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2019 y 2018, fueron aprobados por la Administración y por el Consejo de Administración de la Compañía el 13 de febrero de 2020, y están sujetos a la aprobación de la Asamblea de Accionistas. Los eventos posteriores se consideran hasta esta fecha.

Informe de Verificación Limitada Independiente

Al Consejo de Administración de Wal-Mart de México S.A.B de C.V.:

Alcance del trabajo

Hemos efectuado una verificación limitada independiente de los contenidos de información e indicadores de desempeño en el Anexo A y presentados en el Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa (el "Informe") de Wal-Mart de México S.A.B de C.V ("Wal-Mart de México" o la "compañía") incluyendo el inventario de emisiones GEI alcance 1 y 2 correspondiente al ejercicio 2019, según los criterios de reporte establecidos por los Estándares GRI, Estándar GHG protocol y programa GEI México (los "Criterios").

La preparación del Informe es responsabilidad de la Administración de Wal-Mart de México. Asimismo, la Administración de Wal-Mart de México también es responsable de la información y las afirmaciones contenidas en el mismo, de la definición del alcance del Informe y de la gestión y control de los sistemas de información que hayan proporcionado, así como la información reportada.

Nuestro trabajo ha sido efectuado de acuerdo con el Estándar Internacional para Trabajos de Aseguramiento ISAE 3000, emitido por el International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) del International Federation of Accountants (IFAC). Este estándar exige que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo de forma que obtengamos una seguridad limitada sobre si el Informe está exento de errores materiales y que cumplamos las exigencias éticas, incluyendo las de independencia incluidas en el Código Ético del International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA).

Estándares y procedimientos de verificación

Los procedimientos de verificación efectuados se centraron en lo siguiente:

- Entrevistas con las personas responsables de la información para el entendimiento de las actividades realizadas y los procesos utilizados para la recopilación de información.
- Revisión de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe de acuerdo a lo señalado en los Estándares GRI, Estándar GHG protocol y programa GEI México.
- Entendimiento de los procesos utilizados para la compilación y consolidación de los datos cuantitativos y cualitativos, así como la trazabilidad de estos.

- Revisión de la documentación soporte, por medio de análisis.
- Re-cálculos, así como muestreos para tener mayor certidumbre de los indicadores reportados.

Cabe mencionar que el alcance de esta revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por lo tanto, la seguridad proporcionada también es menor. El presente Informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

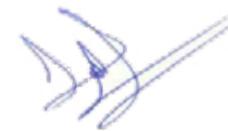
Conclusiones

Basado en nuestro trabajo descrito en este informe, nada ha llamado la atención que nos haga creer que los contenidos de información e indicadores de desempeño seleccionados no se presentan, en todos los aspectos materiales, en conformidad con los criterios preestablecidos.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés del Consejo de Administración de Wal-Mart de México S.A.B de C.V., de acuerdo con los términos de nuestra Carta Compromiso.

Mancera, S.C.

Integrante de Ernst & Young Global Limited



Saúl García Arreguín

Socio

Ciudad de México a 18 de marzo de 2020

Anexo A: Anexo de los contenidos de información verificados

Contenidos de información

GRI / KPI	Nombre del contenido de información	GRI / KPI	Nombre del contenido de información
IP ¹	Antimonopolio	413-1 ²	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo
IP ³	Estructura del Sistema de cumplimiento,	416-1 ⁴	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios
304-1 ⁵	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	417-1 ⁵	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios
304-2 ⁵	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	418-1 ⁵	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente
403-3 ⁵	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad		

¹ Indicador propio con cobertura de la información correspondiente a México y Centroamérica

² La cobertura de la información corresponde a México y Centroamérica, así como el alcance del criterio del contenido GRI: inciso a. (i-vi).

³ Indicador propio con cobertura de la información correspondiente a México y Centroamérica, incluida la estructura de responsabilidades y línea de reporte (organigrama de ética y cumplimiento), descripción de la línea de ética, así como los mecanismos de evaluación del desempeño con base en criterios de cumplimiento y matriz de responsabilidades (medidas disciplinarias)

⁴ La cobertura de la información corresponde a México y Centroamérica, así como el alcance de criterio del contenido GRI. En 2019 no hubo auditorías a productos de la categoría de Joyería y accesorios en México.

⁵ La cobertura de la información corresponde a México y Centroamérica, así como el alcance de los criterios del contenido GRI.

