



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**
Clientes 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.

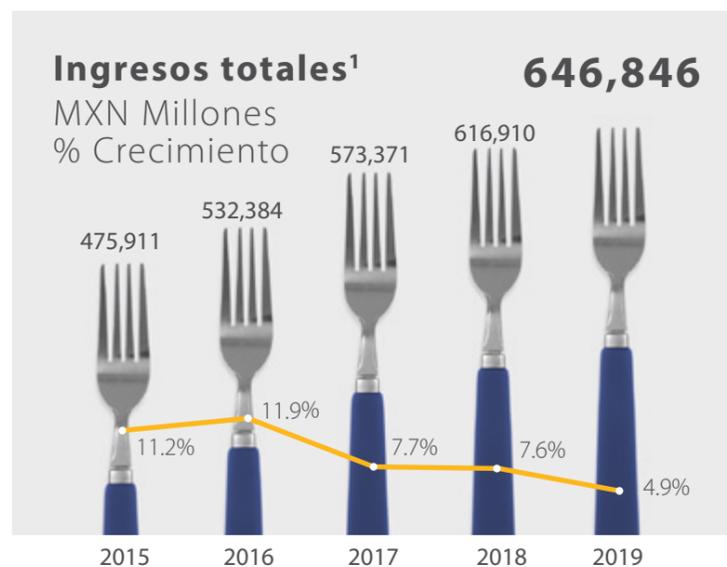
Para seguir trabajando con total orientación hacia las personas nos apoyamos aún más en la tecnología, modernizando nuestras operaciones en tienda, logística y servicios de apoyo.

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.

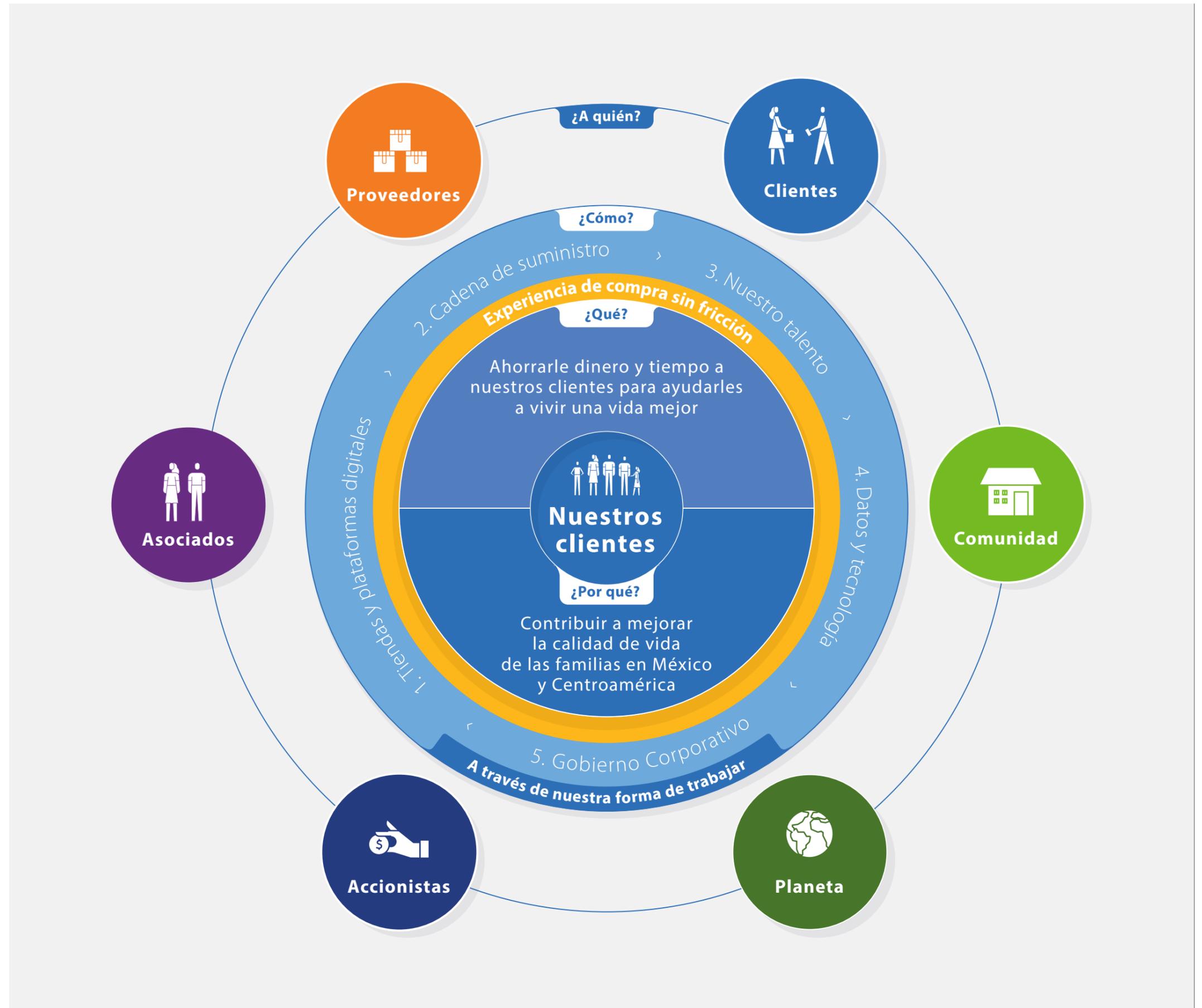
Las capacidades en las que nos apoyamos son nuestras tiendas y plataformas digitales, cadena de suministro, talento, y datos y tecnología.

