Walmart
México y Centroamérica

20

Informe
Financiero
y ASG

Un año de HISTORIAS

RESILIENCIA
ACELERACIÓN UNIÓN
SOLIDARIDAD ESTRATEGIA
ESFUERZO





Descubre nuestras **historias 2020** dando **click en las imágenes.**
o revisa nuestro informe en linea aqui.


HISTORIAS


RESILIENCIA


ACELERACIÓN


ESTRATEGIA


UNIÓN


ESFUERZO


SOLIDARIDAD

Un año de RESILIENCIA

No nos hubiéramos imaginado que lo que comenzó como una medida de emergencia transitoria —producto de la crisis sanitaria— se volvería con el paso de los meses en una nueva manera de vivir y trabajar. La tan necesaria sana distancia para salvaguardar la salud y seguridad de nuestro staff, que nos llevó a tomar la decisión de trabajar desde casa, implicó retos únicos para adaptarnos a las nuevas circunstancias. Acondicionamos nuestros espacios de trabajo y nos familiarizamos con las plataformas para mantenernos conectados con nuestros colegas, buscando la manera de compaginar nuestro trabajo con las responsabilidades del hogar, inclusive con hijos en clases en línea. Además, la crisis sanitaria requirió que trabajáramos a mayor velocidad para no detener una actividad considerada como esencial. El proceso fue arduo, pero hoy podemos decir con orgullo que hemos superado nuestros propios límites, demostrando que somos una empresa de gente talentosa, comprometida y con ganas de salir adelante para seguir entregando grandes resultados en beneficio de las familias que depositan su confianza en nosotros.



EL PROPÓSITO: ayudar a las personas a vivir mejor

NUESTRO NEGOCIO 04

Mensaje del Presidente del Consejo de Administración y del Presidente Ejecutivo y Director General 05

Cifras Relevantes 13

Nuestra Historia 14

Modelo de Negocio 15

Valor Compartido 23

LA PRIORIDAD: nuestros asociados y clientes primero

EL RETO NOS HACE GRANDES: COVID-19 37

Apoyar a Nuestros Asociados 38

Servir a Nuestros Clientes 41

Ayudarnos Unos a Otros 47

Gestión Operativa y Financiera 53

Nuestra Estrategia 55

EL RETO: estar cerca a pesar de la distancia

INNOVACIÓN DENTRO Y FUERA DE LA TIENDA 58

Nos Transformamos para Ofrecer la Mejor Experiencia 60

Evolucionamos Nuestro *eCommerce* 61

Innovamos para Agregar Valor 69

Campañas y Comunicación con Nuestros Clientes 73

LA CLAVE: tener al mejor equipo

PROPUESTA DE VALOR AL ASOCIADO 75

Propuesta de Valor 76

Nuestro Talento 77

Desarrollamos Nuestro Talento 83

Balance de Vida 96

Diversidad e Inclusión 101

EL RESULTADO: entregar valor

VALOR FINANCIERO 109

Mensaje del Vicepresidente Senior de Administración y Finanzas 110

Desempeño 111

Entregamos Resultados 119

Inversiones 120

Estado de Resultados y Balance General 122

LA META: forjar el futuro

VALOR AMBIENTAL 125

Prioridades 2040 y Avances 127

Mitigar el Cambio Climático 131

Fomentar la Economía Circular 149

Capital Natural 163

LA OPORTUNIDAD: de seguir creciendo juntos

VALOR SOCIAL 174

Clientes y Socios Satisfechos 175

Cadena de Valor Responsable e Inclusiva 187

Construyendo Comunidades Fuertes 209

EL DEBER: hacer lo correcto

GOBIERNO CORPORATIVO 217

Ética y Cumplimiento 218

Seguridad de la Información 248

Evaluación de Riesgos 251

Derechos Humanos 256

Gobierno Corporativo 257

ANEXOS

Índices, Reconocimientos y Rankings 267

Comentarios y Análisis de la Administración 271

Informe de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias 277

Informe de los Auditores Independientes y Estados Financieros Consolidados 279

Índice GRI-SASB 314

Informe de Verificación Limitada Independiente 337

Glosario 368

Información para Inversionistas 369



EL PROPÓSITO:

ayudar a las personas a vivir mejor

EN WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA TRABAJAMOS CADA DÍA, CON EL PROPÓSITO DE AYUDAR A LAS PERSONAS A AHORRAR DINERO Y VIVIR MEJOR

MENSAJE DEL PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y DEL PRESIDENTE EJECUTIVO Y DIRECTOR GENERAL

GRI **102-14**

El 2020 fue un año que, como ningún otro, puso a prueba nuestra capacidad de resiliencia e innovación. Nos sentimos muy honrados de ser testigos de la respuesta de la gran familia de Walmart en México y Centroamérica ante la crisis derivada de la pandemia. Su esfuerzo y empatía fueron fundamentales para lograr salir adelante más fortalecidos que nunca.



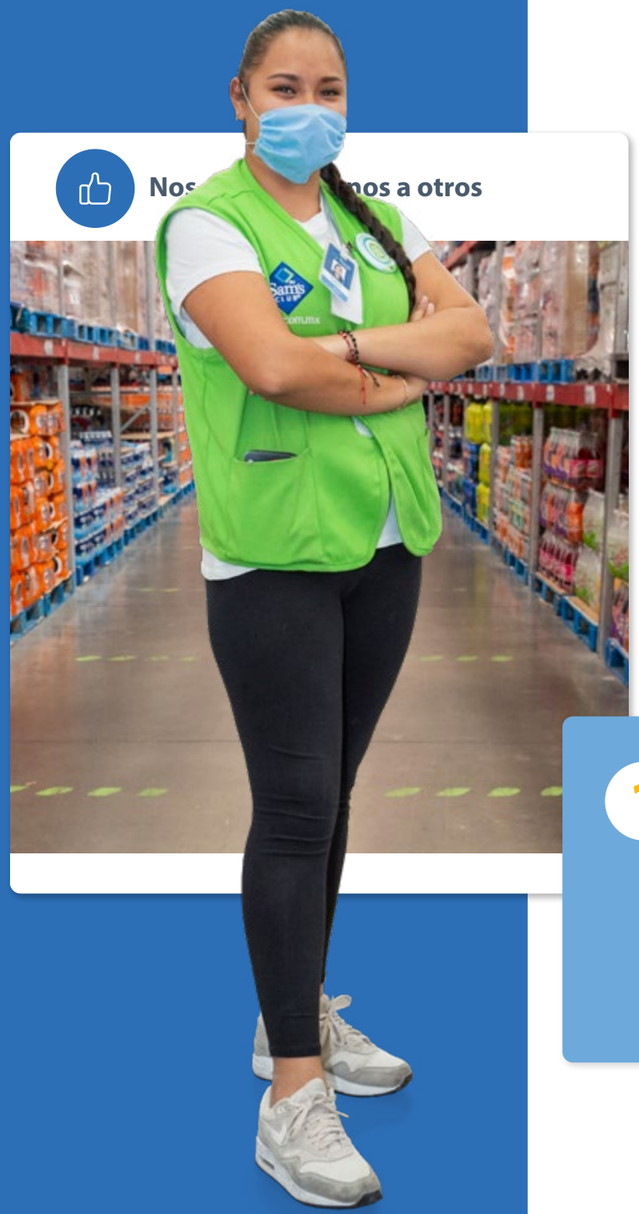
Enrique Ostalé

Presidente del Consejo de Administración de Walmart de México y Centroamérica



Guilherme Loureiro

Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart de México y Centroamérica



Para nuestra compañía, la responsabilidad de mantener la operación de un negocio esencial en una emergencia sanitaria sin precedentes nos permitió aprender del proceso, fortalecer nuestros valores y tener claridad de nuestra estrategia. Teniendo esto como base definimos cinco prioridades que guiaron nuestra toma de decisiones durante el año.

Estamos muy orgullosos del esfuerzo de nuestros asociados que trabajan diariamente en tiendas, clubes y Cedis, gracias a su trabajo y dedicación hoy más que nunca seguimos cumpliendo nuestro propósito de ayudar a las personas a ahorrar dinero y vivir mejor. Además de atender a nuestros clientes, nos ayudaron en el negocio de forma efectiva y pudimos avanzar en la implementación de nuestra estrategia. Adicional al equipo de protección necesario para realizar su trabajo, a los asociados considerados vulnerables les otorgamos permisos para ausentarse con goce de sueldo, dimos dos bonos extraordinarios a todos los asociados de operaciones y Cedis, cambiamos la frecuencia de pago de su sueldo de quincenal a semanal, y habilitamos una línea médica para apoyar la salud y bienestar de nuestros asociados y la de sus familias.

1 **Nuestra primera prioridad fue apoyar a nuestros asociados que trabajan diariamente en tiendas, clubes y Cedis**



Gracias al trabajo de nuestros asociados, pudimos cumplir con nuestra segunda prioridad, que fue servir a nuestros clientes brindándoles acceso a alimentos y productos esenciales, además de comprometernos con su seguridad siguiendo las recomendaciones de las autoridades al entrar a nuestras tiendas y clubes, instalando acrílicos en las cajas, marcando la distancia segura en las zonas de alto flujo y proporcionando espacios de entrega y *pickup* dedicados a clientes en condiciones vulnerables. Trabajamos de la mano de nuestros proveedores y socios comerciales para garantizar el abasto en nuestras tiendas y clubes con los precios más bajos. En conjunto con el gobierno de la Ciudad de México creamos una canasta con más de 300 artículos con los precios más bajos del mercado, llamada Los Esenciales, cumpliendo así con nuestra propuesta de tener Precios Bajos Todos los Días.

Nuestra cadena de suministro se mantuvo operando sin parar. Fortalecimos nuestra infraestructura omnicanal en logística y tecnología para que nuestros clientes tuvieran el producto en sus casas, de la forma en la que lo querían recibir al menor precio posible. Nos sentimos muy orgullosos de saber que nuestros clientes apreciaron este esfuerzo y nos recompensaron con su lealtad.

2 **La segunda prioridad fue servir a nuestros clientes brindándoles acceso a productos esenciales, manteniéndolos seguros**





3 Como tercera prioridad, nos planteamos ayudarnos unos a otros, incluidas las comunidades a las que servimos y nuestros proveedores

Ante la emergencia sanitaria realizamos una donación de 130 millones de pesos para financiar la Unidad Temporal de COVID-19, que otorga atención médica a los pacientes del sistema de salud en la Ciudad de México. También donamos más de 250 toneladas de alimentos para más de 22,800 adultos mayores empacadores.

Las complicaciones de la pandemia también afectaron a nuestros pequeños productores, por lo cual decidimos apoyarlos reduciendo los plazos de pago a siete días y ampliando nuestro programa de factoraje a tasas competitivas. Condonamos el pago de renta a nuestros pequeños arrendatarios y colaboramos con ellos para dar trabajo a sus empleados durante los picos de demanda.

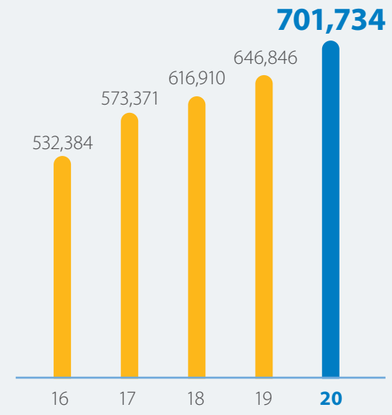
4 Nuestra cuarta prioridad fue, manejar el corto plazo de forma efectiva, financiera y operativamente

Balanceamos siempre el corto y el largo plazo en nuestras inversiones, los recursos invertidos en nuestro negocio omnicanal nos permitieron brindar un servicio esencial a nuestros clientes de manera inmediata durante la emergencia, mientras que, a largo plazo, construimos capacidades e infraestructura para continuar creando valor para nuestros diferentes grupos de interés.

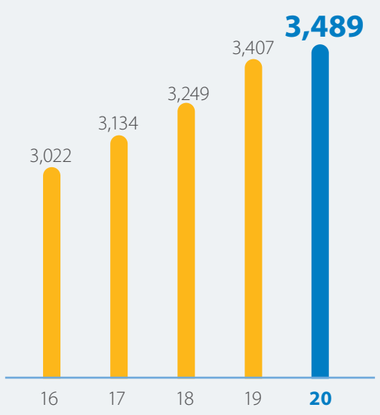
Nuestro desempeño ha sido consistente, el crecimiento en ventas a unidades iguales continúa siendo el motor de crecimiento principal y además, logramos acelerar la contribución de *eCommerce* al crecimiento de ventas totales. A nivel consolidado, los resultados fueron positivos. Los ingresos alcanzaron 701,734 millones de pesos, un incremento del 8.5% con respecto al año pasado. La utilidad de operación creció 6.4%. El flujo operativo EBITDA alcanzó 75,387 millones de pesos, un margen de 10.7%, manteniéndolo a doble dígito.

* 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.

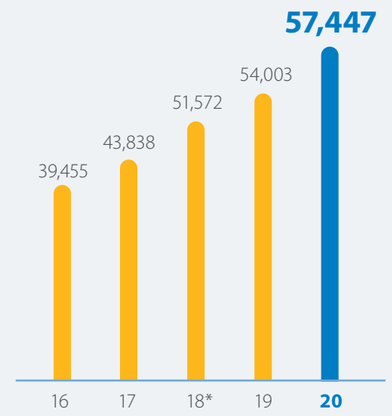
Ingresos totales
MXN Millones



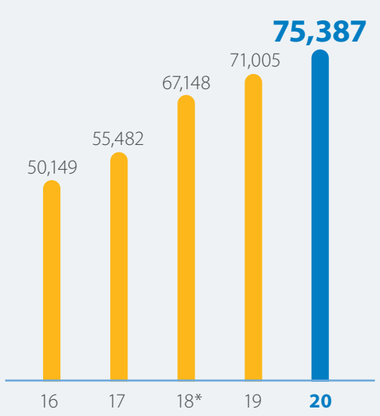
Unidades totales



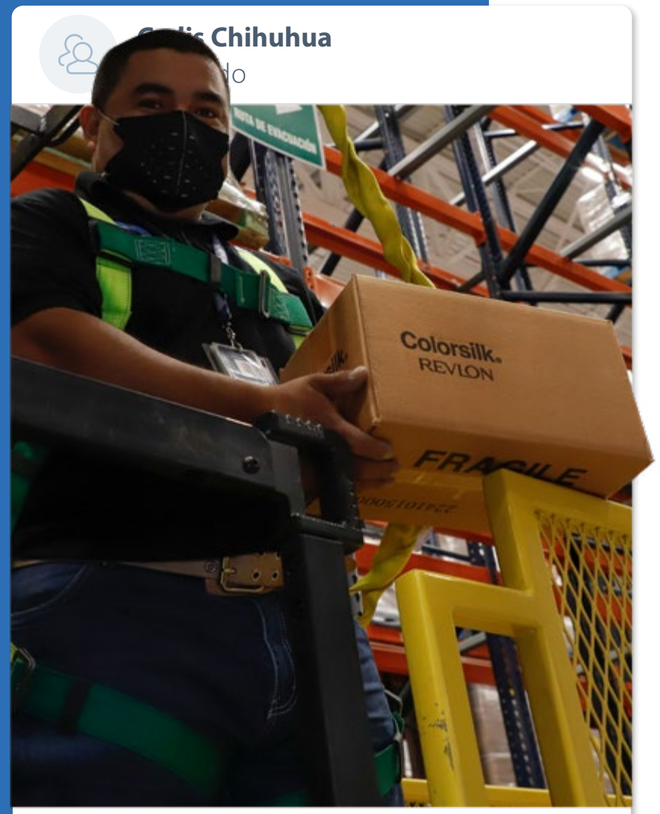
Utilidad de operación
MXN Millones



Flujo operativo (EBITDA)
MXN Millones



5 La quinta prioridad fue impulsar nuestra estrategia, incluso en momentos de crisis



Nuestros resultados nos permitieron tener los recursos para innovar e invertir. Por ello, no detuvimos nuestro crecimiento e invertimos en tecnología e infraestructura que nos permitirán seguir construyendo el futuro, ya que creemos en el potencial de la región a largo plazo.