Indicadores de desempeño

GRI / KPI	Nombre del contenido o indicador	Cobertura de la información	Alcance del criterio GRI (Incisos)	Información reportada	Unidad
103-2	Enfoque de gestión: reclamaciones sobre prácticas laborales	México	a, b y c	8,474	Demandas laborales recibidas
				7,371	Demandas recibidas de asociados
				1,103	Demandas recibidas de proveedores
				7,931	Demandas concluidas
				7,281	Demandas concluidas de asociados
				650	Demandas concluidas de proveedores
		Centroamérica		58	Demandas laborales recibidas
				56	Demandas recibidas de asociados
				2	Demandas recibidas de proveedores
				61	Demandas concluidas
				60	Demandas concluidas de asociados
				1	Demandas concluidas de proveedores
202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	México	a y b	15	Porcentaje en que el tabulador general del nivel del salario mínimo se ubica por encima del promedio del salario mínimo en México
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	México y Centroamérica	a y b	8,543	Empleos generados
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	México	a, b y c	77.9	% de compra a proveedores nacionales de frutas y verduras
				97	% de compra a proveedores nacionales de carnes
				60.6	% de compra a proveedores nacionales de pescados y mariscos
		Centroamérica		74.6	% de compra a proveedores regionales de frutas y verduras
				69	% de compra a proveedores regionales de carnes
				64	% de compra a proveedores regionales de pescados y mariscos
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	México y Centroamérica	a, b, c, d y e	100	% de asociados comunicados sobre políticas de anticorrupción
				122,629	Número total de asociados capacitados sobre anticorrupción
				93	% de asociados capacitados sobre anticorrupción

GRI / KPI	Nombre del contenido o indicador	Cobertura de la información	Alcance del criterio GRI (Incisos)	Información reportada	Unidad
				641	Número total de proveedores comunicados sobre anticorrupción
				595	Número total de proveedores capacitados sobre anticorrupción
				99	% de proveedores comunicados y capacitados sobre políticas de anticorrupción
				47	Número total de miembros del Consejo de Administración capacitados sobre políticas de anticorrupción
				99	% de miembros del Consejo de Administración capacitados sobre políticas de anticorrupción
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	México y Centroamérica	a (i, ii)	419,239,466	Toneladas de plástico
				272,644	Toneladas de madera ⁶
				7,852,385	Toneladas de papel
				2,246,958	Toneladas de papel sanitario
				17,471,780	Toneladas de cartón ⁶
				4,474,605	Litros de químicos
				5,987,452	Diésel
				32,723,776	Gas LP
301-2	Insumos reciclados	México y Centroamérica	a	40.4	% plástico reciclado
				1.5	% papel reciclado
				85.4	% papel sanitario reciclado
302-1	Consumo energético dentro de la organización	México y Centroamérica	a, b, c y e	11,639,388	GJ de energía total consumida
				5.9	GJ de energía eléctrica de origen renovable
				3.4	GJ de energía eléctrica de origen fósil
				2.3	GJ de combustibles
302-3	Intensidad energética	México	a y b	1.014	GJ/ m ²
		Centroamérica		0.81	GJ/ m ²
302-4	Reducción del consumo energético	México y Centroamérica	a y c	190,345	GJ de energía eléctrica
303-1	Extracción de agua por fuente	México y Centroamérica	a	12,764,019	m ³ de consumo total de agua
				76.28	% suministro municipal

⁶ El Dato corresponde únicamente a México

GRI / KPI	Nombre del contenido o indicador	Cobertura de la información	Alcance del criterio GRI (Incisos)	Información reportada	Unidad
				1.83	% agua de pozos
303-3	Agua reciclada y reutilizada ⁷	México	a y b	2,193,195	m ³ de agua reutilizada
				22	% de agua reutilizada en relación con el consumo total
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	México y Centroamérica	a ⁸	1,117	Millones de toneladas de CO ₂ equivalente
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	México y Centroamérica	a ⁵	515	Millones de toneladas de CO ₂ equivalente
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	México	a y b	44.00	kg CO ₂ equivalente por m ²
		Centroamérica	a y b	40.58	kg CO ₂ equivalente por m ²
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación ⁹	México y Centroamérica	a, b y c	525,117	Toneladas de residuos no peligrosos generados
				907	Toneladas de residuos peligrosos generados
306-3	Derrames significativos	México	a, b (i, ii, iii) y c	4.6	m ³ diésel derramado
				178,640	kg suelo contaminado
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	México y Centroamérica	a y b ¹⁰	148,705	Nuevas contrataciones México
				10,625	Nuevas contrataciones Centroamérica
				83,982	Nuevas contrataciones hombres
				75,348	Nuevas contrataciones mujeres
				77,125	Nuevas contrataciones menores o igual a 25 años
				29,142	Nuevas contrataciones entre 26 y 30 años
				17,236	Nuevas contrataciones entre 31 y 35 años
				11,912	Nuevas contrataciones entre 36 y 40 años
				23,915	Nuevas contrataciones mayores o igual a 41 años
				148,148	Bajas México
				15,117	Bajas Centroamérica
				88,104	Bajas hombres