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

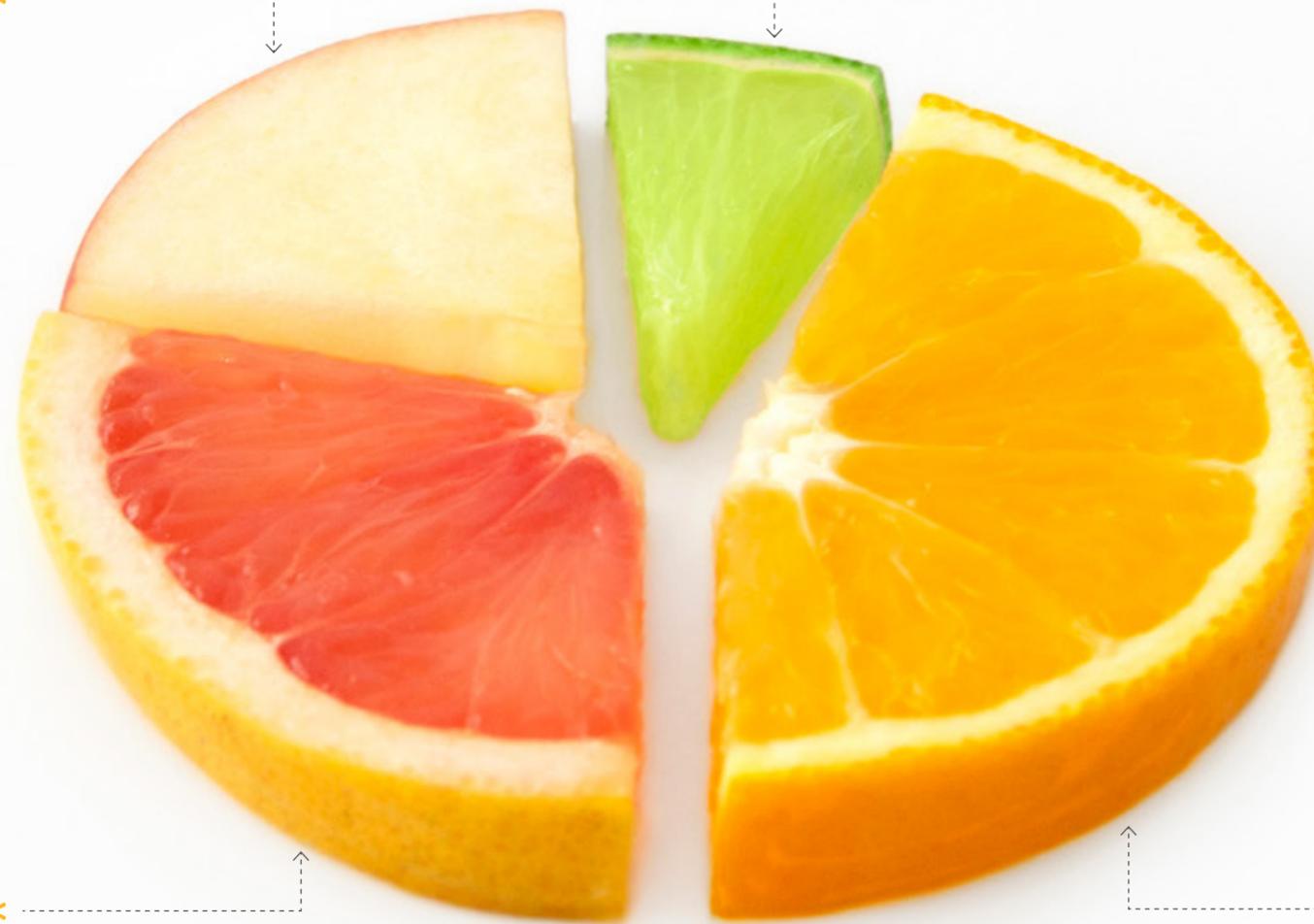
Nuestra estrategia multiformato nos permite atender distintas ocasiones de compra en los diferentes segmentos socioeconómicos.