Una vez que se levantaron las restricciones en construcción por parte de las autoridades, retomamos nuestro plan de crecimiento de tiendas nuevas a un ritmo más rápido. Este esfuerzo por mantener nuestra estrategia, permitió que la aportación de las tiendas nuevas al crecimiento total en ventas fuera de 1.5%.

Expandimos nuestra red logística con un *Fulfillment Center* para *eCommerce* en el Estado de México, e inauguramos dos nuevos Cedis omnicanal, uno en la ciudad de Mérida y otro en Chihuahua, lo que nos permite ampliar nuestra cobertura en todo el país, para abastecer a más tiendas de todos nuestros formatos. Además, pusimos la primera piedra de los Cedis de Villahermosa y Mexicali para continuar desarrollando nuestra fortaleza logística.

Lanzamos los sitios Bodega tanto para catálogo extendido como para Despensa a tu casa, así como la habilitación del servicio *On Demand* para 101 tiendas en Bodega y 164 tiendas en Sam´s Club que no se tenían planeadas habilitar en el año. Gracias a estos avances logramos atender rápida y eficientemente a miles de familias en comunidades que se beneficiaron de nuestra presencia para mantenerse seguras sin salir de casa.

En Centroamérica, manteniendo el enfoque estratégico de expansión y capacidades omnicanal, abrimos 19 tiendas en la región, lo que representa 17,538 m^2 añadidos de piso de venta. Respecto a nuestro crecimiento omnicanal, desarrollamos y lanzamos una plataforma de compra en línea, con lo que se habilitaron más de 200 tiendas para cubrir el 60% del territorio con presencia en nuestros formatos Bodegas, Supermercados y Walmart para cinco países, ofreciendo servicios de entrega a domicilio y *pickup*. Además, implementamos la primera tienda con sistema de auto-cobro de la región, en Walmart Heredia Este, con la cual nuestros clientes tienen una experiencia de compra renovada.

El 2020 fue también un año de innovación. Seguimos trabajando enfocados en nuestros clientes y en mejorar su experiencia. Le dimos la bienvenida a Walmart Express, un formato con surtido eficiente, precios bajos y una propuesta de valor omnicanal más robusta. Asimismo, lanzamos nuestro servicio de telefonía móvil de prepago en México llamado BAIT (Bodega Aurrera Internet y Telefonía), el cual ofrece un servicio de conectividad móvil de forma accesible e incluyente en apoyo a las familias mexicanas.

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; nuestro 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 al mejor talento. Al fortalecer estos sistemas avanzamos en ser una compañía responsable, al tiempo que maximizamos el valor del negocio.

Continuamos trabajando en mejorar cada día nuestra Propuesta de Valor al Asociado, a la que llamamos PRODI, un acrónimo para describir las cinco promesas que la conforman y que representa todos los beneficios de trabajar en Walmart. Evolucionamos en la forma de implementar capacitaciones al cambiar toda nuestra oferta de presencial a digital.

Avanzamos significativamente en nuestra estrategia de Diversidad e Inclusión, a través de la cual promovemos la igualdad entre nuestros asociados, brindándoles entornos seguros, respetándolos y acompañándolos en su desarrollo de la compañía. Fuimos reconocidos como una empresa inclusiva con el Premio Éntrale y *Human Right Campaign* nos certificó como una de las empresas que promueven la diversidad e inclusión de la comunidad LGBT+ en sus lugares de trabajo por cuarto año consecutivo.





Gracias a la tecnología y distintas herramientas pudimos ofrecer grandes oportunidades de aprendizaje para nuestros asociados, quienes recibieron 7.6 millones de horas de capacitación



Actualmente el 80% de nuestras tiendas en México son abastecidas por energía renovable y redujimos 2.8% nuestras emisiones vs el año anterior

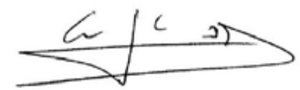
Este año nos enfocamos en lo inmediato, sin dejar de lado nuestra responsabilidad con la sustentabilidad, las comunidades y el planeta. Ante la urgencia de actuar frente a la crisis de cambio climático, este año asumimos el compromiso de convertirnos en una empresa regenerativa para 2040.

En México, logramos que el 75% de nuestros residuos sean desviados de rellenos sanitarios e instalamos 12 centros de reciclaje permanentes como parte de la iniciativa Reciclamanía Evoluciona.

Transitamos hacia una empresa cero emisiones y pusimos en el centro la protección y restauración de la naturaleza, entendiendo su relevancia para los ecosistemas y la biodiversidad. Estamos convencidos de que nuestro rol es clave para lograr un futuro sustentable.

A través de los años, seguimos demostrando que somos una compañía resiliente, capaz de innovar, ejecutar y entregar resultados. Hemos construido los cimientos de un negocio sólido y preparado para el futuro.

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

Económico y Financiero [1]

701,734 millones
de pesos ingresos totales +8.5% Cr.*

10.7%
margen EBITDA +6.2% Cr.*

64,777 millones de pesos
de generación de efectivo +1.62% Cr.*

16,728 millones de pesos
de inversión en proyectos de alto retorno

Descarga todas nuestras cifras 2020 aquí



Omnicanal [2]

171%
crecimiento en ventas de *eCommerce*

164%
crecimiento GMV

586 tiendas ofreciendo *On Demand*
(entrega mismo día), en México

1,349
ubicaciones *pickup*



Social

41,186
proveedores en la región

88% de las mercancías vendidas en Centroamérica se compran en la región

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

1,770 millones
de pesos canalizados a través de los programas de impacto social [1]

Medio Ambiente

71.5%
de avance en nuestra meta Cero Residuos [1]

80% de nuestras tiendas son abastecidas con energía renovable [2]

3,443 productos con mejoras para reducir su impacto ambiental [2]

63% del consumo de energía proviene de fuentes renovables [1]

Gobierno Corporativo

-15% de accidentes
de asociados en México

-22% de accidentes
de asociados en Centroamérica

+116,000 horas de capacitación
en nuestra Declaración de Ética [1]

50%
de los miembros del Consejo de Administración son independientes

Cr.* Crecimiento vs 2019 1 México y Centroamérica 2 México

NUESTRA HISTORIA

Operar nuestro negocio desde hace más de 60 años nos ha enseñado a lograr resultados, aún en situaciones desafiantes.



1958

Inicia operaciones en **Aurrera**

1959

Inicia operaciones en **Superama**



1964

Inicia operaciones los **Restaurantes Vips**

1970

Inicia operaciones **Bodega Aurrera y Suburbia**

1977

Cifra comienza a cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores

Bolsa Mexicana

1991

Asociación de Cifra y Wal-Mart Stores, Inc. **Primer Sam's Club en México**

1993

Inicia operaciones **Walmart Supercenter**



1997

Wal-Mart Stores, Inc. adquiere posición mayoritaria en Cifra – Oferta Pública en la BMV

1999

Introducción de **Precios Bajos Todos los Días**

2003

Se constituye la **Fundación Walmart México**



2004

Inicia operaciones **Mi Bodega**

2005

Programa piloto de **entrega de abarrotes en línea** en Superama

Superama a domicilio

Wal-Mart Stores, Inc. adquiere 33% de las acciones de CARHCO *(Central American Retail Holding Company)*

2007

Licencia emitida para operar **un banco en México**

2008

Expansión de **Bodega Aurrera Express**



2010

Walmart de México adquiere el **100% de Walmart Centroamérica**



2011

Primer Walmart Supercenter en **Centroamérica (Honduras)**

2013

Lanzamiento mercancías generales en línea **Walmart.com.mx**

2014

Walmart de México y Centroamérica **vende su división de restaurantes a Alsea**

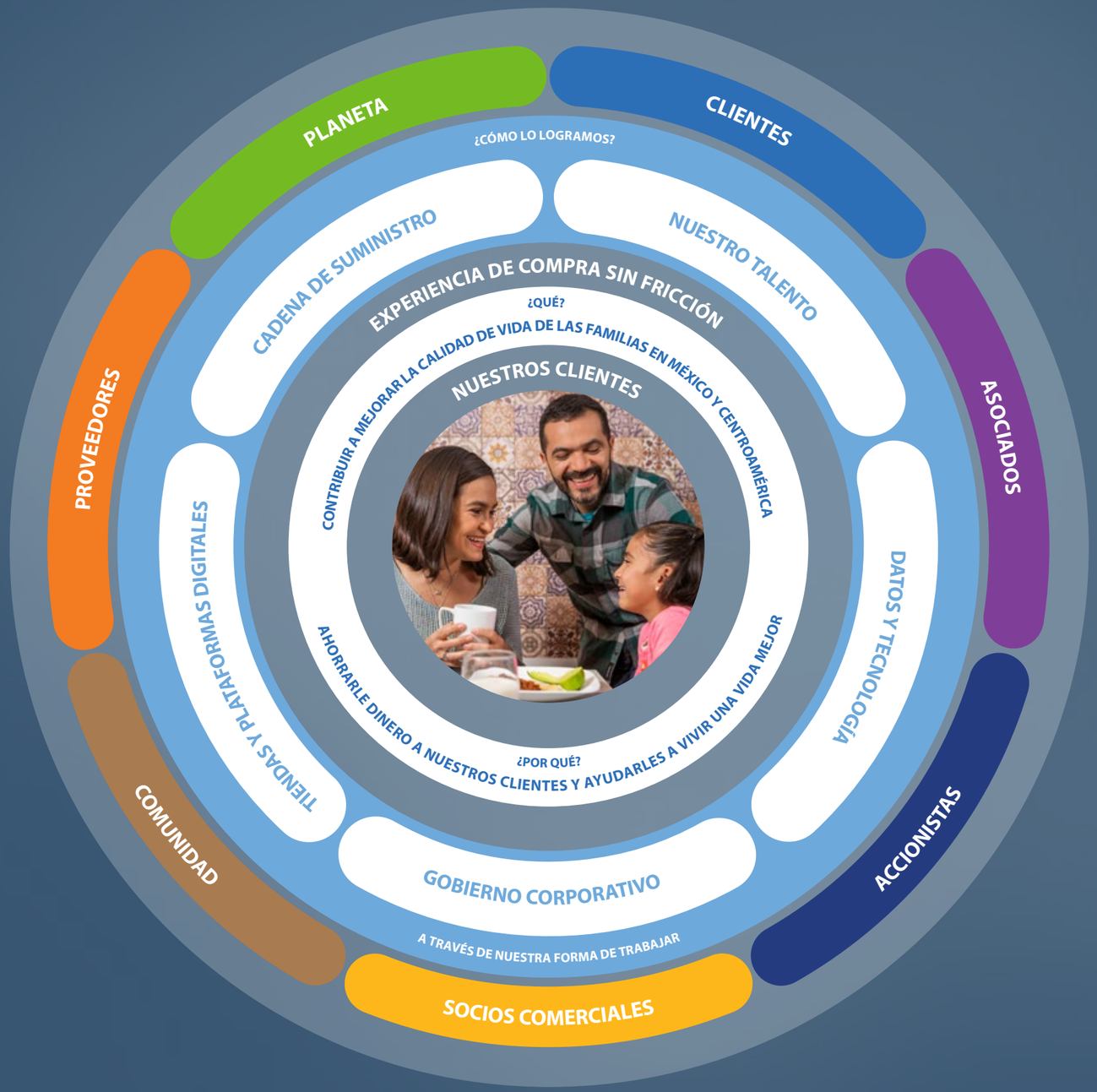
2015

Walmart de México y Centroamérica **vende su banco a Inbursa**



2017

Walmart de México y Centroamérica **vende Suburbia a Liverpool**



NUESTRO MODELO DE NEGOCIO

Con nuestros clientes siempre en el centro de todas nuestras decisiones y el propósito de ofrecerles una experiencia de compra sin fricciones. Construimos las capacidades requeridas para entregar valor a todos nuestros grupos de interés.



El cliente en el centro: Ponemos al cliente en el centro de nuestras decisiones con el propósito de ayudarlos a ahorrar para que puedan vivir mejor y contribuir a mejorar su calidad de vida.

Experiencia de compra sin fricción: Nuestros clientes pueden comprar en tiendas o plataformas digitales de forma fácil, integrada, sin obstáculos y con los mismos beneficios.

Nuestras capacidades: Los recursos clave que nos distinguen y permiten cumplir nuestro propósito con los clientes y entregar valor a nuestros grupos de interés.

Nuestra forma de trabajo: La transformación en nuestra forma de trabajar, se relaciona con un proceso de evolución constante para convertirnos en una organización ágil.

Grupos de interés: Buscamos consistentemente entregar valor a nuestros clientes, asociados, accionistas, comunidades, socios comerciales, proveedores y al planeta.

NUESTRAS CAPACIDADES

1 TIENDAS Y PLATAFORMAS DIGITALES

A través de los años hemos logrado deleitar con nuestro servicio a diferentes segmentos de clientes en las 685 ciudades donde operamos, adaptando nuestra oferta al estilo de vida del cliente para cumplir sus expectativas y expandiendo nuestra oferta para favorecer a los clientes que son más sensibles al precio.

Hemos evolucionado para mejorar la experiencia de compra a nuestros clientes, combinando soluciones en nuestras tiendas físicas y plataformas digitales, con una propuesta omnicanal robusta y el compromiso de mantener nuestra propuesta de valor de Precios Bajos Todos los Días.

LA TIENDA OMNICANAL

En nuestras tiendas omnicanal, combinamos los beneficios de la tienda física, con las ventajas de nuestras plataformas digitales. Dentro de la tienda, nuestros clientes pueden realizar compras en línea a través de los quioscos y pantallas de catálogo extendido, con la opción de pagar en línea, en cajas o en el caso de compras *On Demand*, contra entrega del producto. Además, para recibir su mercancía pueden elegir entre: *pickup* para recoger en tienda, ya sea en módulo o automóvil, o recibirla en su domicilio.

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

El 85% de la población en las principales ciudades de México, vive a menos de 10 minutos de alguna de nuestras tiendas.

Módulo *pickup*



586
tiendas *On Demand* en México

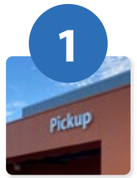
1,131
quioscos en México

1,349
ubicaciones *pickup* en México

Capacidades de la tienda omnicanal



Mejoramos la experiencia de compra, ofreciendo 5 capacidades omnicanal



Fachada omnicanal
Identifica fácilmente nuestras tiendas omnicanal



Operación de súper a domicilio
Fortalecimos la operación y rediseñamos la última milla, para agilizar las entregas a domicilio



Puntos *pickup*
Compra digitalmente y recoge aquí sin bajar del automóvil



Quiosco *eCommerce*
Catálogo Extendido, ofrece una gran variedad de productos a los mejores precios



Módulo *eCommerce*
Recoge aquí las compras hechas en línea o teléfono



Transformación digital
Agiliza el pago de los productos de forma directa y segura, a través de auto-cobro o auto-escaneo

OFERTA DIGITAL SÓLIDA

Mejoramos y ampliamos continuamente la oferta de nuestras plataformas para facilitar la vida de nuestros clientes y socios, con el servicio *On Demand* que nos ofrece la posibilidad de entregar más de 52 mil productos el mismo día en cualquiera de nuestros formatos. Además, contamos con un catálogo extendido a través de nuestro *Marketplace* con más de mil *sellers* ofreciendo una gran variedad de productos a los mejores precios.