⁷Información complementaria del indicador: Número de plantas de tratamiento de agua 1,174

⁸ El criterio de verificación incluye el estándar GHG protocol y especificaciones del programa GEI México

⁹ Información complementaria del indicador: 369,785 toneladas de residuos reciclados, 155,523 toneladas enviados a vertederos, 526,024 toneladas de residuos totales generados.

¹⁰ No incluye el índice de nuevas contrataciones y la tasa de rotación de empleados ya que no se reporta

GRI / KPI	Nombre del contenido o indicador	Cobertura de la información	Alcance del criterio GRI (Incisos)	Información reportada	Unidad
				75,161	Bajas mujeres
				70,897	Bajas menores o igual a 25 años
				33,447	Bajas entre 26 y 30 años
				19,343	Bajas entre 31 y 35 años
				13,152	Bajas entre 36 y 40 años
				26,426	Bajas mayores o igual a 41 años
403-1 ¹¹	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	México	a y b	5	% de asociados representados
		Centroamérica		6.44	% de asociados representados
403-2 ¹²	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo	México	a	2.62	Tasa de frecuencia de accidentes
				2	Muertes por accidente laboral
404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	México y Centroamérica	a	27.6	Promedio de horas de capacitación por asociado
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	México y Centroamérica	a (i), b (i, ii, iii)	36	% de mujeres en cargos ejecutivos
				238,972	Total de asociados
				47	% de asociados hombres
				53	% de asociados mujeres
				27	% de asociados menores o iguales a 25 años
				18	% de asociados entre 26 y 30 años
				14	% de asociados entre 31 y 35 años
				11	% de asociados entre 36 y 40 años
				30	% de asociados mayores o igual a 41
				2,323	Número total de asociados con discapacidad

¹¹ El dato incluye capacitación de 187,796 asociados en seguridad y salud para México y Centroamérica

¹² No incluye el desglose por género

GRI / KPI	Nombre del contenido o indicador	Cobertura de la información	Alcance del criterio GRI (Incisos)	Información reportada	Unidad
				-	% de asociados con discapacidad hombres ¹³
				-	% de asociados con discapacidad mujeres ¹³
				-	% de asociados con discapacidad menores o iguales a 25 años ¹³
				-	% de asociados con discapacidad entre 26 y 30 años ¹³
				-	% de asociados con discapacidad entre 31 y 35 años ¹³
				-	% de asociados con discapacidad entre 36 y 40 años ¹³
				-	% de asociados con discapacidad mayores o igual a 41 ¹³
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	México y Centroamérica	-	-	Indicador verificado, sin embargo, Wal-Mart de México al momento de la publicación del informe decidió no publicarlo
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	México y Centroamérica	a	106,205	Horas totales de formación en la declaración de ética
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	México	a	930	Número total de casos de incumplimiento
				300	Número de casos con resultado en multa o sanción
				4	Número de casos con resultado en amonestación
		Centroamérica		17	Número total de casos de incumplimiento
				0	Número de casos con resultado en multa o sanción
				0	Número de casos con resultado en amonestación
IP ¹⁴	Total, de proveedores	México y Centroamérica	NA	42,224	Número total de proveedores
IP ¹³	Frutas y verduras	México	NA	77.9	% de compra de producto nacional/regional de frutas y verduras
				43.3	% de compra directa al productor de frutas y verduras
				22.1	% de compra directa de importación de frutas y verduras
		Centroamérica		68.6	% de compra de producto nacional/regional de frutas y verduras
				54.6	% de compra directa al productor de frutas y verduras
				25.4	% de compra directa de importación de frutas y verduras
IP ¹³	Carnes	México	NA	88.7	% de compra de producto nacional/regional de carnes

¹³ Indicador verificado, sin embargo, Wal-Mart de México al momento de la publicación del informe decidió no publicarlo