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

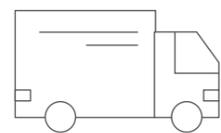
Nuestra red logística cuenta con 28 centros de distribución, 16 en México y 12 en Centroamérica. Durante el año, en México recorrimos más de 323 millones de kilómetros con lo cual realizamos una entrega cada 20 segundos a nuestras tiendas y clubes.

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.



3. Talento

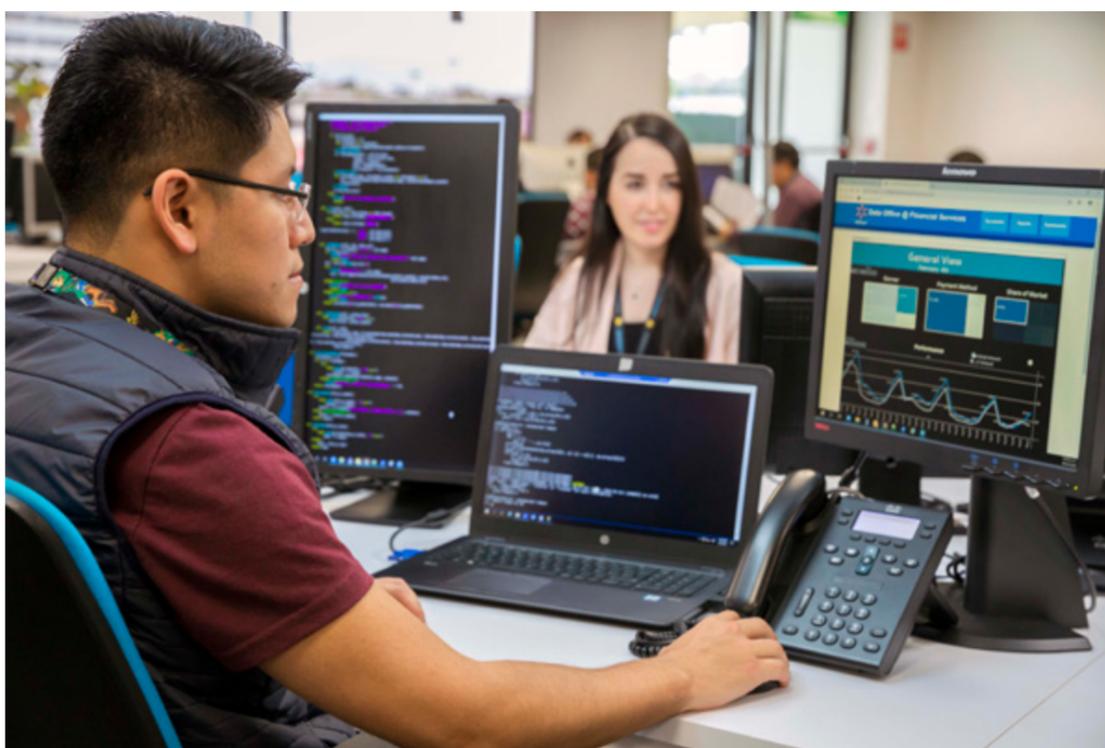
Los asociados son uno de los pilares más importantes de nuestro modelo de negocio, fomentamos un sentimiento de pertenencia y confianza para ellos, ofreciendo un lugar para ser, crecer y pertenecer.

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.