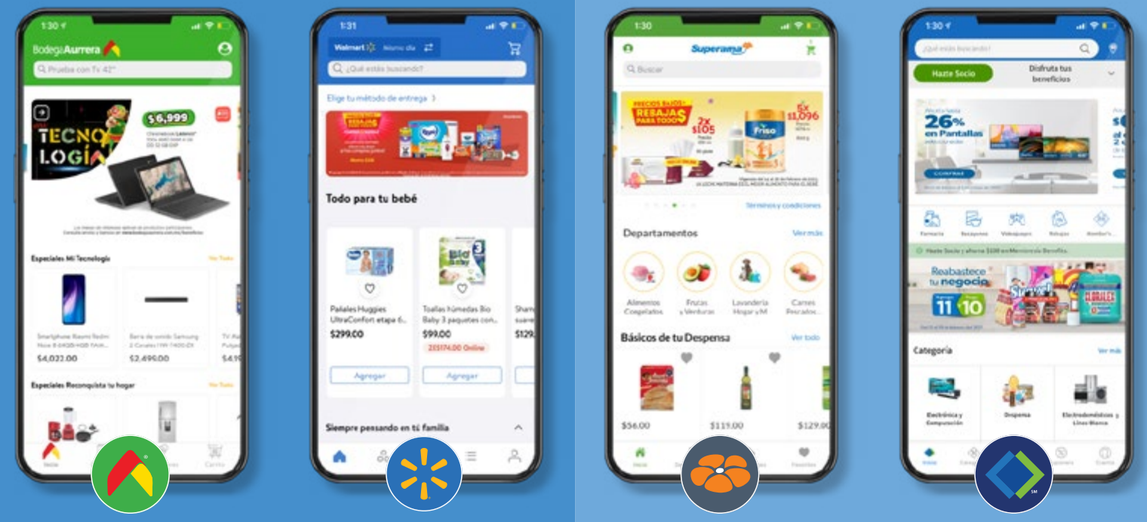
En Centroamérica desarrollamos y lanzamos una plataforma de compra en línea, que ofrece una amplia variedad de nuestro catálogo, por lo que habilitamos con capacidades omnicanal de entrega a domicilio y *pickup* a más de 200 tiendas para cubrir el 60% del territorio en cinco países, para nuestros formatos de Bodegas, Supermercados y Walmart.

Catálogo extendido:

- Bodegaaurrera.com.mx
- Walmart.com.mx

Entrega a domicilio *On Demand*:

- Superama.com.mx
- Despensa.bodegaaurrera.com.mx
- Walmart.com.mx
- Sams.com.mx
- Centroamerica.walmart.com



El canal de compra a través de *WhatsApp* que comenzó solo para Superama, actualmente se encuentra habilitado para todos los formatos con servicio *On Demand* y catálogo extendido.

2 CADENA DE SUMINISTRO

RED LOGÍSTICA

- 31 centros de distribución, 19 en México y 12 en Centroamérica
- Recorrimos más de 306 millones de kilómetros para cumplir con nuestra promesa de entrega el mismo día

En la actualidad, **contamos con la red logística omnicanal más robusta en el país**. Alineados con la decisión de mantener nuestras inversiones, no detener nuestro crecimiento y continuar ganando terreno en nuestra infraestructura logística, inauguramos tres Cedis en 2020.

En el mes de marzo inauguramos nuestro *Fulfillment Center* México, en el Estado de México, para abastecer a nuestras tiendas a nivel nacional, logrando generar 350 empleos. Este centro de distribución será la punta de lanza en el centro del país de nuestras plataformas de *eCommerce*, surtiendo a los 32 estados de la República Mexicana, enfocándose principalmente en Zona Centro y Sureste.



En el mes de septiembre abrimos dos Cedis Omnicanal; uno en Mérida, Yucatán, para surtir a todo el territorio nacional con un enfoque en el Centro y Sureste, generando más de 725 empleos directos, y otro en Chihuahua, para atender 58 de nuestras tiendas de nuestros distintos formatos en el Noroeste del país, creando más de 777 empleos directos.

Manteniendo nuestra visión de crecimiento, este año iniciamos la construcción de dos nuevos centros de distribución:

- **Cedis Villahermosa Perecederos**, ubicado en el municipio de Cunduacán, Tabasco. Abastecerá a 7 estados del Suroeste del país para atender a más de 500 tiendas de todos nuestros formatos
- **Cedis Mexicali, en Baja California**, abrirá sus puertas en el 2021 para fortalecer nuestra red de logística en los estados de Baja California y Sonora, abasteciendo a tiendas de Bodega Aurrera y Walmart

En un año en donde las compras digitales cobraron mayor relevancia, le dimos mayor énfasis a la logística de *eCommerce* para fortalecer nuestra estrategia y generar iniciativas con especialización digital

Hemos construido la cadena de suministro que está soportando al negocio del futuro. Los esfuerzos en años previos para fortalecer nuestras capacidades omnicanal nos permitieron responder con éxito a las dificultades causadas por la emergencia sanitaria, aprovechando la infraestructura construida de una mejor manera.

Enfrentamos el reto de mantener el abasto de mercancías en tiendas, mejorando nuestra productividad. Reinventamos la última milla, logrando procesar mercancía en menos de 24 horas. Disminuimos los tiempos en que permanece el transporte de proveedores en Cedis en más del 50%, y también disminuimos los tiempos en que los transportes permanecen en la tienda para hacer más eficiente el flujo de mercancías.

Hemos adoptado la digitalización en nuestra forma de trabajar. Para el programa de visitas operacionales, que es un plan tradicional en el que visitamos Cedis de manera presencial, este año los realizamos de forma virtual por primera vez. Esto nos permitió atender aún más de cerca la operación de los Cedis y la posibilidad de involucrar a otras áreas de la compañía para sumarse a las iniciativas y soluciones que implementamos, fortaleciendo la operación a través del conocimiento colectivo.

Manteniendo un alto nivel de servicio, invertimos para mejorar las terminales de cobro y sistemas de *tracking* para conocer en tiempo real la localización y entrega de mercancías.

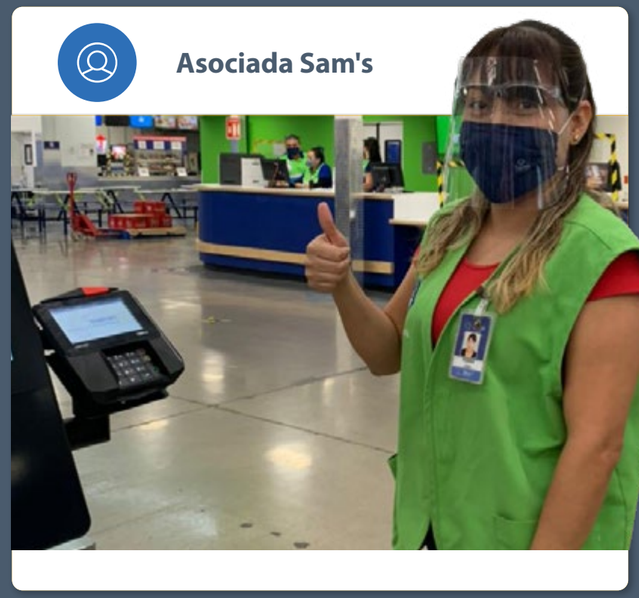
Seguimos desarrollando a los futuros líderes en logística; en México, promovimos a 1,497 asociados y capacitamos a más de 19,000. En Centroamérica se impartió el curso *Business Project Management*, que los forma en metodologías de gestión de procesos. Además, establecimos una alianza estratégica con *Franklin Covey*, quienes brindaron capacitación para el desarrollo de gerentes de logística con su programa: Las 6 Prácticas Críticas del Liderazgo.

A pesar de tener una operación logística sólida, seguimos trabajando para ser punta de lanza en cadenas de suministro. Continuamos desarrollando soluciones usando plataformas innovadoras de tecnología como *Blockchain* y el internet de las cosas, conceptos importantes que estamos desarrollado para operar el Cedis del futuro y de esta forma potenciar nuestro negocio en los próximos años.



3 TALENTO

Una de nuestras prioridades y el pilar más importante de nuestro modelo de negocio son nuestros asociados. Los tomamos en cuenta en cada una de nuestras decisiones y cada día nos esforzamos para cumplir con nuestra Propuesta de Valor al Asociado. Como parte de esta promesa, les ofrecemos los beneficios de trabajar en un lugar con un propósito, donde todos los días tenemos un reto que superar, con oportunidades que les permitan cumplir sus sueños y disfrutar de lo que hacen en un lugar en donde la inclusión y diversidad son parte de la cultura de trabajo. En Walmart de México y Centroamérica, nuestros asociados pueden ser 100% quienes quieren ser.



Dentro de nuestra compañía, los asociados tienen la posibilidad de desarrollar sus habilidades, crecer y ser exitosos, con la certeza de que no existe diferencia salarial por género, edad, religión, preferencia sexual o ideología política.

Los capacitamos constantemente a través de distintos programas diseñados con base en la detección de necesidades grupales e individuales. Para este año, ante la contingencia sanitaria, impartimos capacitaciones de forma virtual, proporcionándoles herramientas para su crecimiento personal y profesional.

En México se diseñaron programas de capacitación con un enfoque en nuestros programas transversales de liderazgo, agilidad y aspectos técnicos funcionales. En Centroamérica se lanzó la Academia Operaciones buscando el desarrollo de nuestros asociados en tiendas, con la intención de fortalecer el área de cajas, trastienda, perecederos y abarrotes. Además, proporcionamos capacitación para fortalecer habilidades de liderazgo, gerenciales, de trabajo colaborativo y de administración de proyectos, entre otros.

En nuestra compañía tenemos el firme compromiso de mantener el bienestar personal y profesional de nuestros asociados; trabajamos y nos esforzamos por ofrecerles un balance de vida por ser parte de nuestra gran familia

4 DATOS Y TECNOLOGÍA

Hacemos uso de herramientas tecnológicas y procesos para convertir datos en información, con base en la cual hemos tomado las decisiones que este año guiaron varios aspectos de nuestro negocio.

Nuestra oficina de datos y entendimiento del cliente han creado impacto en nuestra operación y propiciado la generación de soluciones para seguir construyendo el Walmart del futuro.

Nuestros clientes están en el centro de nuestras decisiones y nuestros esfuerzos se concentran en ofrecerles una experiencia de compra innovadora para mantener su preferencia y nuestra posición de liderazgo

Este año, buscando adaptarnos a la situación del COVID-19, nos apoyamos aún más en los datos para entender los cambios de hábito de nuestros clientes y la nueva normalidad a nivel nacional e internacional, además del cambio en el desembolso del cliente, su impacto en el *ticket* promedio, y la dinámica de compras por región geográfica, división comercial y formato.

Estas aportaciones nos permitieron evaluar nuestro presente, dándonos una valiosa herramienta y conocimiento para actuar en consecuencia y ejecutar modelos que nos permitieran reaccionar y planear en el corto y mediano plazo.

Fue así como desarrollamos nuestro propio modelo predictivo en función a la información disponible, proyectando los posibles escenarios del semáforo epidemiológico para el segundo, tercero y cuarto trimestre del 2020, y su posible impacto en el negocio y nuestras campañas comerciales.

Los resultados fueron una guía en los primeros meses de la pandemia. Estos datos fueron aprovechados por los equipos de oferta comercial para actualizar su planeación del tercer y cuarto trimestre adelantando la venta de Navidad, juguetería y el Fin Irresistible.

Además, esto implicó que se tomaran decisiones de logística y compras, para tener un inventario suficiente para satisfacer las compras a través de *eCommerce*.





VALOR COMPARTIDO: NUESTRO ENFOQUE ASG

(Ambiental, Social y de Gobierno Corporativo)

El propósito de Walmart es ahorrarles dinero a nuestros clientes para 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, y al mismo tiempo, generar oportunidades económicas y buscar un mayor impacto en la sustentabilidad social y ambiental para lograr el fortalecimiento de las comunidades locales.

A pesar de haber sido un año lleno de retos, mantuvimos firme nuestra responsabilidad con la sustentabilidad, las comunidades y el planeta, aspiramos a crear Valor Compartido

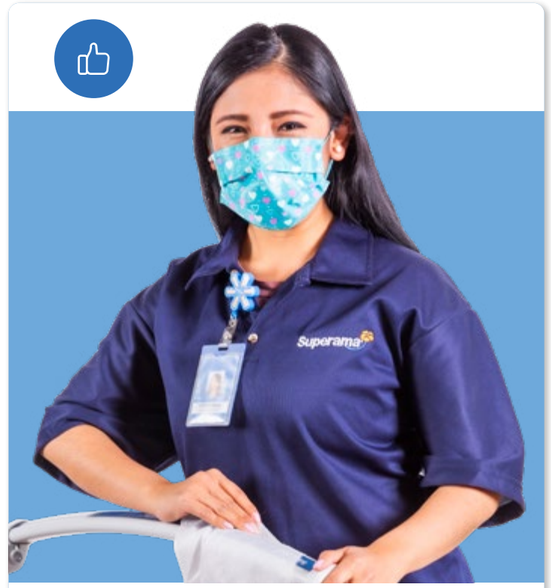
Generamos Valor Compartido a nuestros grupos de interés

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

El valor de nuestro negocio aumenta en la medida en la que abordamos necesidades importantes de la sociedad y, de esta manera, contribuimos 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. Esta creación de valor aumenta la competitividad de la compañía, al mismo tiempo que contribuimos a mejorar las condiciones sociales y económicas de aquellos con quienes nos relacionamos.

Para lograr este círculo virtuoso entre Walmart y nuestros 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 y tomar en cuenta sus necesidades.



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

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

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

Asociados
Oportunidad para buenos trabajos y ascensos

Comunidades
Recursos para construir comunidades más fuertes e inclusivas

Planeta
Liderazgo en energías renovables, residuos y sustentabilidad

Socios comerciales
Alianzas estratégicas para fortalecer los ecosistemas



Todos los días nos esforzamos en:

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

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

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

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

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

Clientes

6 millones
de clientes atendidos todos los días [1]

586 tiendas ofreciendo entrega el mismo día en México

+170 pb
de mejora en NP S[2]

Comunidades

+34,400
toneladas de alimento donado [1]

+50 pb
expansión del diferencial de precio [2]

130 millones
de pesos para la **Unidad Temporal COVID-19** [2]

Accionistas

30,934 millones
de pesos devuelto a través de dividendos

6 años creciendo por arriba del mercado en México

12% revalorización bursátil en los últimos dos años



Asociados[1]

11,500
mujeres promovidas

+4,400
asociados con discapacidad
+193% vs 2019

38%
de puestos ejecutivos ocupados por mujeres

Proveedores[2]

+420 emprendedores desarrollados con Walmart Reemprende Digital

92% de nuestros proveedores son PyMEs en autoservicio

418 millones
de pesos de compras a pequeños productores

Planeta

75.7% de progreso en la meta de 0 residuos en México

12
centros de reciclaje instalados en México

93%
aceite de palma proviene de fuentes con certificación sustentable

Socios comerciales

100% condonación de renta de dos meses al 56% de la base de inquilinos (micros y pequeños) [2]

7 días plazo de pago para nuestros micro y pequeños proveedores

COVID-19 participamos en la creación de la Guía para la preparación, compra y entrega de pedidos de comercio electrónico durante la pandemia en México

1 México y Centroamérica 2 México

MODELO DE VALOR COMPARTIDO

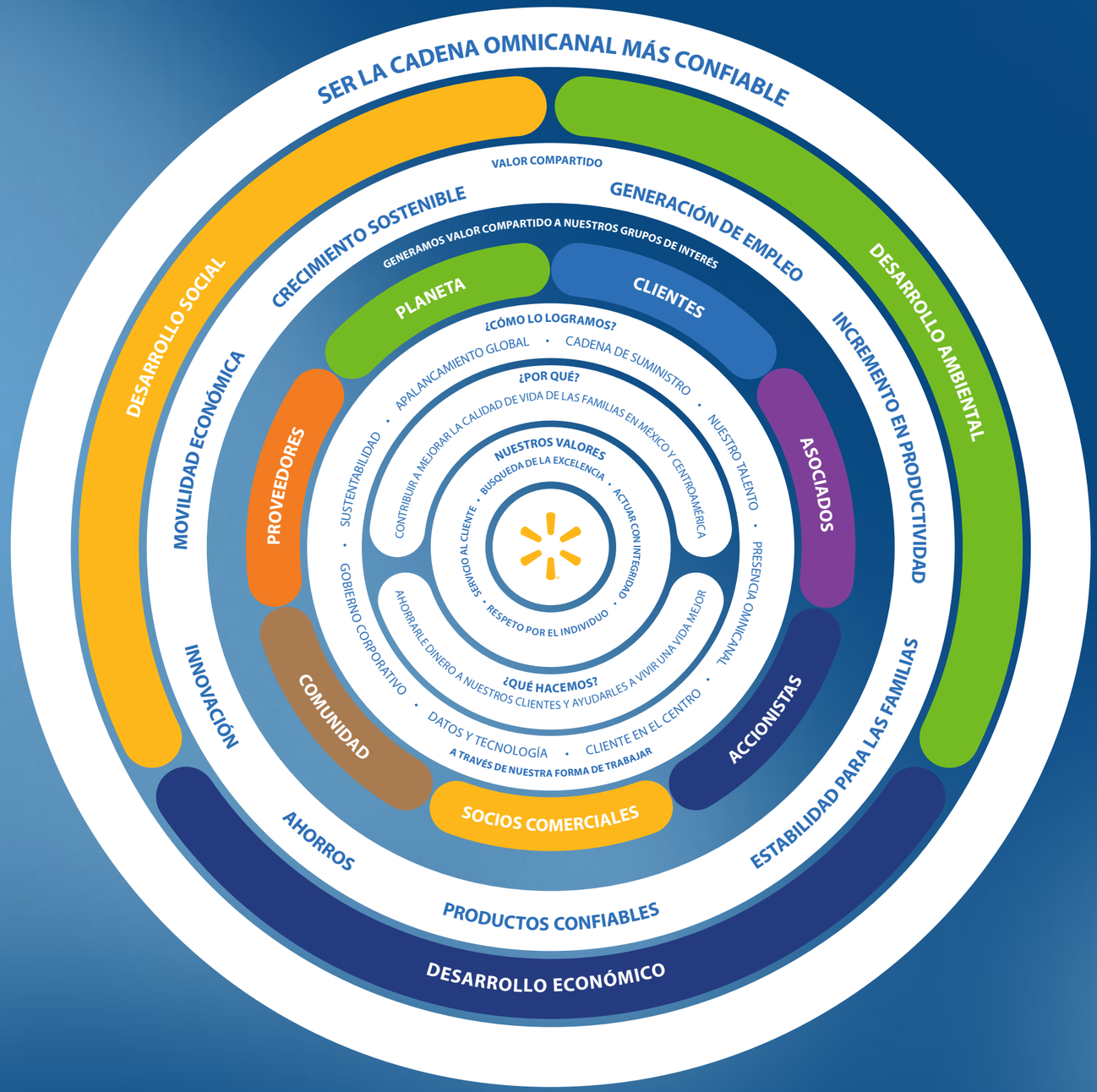
Al ser una compañía con 231,271 asociados, más de 2 mil millones de clientes, 41,186 proveedores y presencia en 685 ciudades en la región, tenemos la posibilidad y la responsabilidad de contribuir de forma significativa al desarrollo sustentable. Es por ello que creemos en nuestro enfoque: Valor Compartido.