¹⁴ Indicador propio de Walmart

GRI / KPI	Nombre del contenido o indicador	Cobertura de la información	Alcance del criterio GRI (Incisos)	Información reportada	Unidad
		Centroamérica	NA	88.1	% de compra directa al productor de carnes
				3	% de compra directa de importación de carnes
				65	% de compra de producto nacional/regional de carnes
				63	% de compra directa al productor de carnes
				31	% de compra directa de importación de carnes
IP ¹³	Pescados y mariscos	México	NA	26.8	% de compra de producto nacional/regional de pescados y mariscos
				56.7	% de compra directa al productor de pescados y mariscos
				39.4	% de compra directa de importación de pescados y mariscos
		Centroamérica	NA	53	% de compra de producto nacional/regional de pescados y mariscos
				55	% de compra directa al productor de pescados y mariscos
				36	% de compra directa de importación de pescados y mariscos
IP	Nuestras marcas ¹⁵	México	NA	72	Porcentaje de proveedores nacionales/regionales
				91	Porcentaje de venta proveedores nacionales/ regionales
		Centroamérica	NA	53	Porcentaje de proveedores nacionales/regionales
				70	Porcentaje de venta proveedores nacionales/ regionales
IP ¹³	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 ¹⁶	México y Centroamérica	NA	351,028	Toneladas de CO ₂ eq por el transporte de productos
				63,460	Toneladas de CO ₂ eq de emisiones evitadas
				23,829,391	Litros de combustible ahorrados
				43,774,464	Kilómetros no recorridos
IP ¹³	Tierra fértil ¹⁷	Centroamérica	NA	806	Número de pequeños agricultores
				5,241	Familias beneficiadas
				69,381,910	Compras generadas
IP ¹³	Total, de promociones otorgadas en el periodo de reporte	México y Centroamérica	NA	26,381	Número total de promociones de asociados

¹⁵ Información complementaria verificada de México, sin embargo, Wal-Mart de México al momento de la publicación del informe decidió no publicarlo: Productos de ME, Proveedores de ME, Proveedores de importación de ME; CAM: Productos de ME, Proveedores de ME, Proveedores de importación de ME

¹⁶ Información complementaria verificada: Cartón recolectado (ton): 358,478, Playo Reciclado (ton): 38,271

¹⁷ Información complementaria verificada: Adopta una Pyme (459 millones de pesos de venta en México y 14 millones de pesos de venta en Centroamérica), Women On Business (8 proveedoras)

GRI / KPI	Nombre del contenido o indicador	Cobertura de la información	Alcance del criterio GRI (Incisos)	Información reportada	Unidad
IP ¹³	Porcentaje de incremento/reducción de denuncias a la línea de ética global/Indicadores de la línea de ética global ¹⁸	México y Centroamérica	NA	14	% de incremento de casos éticos recibidos
IP ¹³	Satisfacción de los clientes	México y Centroamérica	NA	47,722,093	Número de encuestas de satisfacción realizadas (contestadas)
IP ¹³	Inversión anual en programas de cuidado del medio ambiente	México y Centroamérica	NA	519	Millones de pesos invertidos en iniciativas sustentables
				376	Millones de pesos ahorrados por inversión en iniciativas sustentables
IP ¹³	Resultados encuesta compromiso ¹⁹	México y Centroamérica	NA	78	Índice de compromiso
		México		77	Índice de compromiso
		Centroamérica		84	Índice de compromiso
RS ²⁰	Abastecimiento responsable	México y Centroamérica	GRI	6,909	Proveedores con contratos activos
				1,632	Número de instalaciones activas
				6,005	Número de auditorías afiliadas a los mercados de México y Centroamérica
		México		23.28	% de auditorías con abastecimiento responsable (verde)
				66.37	% de auditorías que cumplen con las normas (amarillo)
				5.66	% de auditorías con violaciones graves a las normas (naranja)
		Centroamérica		0.03	% de auditorías en los que se decide la cancelación temporal o permanente de la producción
				4.66	% Otros
				23.76	% de auditorías con abastecimiento responsable (verde)
				67.87	% de auditorías que cumplen con las normas (amarillo)
				3.48	% de auditorías con violaciones graves a las normas (naranja)
				0.16	% de auditorías en los que se decide la cancelación temporal o permanente de la producción
				4.73	% Otros

¹⁸ Indicador verificado incluyendo número de medidas disciplinarias asociados, sin embargo, Wal-Mart de México al momento de la publicación del informe decidió no publicar la información referente al Número total de incidentes, Incidentes con medidas disciplinarias de acuerdo a nuestra normatividad e incidentes no comprobados.

¹⁹ Información complementaria verificada: 76% de participación en toda la región (Mexico y CAM)

²⁰ El indicador comprende los contenidos GRI: 308-1, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 412-1 412-3, 414-1, 414-2, así como el alcance de sus criterios.