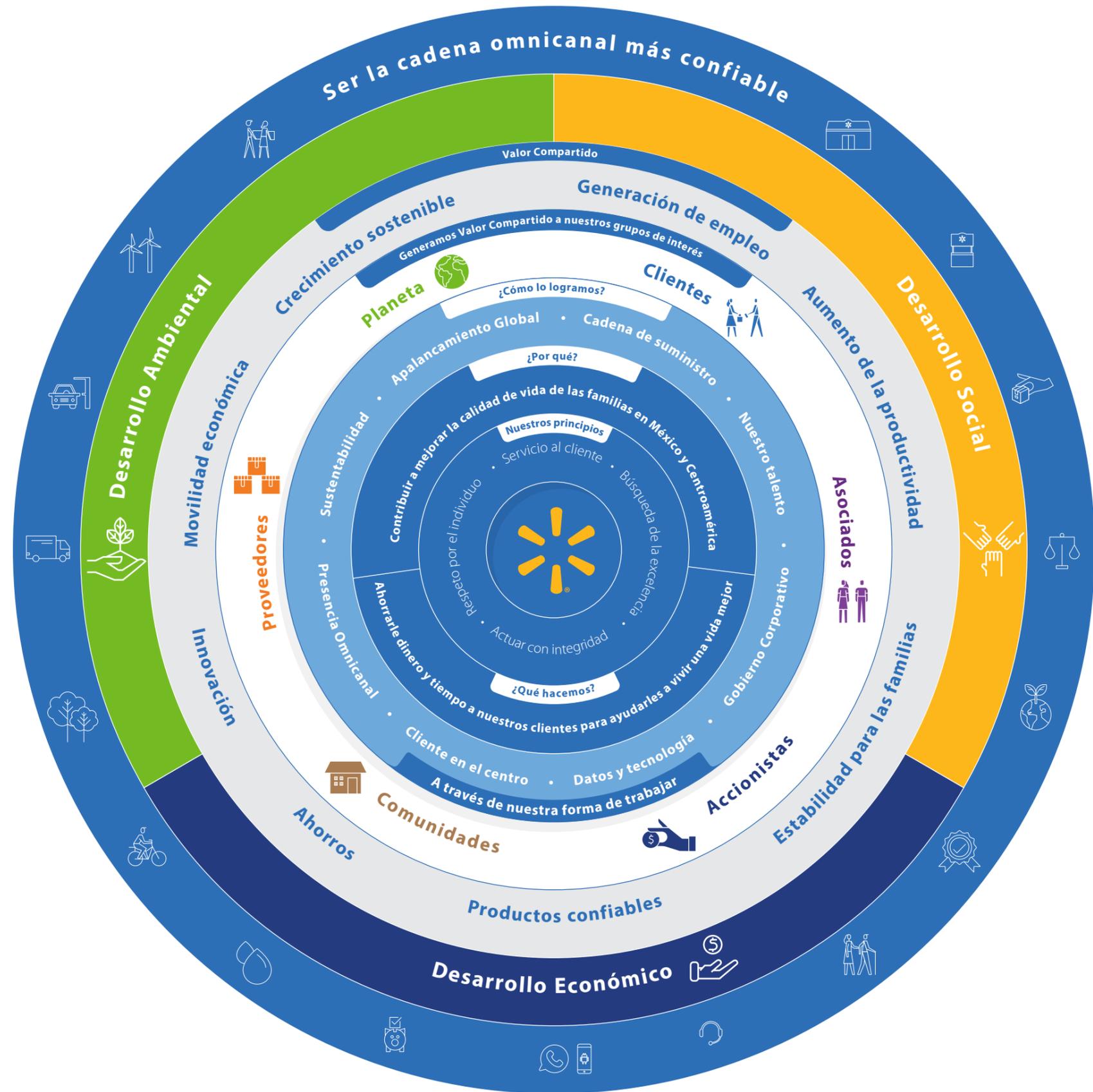
Nuestra compañía siempre ha sido una organización basada en valores y dirigida de forma ética, guiada por nuestros principios que orientan nuestras decisiones y liderazgo.

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



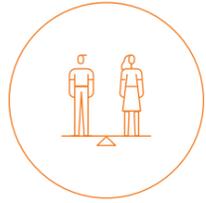
Dirigir a la empresa hacia las tendencias nacionales e internacionales para mantener nuestra posición de liderazgo



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



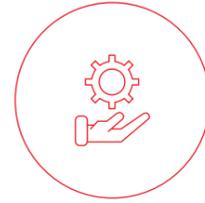
Derechos Humanos



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](#) 