Nuestra compañía se basa en valores y es dirigida de forma ética, siempre guiada por nuestros principios, los cuales orientan nuestras decisiones y liderazgo.

Nuestras acciones están alineadas con nuestro propósito de ahorrarle dinero y tiempo a los clientes para 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.



PRIORIDADES ASG

GRI **102-14 ,102-47**

Para maximizar el Valor Compartido, nuestro objetivo no solo es dirigir un negocio omnicanal rentable, 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 juegan un papel fundamental nuestros asociados de la región, las relaciones con nuestros proveedores, nuestra experiencia en alimentos, comestibles y otras categorías, las unidades, nuestra responsabilidad con el medioambiente y nuestras capacidades logísticas y tecnológicas.

Determinamos nuestras prioridades ASG con base en la relevancia que tiene cada tema para el propósito de la compañía, en las categorías que manejamos y en nuestros mercados clave, así como la capacidad de nuestra compañía para generar el cambio y dar la importancia correcta que tienen estos temas 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, cuyos resultados nos ayudaron a:

1. Identificar temas prioritarios para la empresa
2. Identificar temas prioritarios para cada uno de nuestros grupos de interés
3. Identificar riesgos y oportunidades
4. Definir e implementar planes de acción que contribuyen a mejorar nuestro desempeño



Frente a los cambios que derivaron de la pandemia, hemos decidido realizar un nuevo Análisis de Materialidad para 2021

GRI **102-46, 102-47**

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





GESTIÓN ASG

GRI **102-19, 102-20**

Nuestra gestión ASG tiene como objetivo integrar de manera sistemática 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.

Implementamos diferentes medidas y herramientas para avanzar en el proceso de incorporación de nuestras prioridades ASG en nuestra operación:

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

- Principios, compromisos y posiciones: éstos 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

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

- 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

- Definición de objetivos ASG: para las principales áreas de la empresa



GRI **102-22,405-1**
SASB **CG-EC-330A.3, CG-MR-330A.1**

COMITÉ DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Alineamos la estrategia de negocio con nuestras prioridades 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.



Este comité sesiona cuatro veces al año

57% de los miembros son mujeres

Miembros

Presidente

Director General

Miembros

Asuntos Corporativos, Centroamérica
Auditoría
Bienes Raíces
Compras
Comercio Electrónico
Cumplimiento
Finanzas y Relación con Inversionistas
Legal, Centroamérica
Legal y Asuntos Corporativos, México
Operaciones
Recursos Humanos
Transformación Digital
Sustentabilidad y Asuntos Corporativos Internacional

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

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

Principales responsabilidades del Comité de Responsabilidad Corporativa:

- Asegurar la sólida integración del desarrollo sustentable 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
- Analizar riesgos e identificar internamente las oportunidades que surjan para mejorar nuestro desempeño
- Dirigir a la empresa hacia las tendencias nacionales e internacionales para mantener nuestra posición de liderazgo
- 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

EQUIPO ASG

Trabajamos permanentemente para asegurar que cada operación, cada producto y servicio genere valor para todos nuestros grupos de interés. Contamos con un equipo de expertos dedicado íntegramente a 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.

Este equipo centrado en ASG es parte de la Vicepresidencia Ejecutiva y Dirección General de Legal y de Asuntos Institucionales para México y Centroamérica, que reporta al Director General.



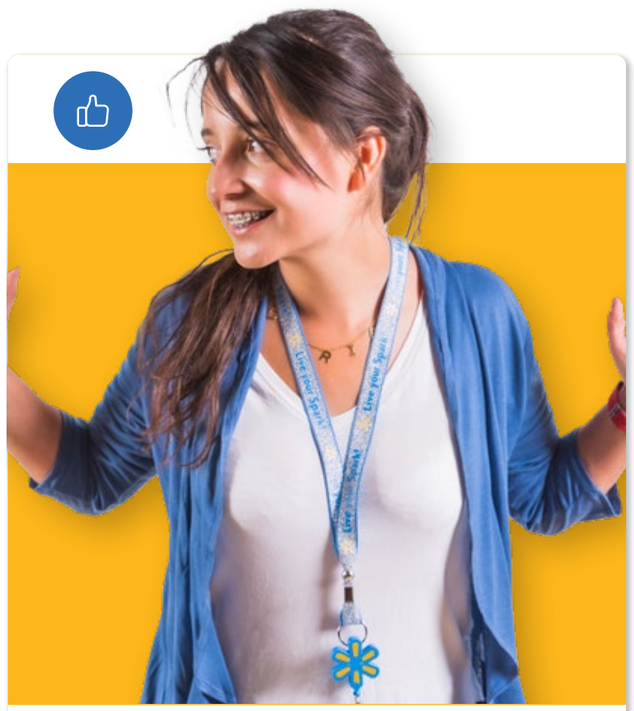
GRI **102-12**

APOYAMOS
EL PACTO GLOBAL

UN GLOBAL COMPACT

PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

Desde 2019, somos signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, integrando firmemente la sustentabilidad en nuestra estrategia empresarial. Además, nos proporciona el marco adecuado para reforzar nuestro compromiso a largo plazo con las prácticas comerciales, responsables y éticas.



Trabajamos para fortalecer nuestro compromiso de operar responsablemente de acuerdo con los diez principios del Pacto Mundial y de tomar medidas estratégicas para avanzar hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas

NUESTRA CONTRIBUCIÓN A LOS ODS

GRI **102-12**

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.

En Walmart de México y Centroamérica contribuimos, de diversas maneras y en diferentes grados, al cumplimiento de todos los ODS. En línea con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, desde 2019 identificamos nuestros cinco ODS prioritarios en un proceso en conjunto con miembros del Comité de Responsabilidad Corporativa y estudios de la industria a nivel local, regional y global.

De cara a la Agenda 2030, a partir de 2020 integramos indicadores con un histórico de medición en cada uno de los ODS, con la finalidad de reportar nuestro avance de manera anual y detectar en donde se encuentran las mayores expectativas, riesgos y oportunidades para la empresa, así como las áreas en las estamos teniendo una contribución más significativa.

Para conocer a mayor detalle sobre nuestra contribución a los ODS y los resultados que hemos logrado en el periodo 2017-2020 da clic aquí.

Da clic sobre nuestros 3 ejes y descubre nuestros esfuerzos con el Pacto Mundial

Ambiental | **Social** | **Gobierno Corporativo**

Nuestros ODS prioritarios



Nuestra participación en los ODS



LA PRIORIDAD:

nuestros asociados y clientes primero

EN CADA DECISIÓN QUE HEMOS TOMADO, NUESTRA PRIORIDAD HA SIDO CUIDARNOS ENTRE TODOS PARA MANTENER LA SEGURIDAD DE NUESTROS ASOCIADOS Y CLIENTES









La contingencia sanitaria que vivimos este año ha puesto al mundo entero en una situación sin precedentes, asimismo ha venido a transformar la manera en la que vivimos y trabajamos

Nuestro corazón está con cada una de las personas que fueron o están siendo afectadas por la crisis derivada de la pandemia.

Como nunca antes, nuestros servicios se han convertido en uno de los pilares fundamentales que fomentan la economía nacional y ayudan a facilitar la vida de las personas. Walmart de México y Centroamérica es una empresa de gente que trabaja para la gente y, por ello, es sorprendente la labor que realizan diariamente los más de 231 mil asociados que la conforman. Queremos comenzar por reconocer la labor de todos aquellos asociados que están en las tiendas, clubes y en los centros de distribución, atendiendo diariamente a millones de clientes y socios. Su trabajo es fuente de inspiración para todos los que formamos parte de esta empresa.

La labor de nuestros asociados es fundamental para que las 3,489 unidades que tenemos en México y Centroamérica puedan abrir sus puertas diariamente y servir a los 6 millones de clientes que atendemos al día en la región.

Somos una empresa resiliente. Históricamente, hemos sabido navegar bajo un sinnúmero de circunstancias, pero nunca nos habíamos enfrentado a algo como lo que estamos viviendo hoy. Nos hemos tenido que retar y adaptar sobre la marcha. Gracias a que transformamos nuestra forma de trabajar, somos capaces de tomar decisiones diarias de forma ágil, respondiendo a un entorno que cada día nos presenta situaciones complejas que cambian constantemente. Trabajamos de la mano de nuestra gente y de nuestros proveedores para lograr una colaboración estrecha y coordinada para poder salir adelante y poder fungir como un aliado para la sociedad.

EL RETO NOS HACE GRANDES: COVID-19

Es en estos difíciles momentos por los que estamos atravesando como humanidad cuando tenemos que demostrar nuestro compromiso con cada uno de nuestros grupos de interés ya que confían en nosotros y en nuestra capacidad de seguir adelante a pesar de las circunstancias.

Como compañía nos enfocamos en cinco prioridades, las cuales son nuestra guía para llevar a cabo acciones contundentes que den respuesta a las múltiples necesidades de nuestros asociados, clientes, proveedores y las comunidades a las que servimos, surgidas a raíz de la contingencia sanitaria.



Apoyar a nuestros asociados que trabajan diariamente en tiendas, clubes y centros de distribución

Servir a nuestros clientes brindando acceso a alimentos y productos esenciales, manteniéndolos seguros

Ayudarnos unos a otros, incluidas las comunidades a las que servimos y nuestros proveedores

Manejar el corto plazo de forma efectiva, financiera y operativamente

Impulsar nuestra estrategia, incluso en momentos de crisis

1 APOYAR A NUESTROS ASOCIADOS QUE TRABAJAN DIARIAMENTE EN TIENDAS, CLUBES Y CEDIS

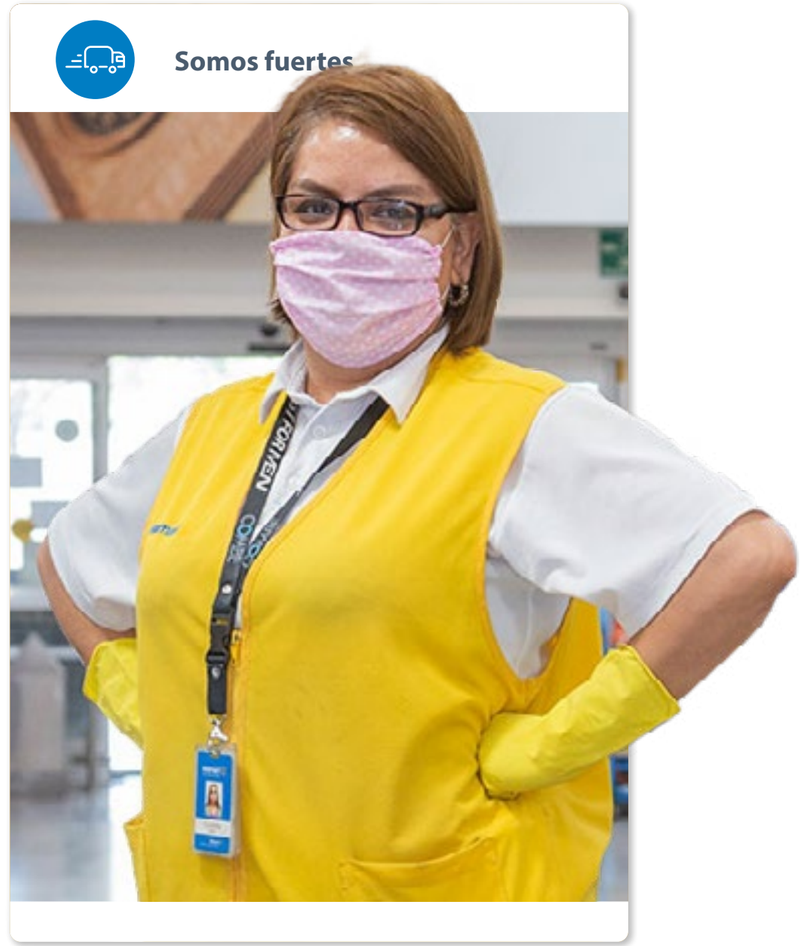


Nuestro reconocimiento para todos nuestros asociados que, gracias a su esfuerzo, trabajo y dedicación, nos permitieron cumplir con nuestro propósito de ayudar a la gente a ahorrar dinero y vivir mejor

Tenemos la gran responsabilidad de cuidar y salvaguardar la salud y bienestar de todos los asociados que conforman la Gran Familia Walmart, en especial de aquellos que atienden a nuestros clientes y socios en tiendas y clubes, y a los que operan el negocio en centros de distribución.

La pandemia exigió que nos adaptáramos rápidamente a los cambios, tomando medidas que, además de permitirnos continuar brindando nuestros servicios, nos proporcionaran la protección de nuestros asociados, quienes estuvieron en todo momento a la altura del reto.

Buscando el bienestar de nuestros asociados para que cuiden de su salud y la de su familia, implementamos diversas medidas que les permiten permanecer seguros



LA SALUD ES LO PRIMERO

Con el objetivo de cuidar a la población vulnerable, otorgamos permiso de ausentarse con goce de sueldo a más de 23,000 asociados en México y Centroamérica, entre ellos, mujeres embarazadas y adultos mayores de 60 años, tanto en tiendas, clubes, centros de distribución como en oficinas corporativas por un período inicial de 14 días, que se extendió hasta el mes de agosto debido a las circunstancias.

Creamos 225 protocolos de comportamiento seguro y materiales de apoyo para que los asociados conocieran la forma correcta del uso del cubrebocas y todas las medidas de protección sanitaria para evitar contagios

En México, cambiamos la periodicidad de pago del sueldo de nuestros asociados de línea, de quincenal a semanal, política que ya seguíamos en Centroamérica. Asimismo, brindamos apoyo en transporte en aquellas localidades en las que se dificulta el acceso y otorgamos dos bonos extraordinarios a nuestros asociados de línea en México y Centroamérica como reconocimiento por su desempeño en esta contingencia.

Se implementaron pruebas rápidas para la detección del COVID-19 y se desarrolló la campaña ¡Ponte Vivo! a través de la cual invitamos a todos nuestros asociados a tomar conciencia sobre la pandemia y a cumplir con las medidas preventivas en todo momento, tanto en casa, trayectos y en las unidades bajo el lema de Si te cuidas tú, cuidas a quienes más quieres y el *hashtag* #NosCuidamosEntreTodos.