Glosario

ADR	<i>American Depositary Receipt</i>
ANTAD	Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales
ASG	Ambiente, Social y Gobierno Corporativo
BAE	Bodega Aurrera Express
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
BPAyD	Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución
CAM	Centroamérica
CDP	<i>Carbon Disclosure Project</i>
Centro de distribución/ Cedis	Instalación donde se recibe mercancía de los proveedores y se distribuye a cada tienda
Cetes	Títulos de crédito al portador emitidos por el Gobierno Federal
Clubes de precio	Tiendas con membresía, enfocadas en negocios y consumidores que compran a los mejores precios
CO2eq	Dióxido de carbono equivalente
Cofepris	Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios
COP	Contaminantes Orgánicos Persistentes
EBITDA	Flujo operativo equivalente a la utilidad de operación antes de ingresos financieros, amortización, depreciación e impuestos
GAP	<i>Good Aquaculture Practices</i>
GEI	Gases de Efecto Invernadero
GFSI	<i>Global Food Safety Initiative</i>
GJ	Gigajoule
GMV	<i>Gross Merchandise Value</i>
GRI	<i>Global Reporting Initiative</i>
ISR	Impuesto sobre la Renta
LGBT+	<i>Lesbian, gay, bisexual and transgender</i> el signo "+" es inclusivo a otros grupos.
LED	Diodo emisor de luz
Nuestras Marcas	Productos de marcas propias de Walmart de México y Centroamérica

NOM	Normas Oficiales Mexicanas
ONG	Organización no Gubernamental
Partículas PM	Partículas con diámetro aerodinámico menor que 10 micras
PIB	Producto Interno Bruto
Picker	Asociado (a) responsable de agrupar los productos solicitados por los clientes
Piso de venta	Superficie destinada para la venta de mercancía
Precios Bajos Todos los Días / Costos 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
Profeco	Procuraduría Federal del Consumidor
PyMEs	Pequeñas y medianas empresas
Regalías	Participación en los ingresos o cantidad fija que se paga al propietario de un derecho a cambio del permiso para ejercerlo.
SINGREM	Sistema Nacional de Gestión de Residuos de Envases y Medicamentos
Sox	Óxidos de Azufre
SSA	Secretaría de Salud
Supermercados	Tiendas de autoservicio ubicadas en zonas residenciales
TECHO	Organización que busca una sociedad justa, integrada y libre de pobreza.
The Alliance	Alianza para la seguridad de los trabajadores en Bangladesh
Total ingresos	Ventas netas más otros ingresos
Ventas netas	Ingresos provenientes de la venta de mercancía en nuestras unidades
VOC	Compuestos Orgánicos Volátiles
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.

Información para **inversionistas**

GRI 102-53

Mercado de Cotización
Bolsa Mexicana de Valores

Relación con Inversionistas

Pilar de la Garza Fernández del Valle
pilar.de@walmart.com
+52 55 5283 0289

Directora de Asuntos Corporativos

Claudia de la Vega Martínez
claudia.delavega@walmart.com
+52 55 5283 0235

Gerente ASG

Viridiana Hernández Torija
m.v.hernandez@walmart.com
+52 55 83 0100 ext 18305

Programa Patrocinado de ADR

Correspondencia de accionistas:
P.O. Box 20170
College Station, Texas 77842-3170

Correspondencia Inmediata

BNY Mellon Shareowner Services
462 South 4th Street, Suite 1600
Louisville, KY 40202
Toll free number for U.S. calls:
+1 888 269 2377
International calls:
+1 201 680 6825



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.

www.mybnymdr.com
shrrelations@cpushareownerservices.com

Clave de cotización
Bolsa Mexicana de Valores
WALMEX*

Programa Patrocinado de ADR
WMMVY

International OTCQX
Market TIER
WMMVY

Bloomberg
WALMEX* MM
WMMVY US

Reuters
WALMEX.Mx
WMMVY.Pk

Oficinas Corporativas
Blvd. M. Ávila Camacho 647
Colonia Periodista
Alcaldía Miguel Hidalgo
11220 Ciudad de México
walmartmexico.com
walmex.mx



@WalmartdeMexicoyCentroamerica @WalmartMXyCAM Walmart de México y Centroamérica @walmartmexicoycam Walmart



Nuestro Negocio

Transformación Ágil

Generamos Valor

Comprometidos con la Honestidad

Informe Financiero y de Responsabilidad Corporativa 2019