Desde principios de marzo, establecimos el trabajo remoto en nuestras oficinas centrales de México y Centroamérica

Desarrollamos iniciativas como la Semana de la Salud Emocional, con la intención de hacer frente al estrés y trabajar de una forma más productiva. En esta iniciativa se otorgaron clases virtuales de yoga para toda la familia, sesiones grupales para mamás trabajadoras y pláticas sobre cómo crear una mentalidad resiliente, gestión efectiva del tiempo, pensamientos y estrés.

Además, se brindaron consultas médicas gratuitas y con costo preferencial para familiares directos, así como descuentos en farmacia e implementamos, a través de nuestro Programa de Asistencia Integral (PAI), un canal de atención médica gratuito para asociados y familiares directos, las 24 horas del día, los siete días a la semana, en el que médicos profesionales brindan atención, asesoría y seguimiento.

En apoyo a su economía familiar, a partir del 1º de abril, ofrecimos un descuento de 6% a todos nuestros asociados para compras de abarrotes, perecederos y farmacia en tiendas, clubes y en línea.

2 SERVIR A NUESTROS CLIENTES BRINDÁNDOLES ACCESO A PRODUCTOS ESENCIALES, MANTENIÉNDOLOS SEGUROS

Nos enfocamos en brindar a nuestros clientes la tranquilidad de que, en todo momento, contamos con suministros de productos de primera necesidad en nuestras tiendas y la confianza de que nuestras instalaciones cumplen con todas las normas establecidas y que nuestros asociados están cumpliendo con las medidas de distanciamiento y desinfección recomendadas por las autoridades.

Nos dimos a la tarea de implementar y difundir, por distintos medios, una serie de medidas y recomendaciones para que los clientes y socios que visitan alguna de nuestras tiendas o clubes tomen todas las medidas de prevención posibles y, de esta manera, cuidarnos entre todos.

Ofrecemos a nuestros clientes una experiencia de compra segura y sin fricciones







Entre las medidas implementadas y recomendaciones se encuentran:

- Colocación de acrílicos para protección en más de 14,000 cajas
- Recepción de clientes y socios con solución antibacterial en los accesos
- Distribución de cubrebocas para todos los asociados de tiendas, clubes y Cedis
- Actualización de la medida de sana distancia a un metro y medio para mayor protección y colocación de marcas en el piso para indicar la distancia correcta entre las filas
- Indicaciones de seguridad al acceso a tiendas y clubes para que solo pudiera ingresar una persona por familia y en caso de ser posible, brindar orientación a los adultos mayores y embarazadas al realizar sus compras
- Desinfección y labores de limpieza profunda en carritos, zonas de alto tráfico, de contacto y uso común
- Operación continua en horarios habituales en la gran mayoría de unidades



- Implementación de medidas adicionales de limpieza y seguridad en la entrega de productos a domicilio
- Procurar no utilizar efectivo
- Al llegar a casa, lavar correctamente manos y víveres
- Limpiar constantemente las bolsas reutilizables



RESGUARDAMOS LA SALUD Y SEGURIDAD EN *ECOMMERCE*

Junto con otras empresas del sector y asociaciones afines, participamos en la creación de la Guía para la preparación, compra y entrega de pedidos de comercio electrónico durante la pandemia de COVID-19, en México. Esta guía, busca procurar las medidas de sanidad pertinentes en las etapas de un pedido en línea, para resguardar la salud de todos los involucrados y mantener la confianza de los consumidores que desean recibir sus compras a domicilio.



Algunas de las buenas prácticas recomendadas por esta guía, y a las que nos hemos apegado son:

- Reforzar y vigilar el cumplimiento de rutinas de aseo general de alta frecuencia
- Generar planes de desinfección continua en lugares de uso común
- Desinfectar diariamente artículos como carritos, cascos, montacargas, llaves, manubrios y el interior del vehículo utilizado para el manejo y entrega de los productos
- Procurar el contacto mínimo con manijas, portones, picaportes, barandales y rejas que no sean fundamentales para concretar la entrega

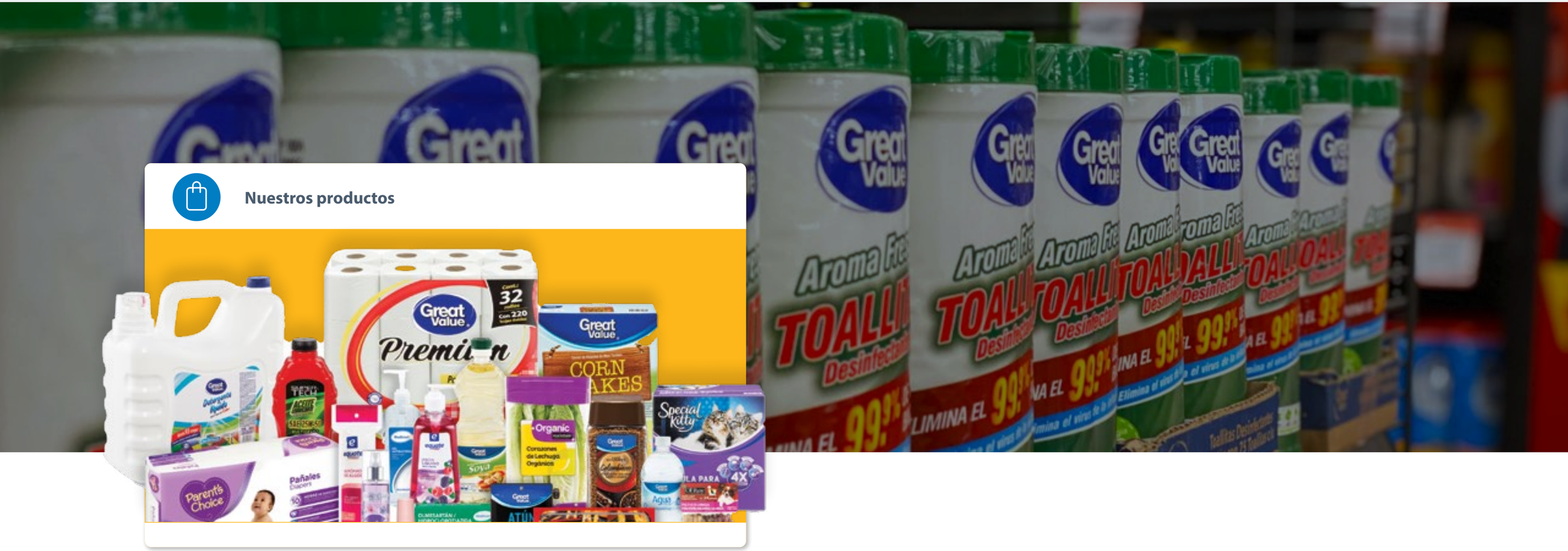






Conscientes de la importancia de cuidar a las personas en situación vulnerable por COVID-19, que requieren hacer sus compras sin salir de casa, asignamos un horario preferente de entrega a domicilio a través de nuestras plataformas de *eCommerce* de los distintos formatos. El sistema les permite llenar su carrito con los artículos de su preferencia y una vez seleccionada la dirección de envío o la opción de *pickup,* pueden elegir la fecha y el horario especial para grupos de riesgo, que se trata del primer horario disponible de cada día.

Con este esfuerzo, beneficiamos a la población vulnerable, como adultos mayores, mujeres embarazadas, personas con discapacidad, trabajadores del sector salud y personas que padecen enfermedades inmunodepresivas, cardiacas, pulmonares, renales, hepáticas, sanguíneas o metabólicas, como lo indica la Secretaría de Salud Federal.



GARANTIZAMOS EL ABASTO CON PRECIOS BAJOS TODOS LOS DÍAS

Ante la urgente demanda de productos básicos al inicio de la contingencia, trabajamos incansablemente para garantizar el abasto para nuestros clientes de productos como papel higiénico, frijol, arroz, leche, perecederos, abarrotes básicos y productos de limpieza, entre otros. De esta manera, les brindamos a nuestros clientes la certeza de que en nuestras tiendas siempre encontrarán lo que necesitan para ellos y sus familias.

Hoy más que nunca honramos nuestra filosofía de Precios Bajos Todos los Días. Para cuidar de la economía familiar de nuestros clientes, trabajamos con nuestros proveedores y socios comerciales para contener los precios de los productos que más demanda tuvieron durante la crisis sanitaria, poniendo especial énfasis en la canasta básica de productos esenciales, en cada uno de los países en los que operamos.

Tomando en consideración las dificultades económicas por las que muchas familias atraviesan, creamos en conjunto con el gobierno de la Ciudad de México, un programa integrado por más de 300 artículos, desde alimentos hasta productos de higiene personal y limpieza del hogar, con los precios más bajos del mercado y con la promesa de mantener los precios durante 60 días sin cambio que llamamos Los Esenciales. En un inicio, este programa fue creado para comercializarse en las tiendas del formato Bodega Aurrera del Valle de México por el periodo antes mencionado. Sin embargo, debido a su gran aceptación y beneficio económico, el programa se extendió todo el año, en todo el país y a todos los formatos de autoservicio de la compañía. Adicional a esta campaña, en apoyo a la economía de los estudiantes mexicanos, se lanzó Los Esenciales para este Regreso a Clases, para mantener precios bajos en más de 60 artículos básicos de la lista escolar en las más de 2,000 Bodegas Aurrera a nivel nacional durante mes y medio. Es así como a partir de un esfuerzo conjunto entre nuestra compañía, proveedores y las autoridades, encontramos otra manera de mantener nuestra promesa de tener Precios Bajos Todos Los Días en beneficio de las familias del país en los momentos que más lo necesitan.

La pandemia ha venido a cambiar los hábitos de todos, desde la manera de relacionarnos hasta en la que trabajamos y en la que compramos. Poner al cliente en el centro de nuestras decisiones nos llevó a entender el nuevo estilo de vida de las familias para tomar medidas que satisfagan sus nuevas necesidades.

Atendiendo a estos cambios, en Bodega Aurrera reforzamos la campaña Morralla, la cual contiene una selección de varios productos con puntos de precio a partir de 5 pesos, incluyendo Nuestras Marcas, con lo cual las personas no sólo incrementaron la cantidad de artículos adquiridos, sino que obtuvieron productos de alta calidad a precios accesibles

Otra estrategia implementada es la campaña Cañonazos, enfocada en reforzar los artículos de mayor volumen, de marcas y productos más vendidos con la mejor propuesta de valor y precio, con el fin de potencializar su venta.



3 AYUDARNOS UNOS A OTROS, INCLUIDAS LAS COMUNIDADES A LAS QUE SERVIMOS Y NUESTROS PROVEEDORES

Somos una compañía comprometida con las comunidades a las que servimos y sabemos que hoy más que nunca son momentos de ser solidarios. Gracias a este compromiso, logramos impactar positivamente en la vida de nuestros asociados, proveedores y comunidades, y ser un aliado del gobierno en beneficio de la sociedad.





SOMOS UNA EMPRESA DE GENTE, SIRVIENDO A LA GENTE

Ante una crisis como la que vivimos, en la que las comunidades necesitan de nuestro apoyo y respaldo, realizamos una donación de 130 millones de pesos para financiar la Unidad Temporal COVID-19 que fue adaptada en las instalaciones del Centro Citibanamex para la atención de pacientes que requieran oxigenoterapia, espacios de terapia intermedia, áreas destinadas a médicos, laboratorio y el traslado de pacientes que requieran cuidado intensivo.

El objetivo de esta acción solidaria fue combinar la especialidad logística e infraestructura inmobiliaria de CIE (Corporación Interamericana de Entretenimiento), CODERE (Centro Citibanamex) y otros aliados, con la experiencia y el prestigio de instituciones como la Fundación Carlos Slim para planear, construir y habilitar una Unidad Temporal, misma que es operada por la UNAM y el Gobierno de la Ciudad de México. Esta unidad ha servido para atender a 6,592 mil pacientes, de los cuales ya se dieron de alta poco más del 88%.

Asimismo, Fundación Walmart de México en conjunto con el Centro Mexicano para la Filantropía desarrolló Fondo de Despensa MX, para recaudar fondos y ayudar a familias que perdieron sus ingresos derivado de la pandemia. Esta alianza permitió que 7,273 familias mexicanas contaran con alimentos en sus mesas durante esta crisis, a través de la entrega de tarjetas de ayuda redimibles en nuestras tiendas Walmart Supercenter, Bodega Aurrera y Superama.

26.3 millones
de pesos recaudados

7,273
familias destinatarias

40,165
despensas entregadas

Reconocemos la gran labor que realizan miles de profesionales día con día para salvar vidas y hacer que la sociedad siga en marcha

Como una forma de agradecimiento a los médicos, enfermeras y otros profesionales de la salud, bomberos, policías e integrantes del ejército y la marina, y de protección civil, les otorgamos el 10% de descuento en productos de farmacia en todas nuestras tiendas. Por su parte, Sam's Club abrió sus puertas para que estas personas pudieran realizar compras sin necesidad de tener membresía en los 164 clubes a nivel nacional durante la emergencia sanitaria, con el único requisito de presentar una identificación del lugar de trabajo.





Estos esfuerzos fueron resultado de la cooperación conjunta, demostrando que, en tiempos difíciles, unidos podemos hacer la diferencia en la vida de muchas personas

En Centroamérica, apoyamos a diferentes entidades de ayuda en toda la región con la donación de 7.4 millones de pesos en abarrotes, productos de cuidado personal, aseo, higiene y bioseguridad, beneficiando a más de 328,900 personas.

Adicionalmente, activamos el programa Manos Amigas en Costa Rica, Guatemala y El Salvador, el cual consistió en la instalación de centros de acopio dentro de las tiendas, donde los clientes podían depositar sus donativos en productos de primera necesidad, para ser entregados posteriormente a las autoridades de ayuda, quienes lo distribuyeron entre la población afectada. A través de este programa logramos donar 1,422 kilos de productos. En Costa Rica también donamos un espacio del centro de distribución ubicado en Santa Ana a la Comisión de Emergencias, que fue utilizado para el resguardo de insumos para la emergencia.

HACEMOS EQUIPO CON NUESTROS PROVEEDORES Y SOCIOS DE NEGOCIO

En México y Centroamérica tenemos 41,186 proveedores, de los cuales un alto porcentaje son micro y pequeñas empresas que, ante la pandemia, enfrentaron situaciones que dificultaron su operación. Con el fin de contribuir a impulsar su crecimiento, creamos el Plan de Apoyo para Micro y Pequeñas Empresas.



Entre los apoyos que otorgamos a través de este plan se encuentran los siguientes:

El Programa de Financiamiento a través de Factoraje a tasas competitivas, por medio del cual nuestros proveedores pueden convertir sus cuentas por cobrar en efectivo de forma inmediata. Este programa está orientado a satisfacer sus necesidades de capital de trabajo, proporcionándoles mayor liquidez y apoyándoles para cumplir sus compromisos y ciclo de producción.

Redujimos los plazos de pago a las micro y pequeñas empresas que son proveedores de bienes y servicios para la compañía de forma indefinida.

Condonamos dos meses de renta a micro y pequeños arrendatarios de locales, ya sea dentro de la propia unidad o colindando con ésta.



Adicionalmente, ocupamos la capacidad ociosa de nuestros socios comerciales y contratamos a miles de personas de manera que pudiéramos hacer frente a las entregas de pedidos, a la vez que generamos trabajo.

Con el fin de promover la digitalización de las Pymes, a finales de año lanzamos Walmart Reemprende Digital, un programa de capacitación digital diseñado para emprendedores que han sido afectados por la contingencia y que necesitan apoyo para enfrentar la crisis. Hicimos este programa posible a través de la alianza de Fundación Walmart de México y Fundación ProEmpleo Productivo, y de esta manera contribuimos a la reactivación económica del país.



HOY MÁS QUE NUNCA VIVIMOS NUESTRA FILOSOFÍA DE PRECIOS BAJOS TODOS LOS DÍAS

Cumplir con nuestra filosofía de Precios Bajos Todos Los Días durante este año fue todo un reto. Frente al inesperado aumento en la demanda de ciertos productos al inicio de la crisis sanitaria, tuvimos que reaccionar de manera inmediata para impedir que esto ocasionara un incremento en los precios, afectando directamente a nuestros clientes.

Ante esta situación, nos vimos en la necesidad de adaptar nuestra operación para acelerar la cadena de abasto en una magnitud que no se tenía prevista. Implementamos estrategias logísticas de punta a punta, actualizamos la planeación comercial, fortaleciendo de forma importante la organización interna y la relación con nuestros socios comerciales. Esto facilitó la entrega de mercancías en centros de distribución, y de forma extraordinaria, algunos proveedores entregaron directamente los productos en tienda, lo que también implicó un ajuste en el catálogo.

Este trabajo en conjunto con nuestros proveedores y socios comerciales, permitió generar un acuerdo para contener los precios de los productos que más demanda tuvieron entre la sociedad en favor del cuidado de la economía de nuestros clientes.

Gracias a la suma de esfuerzos realizados fuimos capaces de expandir nuestro diferencial de precio en 50 puntos base.

La crisis sanitaria ha ocasionado que muchas personas sean más cautelosas con el gasto familiar. En este contexto, los productos de Nuestras Marcas fueron favorecidos con la preferencia de nuestros clientes, debido a su competitividad en precio y calidad, posicionándose así, como un aliado en la economía de las familias.

4 MANEJAR EL CORTO PLAZO DE FORMA EFECTIVA, FINANCIERA Y OPERATIVAMENTE



MEJORAMOS NUESTRA PRODUCTIVIDAD

Somos una empresa que trabaja constantemente en mejorar su propuesta de valor en cuanto a precio, servicio y surtido. La revisión y mejora de procesos en nuestra operación, así como la implementación de tecnología y digitalización para fortalecer nuestra estrategia omnicanal, fueron factores que nos permitieron mejorar la productividad y apalancar costos a través de iniciativas que facilitaron el acceso a productos pensados en los clientes.

Gracias a nuestra disciplina financiera, sin efectos no recurrentes, mantuvimos los gastos operativos en niveles similares a los del año anterior, pese a que tuvimos mayores gastos relacionados con la pandemia.

Balanceamos siempre el corto y el largo plazo en nuestras inversiones, los recursos invertidos en nuestro negocio omnicanal nos han puesto en una posición única para servir mejor a nuestros clientes durante los momentos de emergencia, mientras que con una visión de largo plazo seguimos construyendo capacidades e infraestructura para continuar entregando resultados favorables.

A medida que crecemos y reinvertimos en el negocio, nuestra fortaleza financiera aumenta

Enfocándonos en entender y atender las necesidades de nuestros clientes, y así mantener su preferencia, reforzamos y mejoramos nuestro nivel de servicio

2.6%
contribución de *eCommerce* al crecimiento de ventas en México



Al construir mayor capacidad, invertir y optimizar nuestra operación, fuimos capaces de mejorar considerablemente el NPS *(Net Promoter Score)*, nuestro indicador para medir la lealtad y la satisfacción del cliente, incluso por arriba de los niveles de 2019. Este importante logro fue gracias al trabajo de nuestros asociados, que dieron siempre su mejor esfuerzo por ofrecer a nuestros clientes una mejorada experiencia de compra sin fricciones.

En Centroamérica, la pandemia también nos llevó a acelerar nuestros planes omnicanal. Contamos con más de 200 tiendas habilitadas con capacidades omnicanal, en las que los clientes tienen la opción de recoger sus compras a través de módulos *pickup* y/o a través de entrega a domicilio, otorgando a nuestros clientes de la región experiencias de compra sin fricción y con las medidas de seguridad e higiene recomendadas cuando acuden a nuestras tiendas.

Nuestro desempeño ha sido consistente y el crecimiento en ventas a unidades iguales continúa siendo el motor de crecimiento principal. Durante el año, en México la contribución de *eCommerce* al crecimiento de ventas totales se incrementó 2.5 veces contra el 2019. Además, nuestro GMV *(Gross Merchandise Value)* creció 164%.

Sabemos que nuestra oferta de *eCommerce* está resultando muy atractiva para nuestros clientes y que probablemente sigan comprando en línea una vez que la situación se normalice. Vamos por el camino correcto, somos un negocio resiliente y capaz de adaptarse a las situaciones. Nuestra fortaleza financiera nos permitirá seguir innovando e invirtiendo para mantener nuestro liderazgo y entregar resultados de forma simultánea.

5 IMPULSAR NUESTRA ESTRATEGIA INCLUSO EN MOMENTOS DE CRISIS

Entendemos la difícil situación por la que atraviesan muchos sectores, nos ponemos en su lugar y somos conscientes de que se trata de una relación de interdependencia en donde si gana uno, ganamos todos. Nos llena de orgullo que, a través de un gran esfuerzo conjunto con nuestros asociados y proveedores, así como de la cooperación de la sociedad, hemos obtenido grandes logros para reforzar la actividad económica, y con ello, contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias mexicanas y centroamericanas.



Continuamos invirtiendo en la región, a pesar de la incertidumbre del entorno, ya que creemos en su potencial de largo plazo



1.5%
aportación de las tiendas nuevas al crecimiento total en ventas

INVERTIMOS EN INFRAESTRUCTURA PARA SEGUIR CONSTRUYENDO EL FUTURO

Desde nuestra llegada a la región, hemos sido fuertes impulsores de la economía. En la compañía tenemos la visión de invertir en infraestructura que favorezca no sólo al negocio sino el desarrollo y crecimiento de los países en los que operamos.

Ante el panorama económico retador, decidimos no detenernos y continuar invirtiendo en México y Centroamérica para generar fuentes de empleo, innovación tecnológica y oportunidades para las familias.

A causa de la emergencia sanitaria, tuvimos que aplazar la construcción de tiendas y remodelaciones dada la imposibilidad práctica de obtener permisos y licencias e incluso debido a las medidas de distanciamiento social. Sin embargo, durante el año retomamos nuestro plan de crecimiento de tiendas nuevas a un ritmo más rápido, siempre siguiendo las recomendaciones de las autoridades para las construcciones y asegurándonos de que las condiciones fueran seguras en todo momento. Redoblar esfuerzos por mantener nuestra estrategia, permitió que la aportación de las tiendas nuevas al crecimiento total en ventas fuera de 1.5%.



INVERTIMOS EN LOGÍSTICA Y EN *ECOMMERCE*

El incremento en la demanda de pedidos a través de nuestras plataformas de *eCommerce* fue tres veces mayor comparada con el 2019, por lo que robustecimos nuestra capacidad operativa, contratando a más de 2,700 nuevos *pickers*. Además, impulsando nuestra estrategia del año, inauguramos tres nuevos Cedis, por lo que ahora nuestra infraestructura tiene cinco operaciones dedicadas a *eCommerce*; tres *fulfillment centers* y dos Cedis omnicanal.

De igual forma, respondiendo a las necesidades del mercado, en México, lanzamos los sitios Bodega Aurrera tanto para catálogo extendido como para Despensa a tu casa, así como la habilitación del servicio *On Demand* para 101 tiendas en Bodega Aurrera y 164 tiendas en Sam´s Club que no se tenían planeadas habilitar en el año. Esto nos permitió llegar de forma rápida y eficiente a comunidades que se beneficiaron de nuestra presencia, ampliando nuestra cobertura en 70 ciudades con 586 tiendas, ofreciendo entrega a domicilio y más de 1,100 quioscos de catálogo extendido.

Sin duda fue un año de demostrar nuestra resiliencia y capacidad de innovación, lo que nos permitió entregar resultados favorables.

Nos sentimos afortunados de operar un negocio que nos permitió estar cerca de nuestros clientes en los momentos en los que más lo necesitaban y aprender de ellos todos los días

EL RETO:

estar cerca a pesar de la distancia

ESTE AÑO ACELERÓ SIGNIFICATIVAMENTE LA ADOPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE *PICKUP* Y ENTREGA A DOMICILIO EN TODOS NUESTROS FORMATOS. LAS INVERSIONES QUE HICIMOS EN EL PASADO Y EL MODELO OPERATIVO QUE DESARROLLAMOS, NOS PERMITIERON RESPONDER RÁPIDO Y BRINDAR UN SERVICIO ESENCIAL A NUESTROS CLIENTES EN ESTA NUEVA NORMALIDAD





INNOVACIÓN DENTRO Y FUERA DE LA TIENDA

En nuestra trayectoria como negocio, constantemente hemos trabajado para fortalecer e innovar nuestra infraestructura logística, capacidades tecnológicas, tiendas y plataformas digitales, y en los últimos años, nos enfocamos en transformar nuestra forma de trabajar para convertirnos en una organización ágil, diseñando soluciones de punta a punta y tomando decisiones basadas en datos.

Gracias a esto, nuestros clientes pueden elegir entre diferentes canales de compra y distintas formas de recibir sus productos, siempre con los mejores precios

NOS TRANSFORMAMOS PARA OFRECER LA MEJOR EXPERIENCIA

Esta nueva forma de trabajar, más que una dirección, proporciona una visión. Nuestros asociados cuentan el día de hoy con una mentalidad ágil que gira en torno a cuatro pilares: conocer, empoderar, compartir y reconocer. Siempre con la estrategia como la Estrella Norte que guía nuestras decisiones.

Al momento de diseñar una solución, nuestros ciclos de aprendizaje son más rápidos, permitiéndonos evaluar y replantear soluciones de manera eficiente. Este año nuestras decisiones y liderazgo fueron guiadas por la transformación, a través de la ejecución de diversos planes de acción para mantener una posición sólida en el mercado, preparándonos para operar el negocio del futuro.

El talento de nuestros asociados y el uso eficiente de la tecnología nos ha llevado a construir un negocio omnicanal más firme y eficiente. Hemos apalancado este crecimiento del poder de conocimiento colectivo y la experiencia internacional que nos ofrece la capacidad de nuestra escala.

Impulsados por una de nuestras fortalezas, a la que denominamos *Powered by Walmart* (Impulsada por Walmart, por su traducción del inglés), probamos tecnologías y procesos que han sido exitosos en otros mercados de nuestro negocio. De esta manera logramos reducir tiempos de implementación y uso de capital, gracias a la adopción de mejores prácticas y conocimiento probado en otros países en donde Walmart tiene presencia.

Gracias a la evolución de nuestra operación y al constante esfuerzo por innovar en cada aspecto de nuestro negocio, hemos sido capaces de responder de forma exitosa ante los retos presentados por la disrupción del mercado.



Nuestra transformación se relaciona con un proceso de evolución constante. Este año, la madurez que alcanzaron nuestros equipos se vio reflejada en el crecimiento en cuanto a desempeño y resultados

EVOLUCIONAMOS NUESTRO *ECOMMERCE*

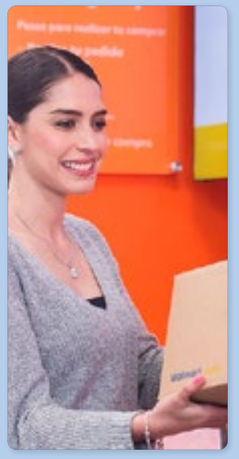
Nos motiva ver el potencial que tenemos en el negocio omnicanal ante la evolución acelerada del mercado

La evolución de nuestras plataformas de *eCommerce* ha consistido en un camino de 15 años de constante esfuerzo e innovación. Con el compromiso de nuestra propuesta de valor de precios bajos y un alto nivel de servicio, continuamos invirtiendo para mantener nuestro liderazgo, la lealtad de nuestros clientes y la confianza de los que experimentan con las compras en línea por primera vez.

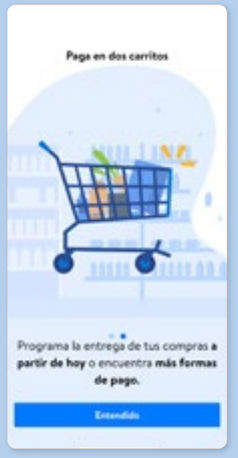


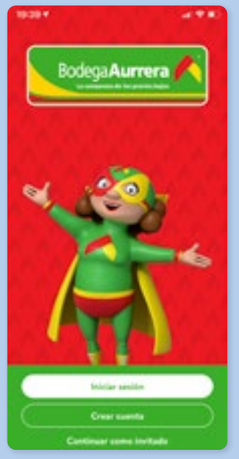


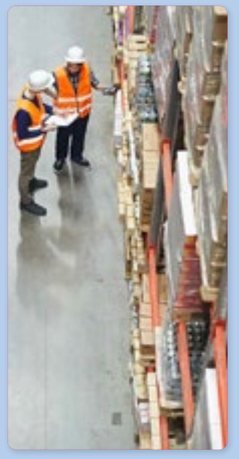














2005
Superama a domicilio

2013
walmart.com.mx
MG

2014
walmart.com.mx
SaD

60 tiendas con SaD

2015
154 tiendas con SaD

100% quioscos Walmart

superama.com.mx

Apps Walmart MG y Súper

2016
Actualización de sams.com.mx

Quioscos en Bodega Aurrera

SaD en **38** ciudades y **26** estados

Pickup Superama y Walmart

2017
Actualización de Apps

Marketplace

340 quioscos (Walmart y Bodega Aurrera)

200 vendedores en MP

2018
Ganar en *On Demand*

App de Bodega Aurrera

560 quioscos (Walmart y Bodega Aurrera)

650 tiendas con *Pickup*

2019
App MG actualizada
Cedis Guadalajara / Monterrey

560 quioscos (Walmart y Bodega Aurrera)
+600 tiendas con *Pickup*
+1,000 vendedores en MP

2020
Todos nuestros formatos cuentan con plataformas digitales, capacidades *On Demand* y entrega el mismo día

Inauguramos un *fulfillment center* para *eCommerce* y nuestros primeros dos Cedis omnicanal

MG: Mercancías Generales
SaD: Servicio a Domicilio
MP: *Marketplace*

AMPLIAMOS NUESTRAS CAPACIDADES

SASB **CG-EC-000.B, CG-EC-000.C, CG-EC-000.A**

Sin duda, la mayor disrupción observada este año sucedió en el negocio omnicanal debido al cambio de comportamiento de los clientes derivado de la contingencia. En este contexto, nos adaptamos y expandimos rápidamente para atender una demanda creciente en la compra a través de medios digitales.

Logramos habilitar 63 áreas del servicio *On Demand* para Walmart y Superama, de las cuales 35 se habilitaron en menos de 72 horas. De estas habilitaciones, nueve se hicieron en ciudades donde no teníamos presencia anteriormente. Contamos con un total de 321 tiendas con operación *On Demand* que cubren 228 tiendas Walmart, y 93 de Superama más Walmart Express.

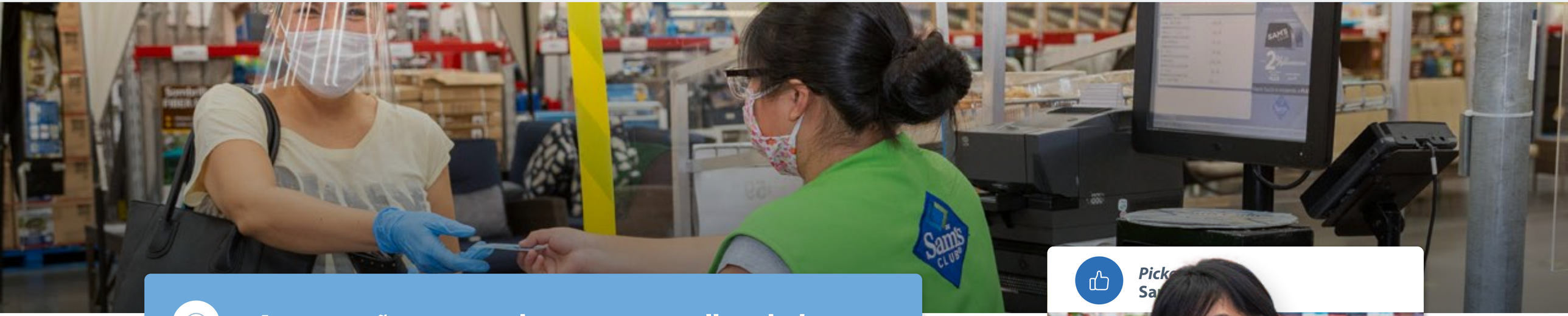
Al inicio de la contingencia sanitaria, en Bodega Aurrera no contábamos con la infraestructura necesaria para soportar la operación de Despensa a tu Casa. Sin embargo, durante el año logramos habilitar 101 unidades, posicionando nuestra propuesta de valor en 18 estados de México. En Sam's Club habilitamos los 164 clubes con capacidades *On Demand*, iniciativa que ha sido muy bien recibida por nuestros socios.

Innovamos e invertimos en tecnología para mejorar nuestra productividad y facilitar el trabajo de nuestros asociados con el uso de herramientas y plataformas que les permitan resolver problemas de servicio y mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes.



En México, contamos con un total de 586 tiendas ofreciendo servicio de entrega el mismo día, *On Demand*

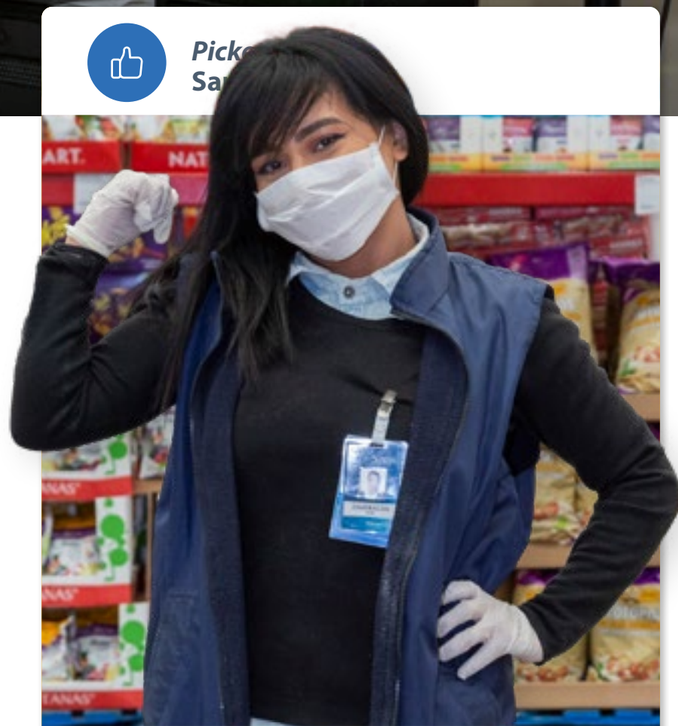




Ante un año tan retador, nos enorgullece haber podido responder de forma rápida ante la situación y seguir innovando para evolucionar la experiencia de compra de nuestros clientes y socios

Durante el año desarrollamos más de diez aplicaciones que nos han permitido conocer, evaluar y mejorar procesos internos de producción, distribución, servicio, atención al cliente e incluso de seguridad. Entre ellas está *Ticket audit* de Sam's Club, que nos permite verificar los *tickets* de compra sin tener fricción con nuestros socios, evitando perdidas en tienda y logrando reducir el tiempo de espera para la revisión del mismo al salir del club.

Además, hemos implementado más de 20 nuevas funcionalidades al Flex POS, nuestro sistema para administrar el punto de venta, el cual permite tener más opciones de pago como auto-escaneo, auto-cobro y servicios financieros, con el propósito de adaptarnos a nuevas regulaciones, construir nuevas oportunidades de negocio y digitalizar procesos.



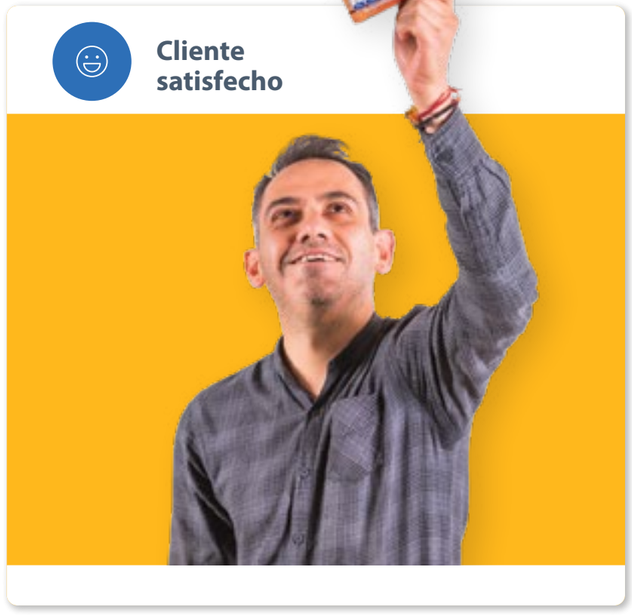
MEJORAMOS NUESTRA ENTREGA A DOMICILIO

Para soportar la demanda de entregas a domicilio, duplicamos las unidades de transporte en los picos de la pandemia e incrementamos 2.5 veces la plantilla de *pickers* en contraste con la que contábamos previo a la contingencia. De igual forma, implementamos una iniciativa de *picking* y entrega externa *(crowdsourcing)*, que da servicio a 28 tiendas y nos dio la oportunidad de servir a más clientes.

Contar con un equipo de *picking* fortalecido nos permitió innovar para agilizar el trabajo y que las tareas de recolección de pedidos en tienda fueran más eficientes. Fue así como desarrollamos el *Multipicking,* donde nuestros *pickers* se organizan por área específica y realizan varias recolecciones de productos de la misma área para diferentes clientes. De esta forma generamos especialización, mejoramos la calidad de selección en el caso de perecederos y disminuimos el tiempo de entrega.



Gracias a nuestra disciplina, trabajo e inversión, nos adaptamos a las necesidades de nuestros socios y clientes, y extendimos nuestra oferta de entrega a domicilio el mismo día para todos los formatos





Dimos pasos sólidos en nuestra estrategia omnicanal, ahora podemos entregar más de 52,000 productos el mismo día

EXPERIENCIA DE COMPRA DIGITAL

Desarrollar una estrategia adaptada al negocio omnicanal, se convirtió en un diferenciador importante este año. Nuestra visión *Powered by Walmart* nos permitió aprender rápidamente de las adversidades y responder de forma más rápida ante la emergencia.

Con medidas como estas, logramos que nuestros cuatro formatos estuvieran dentro del top cinco en la preferencia y lealtad de los clientes, medido a través del indicador NPS.

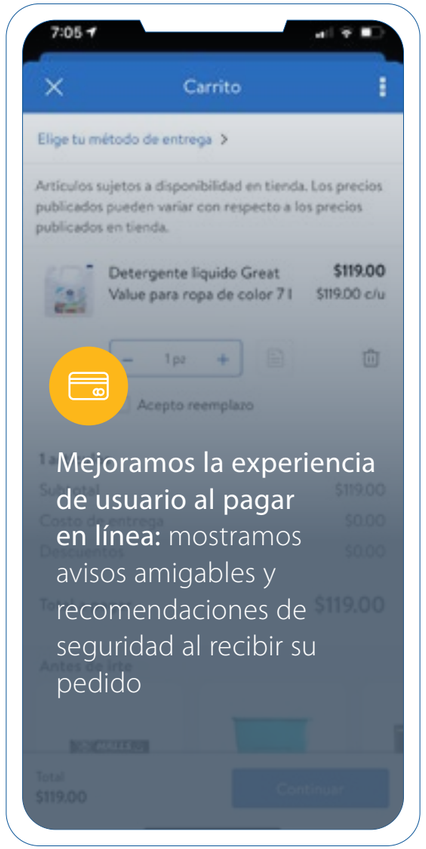
Ejecutamos planes de trabajo para ofrecerle a nuestros clientes una nueva y mejor experiencia de compra sin fricciones a través de las siguientes acciones:



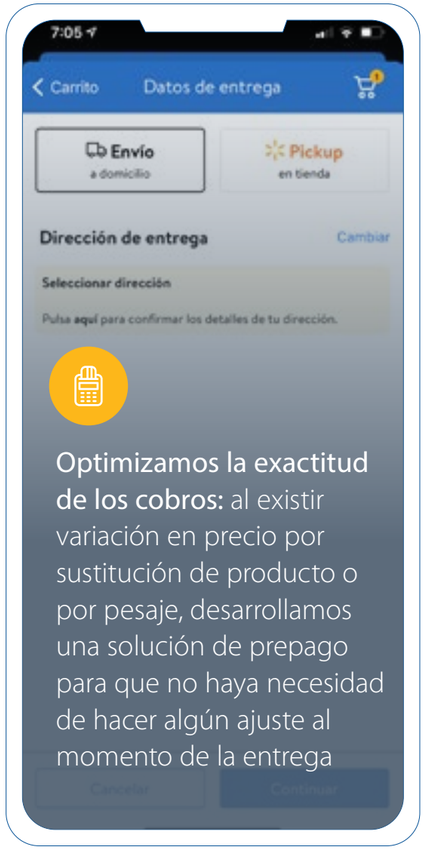
Transparencia en los pedidos: notificamos a nuestros clientes sobre el estatus de su compra a través de correo electrónico y/o *WhatsApp*



Habilitamos la posibilidad de elegir productos sustitutos en pantalla: en el caso de que el producto inicialmente elegido estuviera agotado



Mejoramos la experiencia de usuario al pagar en línea: mostramos avisos amigables y recomendaciones de seguridad al recibir su pedido



Optimizamos la exactitud de los cobros: al existir variación en precio por sustitución de producto o por pesaje, desarrollamos una solución de prepago para que no haya necesidad de hacer algún ajuste al momento de la entrega

Oferta Omnicanal
México









Formato	Unidades	Quioscos	Servicio *On Demand*	Ubicaciones *Pickup*
	2,088	825	101	808
	287	287	228	284
	95	-	93	93
	164	-	164	164

EXPERIENCIA DE COMPRA EN TIENDA

Los hábitos de compra están evolucionando más rápido que nunca. En Walmart, seguimos creciendo e implementando innovaciones tecnológicas para mejorar la experiencia de compra.

Expandimos nuestro servicio de auto-cobro en todos nuestros formatos, el cual ha ganado mayor relevancia por las medidas de distanciamiento. Bodega Aurrera es actualmente el formato en donde más se utiliza este sistema debido a su tracción utilizando el servicio. En Walmart y Superama, este año implementamos el servicio en 38 tiendas más, 34 en Walmart y cuatro más en Superama. Actualmente, el 22% de las transacciones las tiendas habilitadas con el servicio, se realizan a través del auto-cobro.

Sam´s Club, fue el primer club de precios con auto-cobro y, además, desarrollamos 80 nuevas funcionalidades y mejoras para el punto de venta.

En Walmart Heredia Este, ubicado en Costa Rica, implementamos nuestra primera tienda con sistema de auto-cobro de la región. Con la cual nuestros clientes tienen una experiencia de compra renovada, con menor tiempo de atención y mayor autonomía, manteniendo los protocolos de salud pública.

EXPERIENCIA OMNICANAL

Ofrecemos una experiencia de compra completa, que permite realizar compras ya sea de forma presencial en nuestras tiendas, o digitalmente a través de nuestros sitios web y aplicaciones, e inclusive utilizando servicios de mensajería como *WhatsApp*. Asimismo, se pueden usar distintos medios de pago y elegir distintas alternativas de entrega, de forma fácil, integrada, sin fricciones y con los mismos beneficios.



Transformando la experiencia en tienda y en plataformas digitales

TIENDA OMNICANAL	TIENDA EN LÍNEA
1 OPCIONES DE COMPRA	
Anaquel, Quioscos, Pantallas de catálogo extendido (código QR)	Sitios Web, *Apps*, Llamada telefónica, *WhatsApp*
2 OPCIONES DE PAGO	
Caja en tienda[1], Auto-escaneo, Auto-cobro[1], Pago electrónico	Caja en tienda[1], Pago electrónico
3 OPCIONES DE ENTREGA	
En tienda, Módulo *pickup*, Punto *pickup*, Entrega a domicilio	

1. Pago en efectivo, tarjeta de crédito o débito.



INNOVAMOS PARA AGREGAR VALOR



Como parte de nuestra transformación, continuamos innovando con conceptos que se integran y agregan valor a nuestra propuesta. De esta manera, utilizamos nuestra escala de manera positiva para contribuir con el bienestar y cuidado de las familias y comunidades de la región

WALMART EXPRESS

Entre otras cosas, los clientes en la actualidad buscan encontrar en un supermercado una experiencia de compra práctica y segura, adaptada a sus estilos de vida y nuevas necesidades, con oferta omnicanal y que los acerque a productos de calidad con precios bajos

Como respuesta a las necesidades de los clientes actuales, este año le dimos la bienvenida a Walmart Express, un nuevo formato que dentro de sus características ofrece:

- Proximidad y seguridad: Tiendas cercanas y modernas, con espacios diseñados para realizar compras en un ambiente seguro y agradable
- Precio y calidad: Acceso a productos frescos y de calidad, sumado al compromiso de Precios Bajos Todos los Días
- Agilidad: Con la oferta de múltiples puntos de acceso, todos con la mejor experiencia de compra, ya sea de manera presencial o a través de compra en línea y aplicaciones, atención vía *WhatsApp,* entrega a domicilio, o el servicio *pickup* de recolección de mercancía desde la comodidad del auto

Nuestro nuevo formato tendrá dos líneas de crecimiento: la conversión gradual de las tiendas Superama a este nuevo formato y el potencial de construir nuevas tiendas en más ubicaciones. Walmart Express tiene como pilares principales mantener la proximidad y conveniencia de Superama, la calidad y frescura de sus perecederos, así como la oferta de precios bajos que se pueden encontrar en tiendas Walmart.

Tras la puesta en marcha de este nuevo concepto en México, las operaciones de Walmart y Walmart Express compartirán las mejores prácticas, tanto en tiendas como en línea, en donde las inversiones en tecnología *On Demand* se conectarán directamente con una propuesta de valor omnicanal más robusta.





BAIT
(BODEGA AURRERA INTERNET Y TELEFONÍA)

Al mantenernos en constante evolución y pasar de ser un negocio de tiendas a un negocio omnicanal, identificamos que existen adyacencias naturales a nuestro negocio que permitirán resolver puntos de dolor a nuestros clientes a la vez que generamos nuevas formas de ingreso. Con esta visión, este año lanzamos BAIT, nuestro servicio de conectividad que ofrece telefonía móvil de forma accesible e incluyente para las familias mexicanas.

Esta nueva propuesta, impulsada por la mejor oferta prepago del país, con servicios de conectividad ilimitada, datos, voz y SMS, por solo MXN$50 semanales o MXN$200 mensuales, incluyendo cobertura nacional e internacional. Se puede obtener en los formatos de Bodega, Mi Bodega y Walmart.

El gran diferenciador de BAIT es la alineación del plan de telefonía móvil con la búsqueda constante de innovación de la compañía. Apostamos por un servicio incluyente y accesible para que la población que habita en zonas remotas cuente con acceso a internet y pueda vivir una vida mejor. Además, ofrece una propuesta de valor inédita en el mercado, llamada Tus compras te conectan, en la que nuestros clientes al realizar sus compras y escanear el *ticket,* obtienen megas gratis para continuar conectados con sus seres queridos.

Como apoyo a las familias mexicanas, BAIT ofreció 30 días de conectividad ilimitada gratis durante los meses de junio y julio de 2020, al adquirir la tarjeta SIM con un costo de MXN$20.

Estamos trabajando e invirtiendo para desarrollar el nuevo ecosistema del *retail* líder en México, que será uno de los principales motores de nuestro crecimiento



MONEY CENTERS

Conscientes de los nuevos retos y necesidades de nuestros clientes debido a los cambios generados por la pandemia, nos enfocamos en acelerar la implementación de nuevos productos y servicios financieros. Buscamos maximizar el ahorro de tiempo y dinero a las familias en un ambiente seguro, donde puedan efectuar diversas transacciones financieras, todo en un mismo lugar.

En Costa Rica fortalecimos la oferta de pago de servicios con el lanzamiento de los *Money Centers* en nuestras tiendas Walmart y MásxMenos.

Su objetivo es ofrecer un óptimo servicio al cliente con todas las medidas de seguridad, así como la facilidad de realizar el pago de una amplia variedad de servicios tales como: luz, agua, teléfono, internet, derechos de circulación, impuestos municipales, colegiaturas y créditos, entre otros.

El 2020 nos dejó no sólo la experiencia adquirida, sino importantes logros y una perspectiva de crecimiento e innovación en el sector de servicios financieros dentro de la industria del *retail*.

En Centroamérica, 2020 fue el año de la innovación y crecimiento de productos y servicios financieros

CAMPAÑAS Y COMUNICACIÓN CON NUESTROS CLIENTES

Hoy en día, la comunicación remota se ha integrado a la nueva normalidad; compras, aprendizaje, trabajo y más, han sido actividades cotidianas migradas al espacio virtual. En nuestra compañía, la digitalización se ha convertido en parte de nuestro día a día, y aunque la adopción y transición no fue sencilla, hemos transformado la forma tradicional de contacto hacia una digital más dinámica y con mayor alcance, integrando a cada vez más áreas del negocio, y escuchando y aprendiendo de los clientes.

Para nuestra visión de crecimiento en tiendas nuevas, las restricciones de viaje desafiaron nuestros planes de supervisión y avance de obra. Este reto nos brindó la oportunidad de ser innovadores haciendo uso de las tecnologías disponibles. Utilizamos drones para el monitoreo de obras de manera remota y realizamos recorridos a través de visitas virtuales. Esto nos permitió retomar nuestro plan de crecimiento a un ritmo más rápido, una vez levantadas las restricciones por parte de las autoridades.

A través de redes sociales y plataformas de vídeo conferencia, tuvimos sesiones en vivo con nuestros clientes de Bodega Aurrera, para conocer de sus necesidades de forma personal y recibimos retroalimentación de nuestro servicio durante la contingencia.

Gracias a esta comunicación, entendimos la nueva necesidad de nuestros clientes por adquirir productos con mayor volumen o gramaje para optimizar el gasto y consumo, ya que, durante la pandemia toda la familia se mantenía en casa gran parte del día. De esta forma, de la mano de nuestros clientes y proveedores, adaptamos las propuestas comerciales y de comunicación, realizando cambios en surtido y mercadeo.



Para Bodega Aurrera, la comunicación con los más de 8 millones de seguidores en redes sociales fluyó de forma extraordinaria



Además, con la finalidad de crear nuevas experiencias con nuestros clientes y diferenciarnos de los competidores, realizamos más de 10 conciertos virtuales, que nos permitieron posicionar nuestras principales temporadas como *Hot Sale* y Fin Irresistible, así como los lanzamientos del sitio web de Bodega Aurrera en línea, Despensa en tu casa y BAIT. Con estos eventos logramos alcanzar a más de 20 millones de personas.

En Sam's Club decidimos enfocar mayores esfuerzos en nuestra estrategia de ventas a través de *eCommerce*, por lo que reforzamos las inversiones para poder llevar tráfico a nuestra página y aplicación desde canales como *Google* y *Facebook*, capitalizando nuevas ocasiones de compra para el evento *Hot Sale*, que este año lo realizamos de la mano con la AMVO (Asociación Mexicana de Venta Online) y para *Open House*.



Esta estrategia, que iniciamos desde que comenzó la contingencia sanitaria, nos permitió afianzar la lealtad de nuestros socios y clientes

En Superama, realizamos el evento anual Maestros de la Parrilla adaptado a plataformas digitales. Este taller reunió a diferentes chefs y cocineros que enseñaron a nuestra audiencia de miles de clientes a preparar carnes asadas y parrilladas como un experto. De esta forma, logramos seguir conectando con nuestros clientes cuidando de su salud.



LA CLAVE:

tener al mejor equipo

EL 2020 NOS DEMOSTRÓ QUE CONTAMOS CON UN EQUIPO CAPAZ Y COMPROMETIDO A LA ALTURA DE CUALQUIER DESAFÍO, ESTAMOS ORGULLOSOS Y QUEREMOS SER EL MEJOR LUGAR PARA SER, CRECER Y PERTENECER

GRI **102-8**

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

PROPUESTA DE VALOR AL ASOCIADO

GRI **401: 103-1, 103-2**

Nuestros asociados son nuestra prioridad y los tomamos en cuenta en todas nuestras decisiones. Continuamos trabajando en mejorar cada día nuestra Propuesta de Valor al Asociado, a la que llamamos PRODI, un acrónimo para describir las cinco promesas que la conforman y que representa todos los beneficios de trabajar en Walmart.



P

Éste es el lugar donde tenemos un **Propósito**, donde cuidamos la calidad de vida de las familias en México y Centroamérica

R

Donde todos los días tenemos un **Reto** y nos reinventamos

O

Donde encontramos grandes **Oportunidades**, teniendo más que un trabajo, un sueño

D

Éste es el lugar donde **Disfrutamos** lo que hacemos, todos los días

I

Es el lugar donde la **Inclusión** y la **Diversidad** forman parte de nuestra cultura y puedes ser 100% tú

Este es el lugar

NUESTRO TALENTO

GRI **203-2, 401-1, 102-8**

231,271
asociados

4,571
empleos generados



Total de asociados por género

53%
Mujeres

47%
Hombres

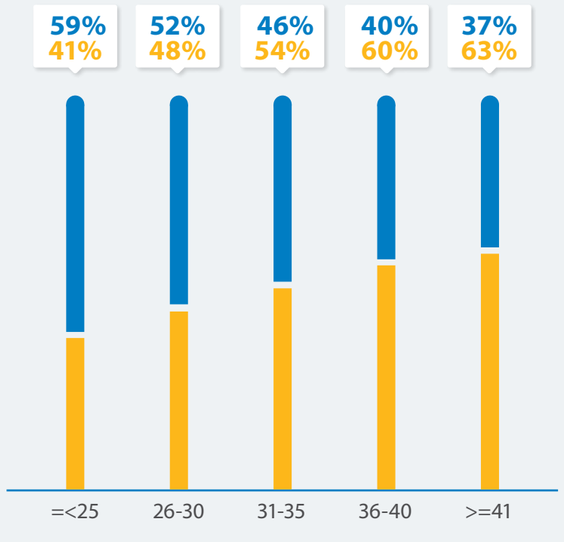
GRI **102-7, ,405-1**
SASB **CG-EC-330A.3, CG-MR-330A.1**



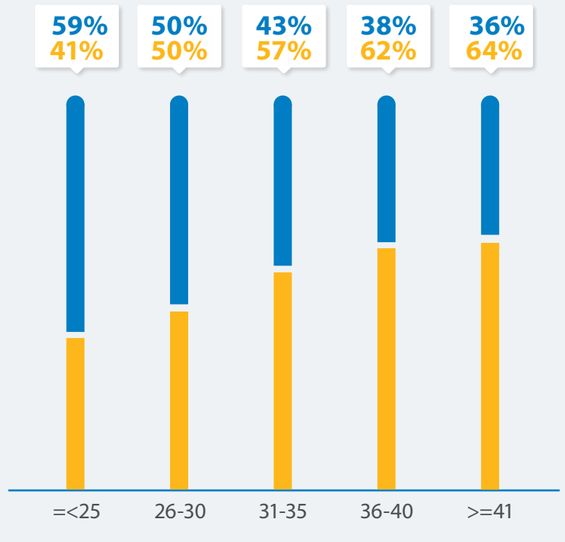
Mujeres

Hombres

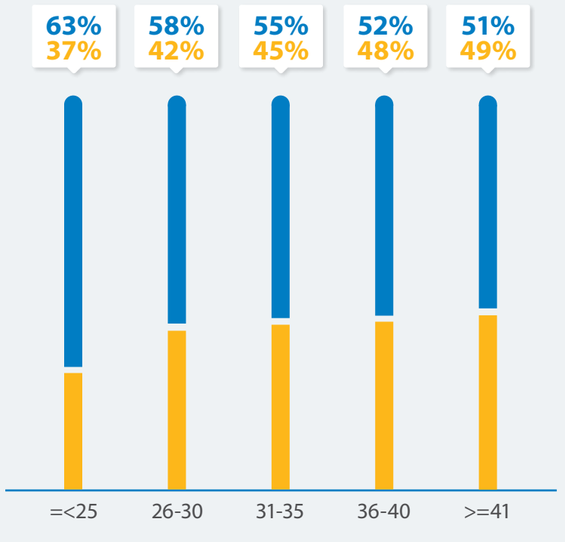
Total asociados por edad



Asociados por edad
México



Asociados por edad
Centroamérica



Asociados Staff y Operaciones



Total de asociados de operaciones y staff México y Centroamérica:

10,342
staff

220,929
operaciones

8,060
total de asociados staff México

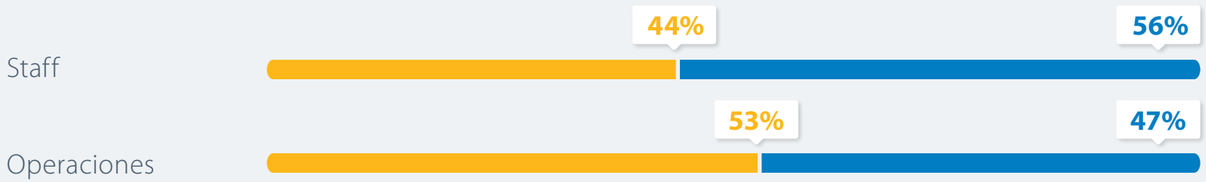
2,282
total de asociados staff Centroamérica

185,507
total de asociados operaciones México

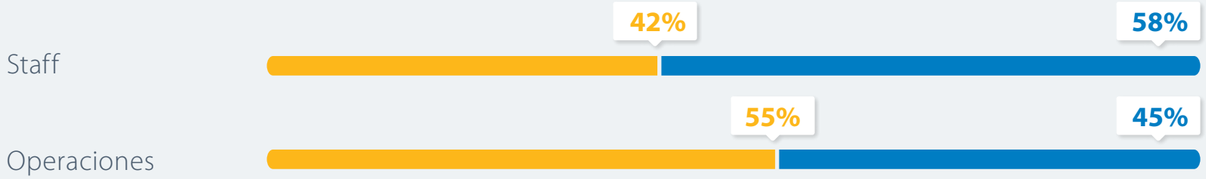
35,422
total de asociados operaciones Centroamérica

Total de asociados de operaciones y staff México y Centroamérica

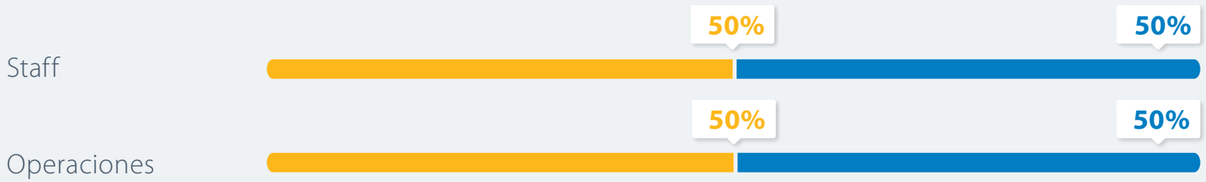
 Mujeres  Hombres



Total de asociados de operaciones y staff México



Total de asociados de operaciones y staff Centroamérica



MÉXICO

GRI **102-8** SASB **CG-EC-330A.4.**

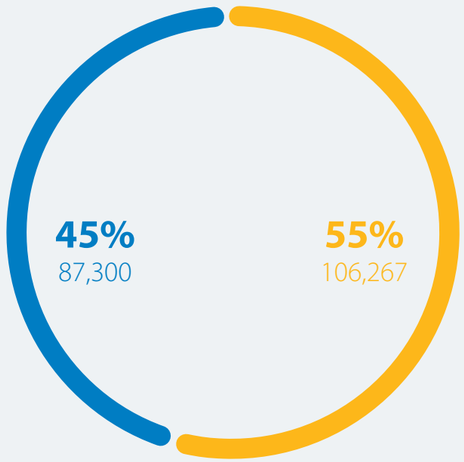
193,567
asociados



Asociados por sexo


Hombres


Mujeres



Asociados por nivel y tipo de contrato

No ejecutivos	**190,488**	55%	45%
Ejecutivos	**3,079**	37%	63%
Permanentes	**171,823**	56%	44%
Jornada parcial	**9,657**	65%	35%
Jornada completa	**162,166**	55%	45%
Eventuales	**21,744**	47%	53%
Jornada parcial	**1,486**	53%	47%
Jornada completa	**20,258**	47%	53%

CENTROAMÉRICA

GRI **102-8** SASB **CG-EC-330A.4.**

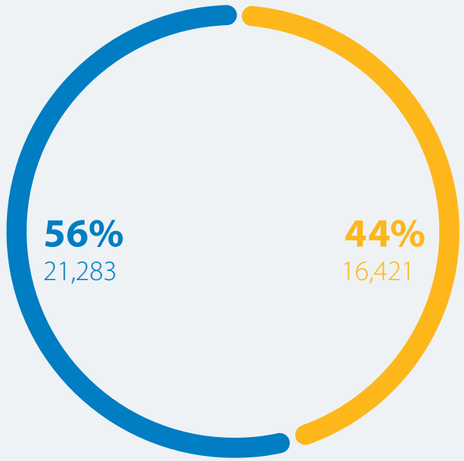
37,704
asociados



Asociados por sexo


Hombres


Mujeres



Asociados por nivel y tipo de contrato

No ejecutivos	37,263	44%	56%
Ejecutivos	441	38%	62%
Permanentes	36,622	43%	57%
Jornada parcial	4,168	58%	42%
Jornada completa	32,454	42%	58%
Eventuales	1,082	48%	52%
Jornada parcial	506	58%	42%
Jornada completa	576	40%	60%

GRI **401-1**
SASB **CG-MR-310A.2**
SASB **CG-EC-330A.2**



Mujeres



Hombres

Nuevos Asociados
México

		Mujeres	Hombres
Total	110,550	46%	54%
<25	52,699	38%	62%
26-30	21,228	45%	55%
31-35	12,494	53%	47%
36-40	8,188	59%	41%
>41	15,941	59%	41%
Bajas	130,843	46%	54%
<25	59,755	38%	62%
26-30	25,326	44%	56%
31-35	15,003	52%	48%
36-40	10,200	57%	43%
>41	20,559	58%	42%

Nuevos Asociados
Centroamérica

		Mujeres	Hombres
Total	13,061	44%	56%
<25	4,873	42%	58%
26-30	3,824	46%	54%
31-35	2,220	46%	54%
36-40	1,145	41%	59%
>41	999	43%	57%
Bajas	12,164	40%	60%
<25	3,415	38%	62%
26-30	3,480	41%	59%
31-35	2,406	39%	61%
36-40	1,361	39%	61%
>41	1,502	42%	58%

DESARROLLAMOS NUESTRO TALENTO

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

Ofrecemos una gran variedad de oportunidades de carrera. Brindamos a nuestros asociados la posibilidad de crecer y ser exitosos dentro de la compañía; es por ello, que contamos con diferentes programas de capacitación diseñados con base en la detección de necesidades grupales e individuales, con el fin de proporcionarles las herramientas necesarias para su desarrollo profesional y personal.



En 2020, tuvimos una evolución muy importante en la forma de implementar capacitaciones al cambiar toda nuestra oferta de presencial a digital

Capacitación a asociados

Gracias a la tecnología y distintas herramientas pudimos ofrecer grandes oportunidades de aprendizaje para nuestros asociados

22,115
promociones

43.7 millones
de pesos invertidos en capacitación

7.5 millones
de horas de capacitación

GRI **404-1**

34.67
horas de capacitación promedio por asociado



Horas de capacitación por nivel

Nivel	México		Centroamérica	
	Horas hombre	Horas por asociado	Horas hombre	Horas por asociado
VP	249	8.9	14	3.4
Nivel directivo	2,241	17.5	274	8.8
Subdirectores (*Squad Leads)*	8,818	21.1	480	7.8
Nivel gerencial	73,947	27.9	4,188	10.2
Subgerentes	584,020	56.4	11,693	12.4
Nivel departamental	565,006	22.0	24,279	10.7
Nivel línea	6,038,031	27.1	244,157	6.4



Capacitamos a 217,512 asociados de operaciones y staff

MÉXICO

Durante 2020, se diseñaron y desarrollaron estrategias de capacitación de manera digital con enfoque en nuestros programas transversales, tales como liderazgo, agilidad y técnicos funcionales

***Learning Experience Platform* (LXP)**
Nueva plataforma de capacitación, en donde nuestros asociados pudieron ingresar a través de cualquier dispositivo de la compañía y personal y en la cual pudimos cubrir temas prioritarios por contingencia y medidas de prevención de la COVID-19. Mediante esta plataforma capacitamos a 146,613 asociados de operaciones y staff.

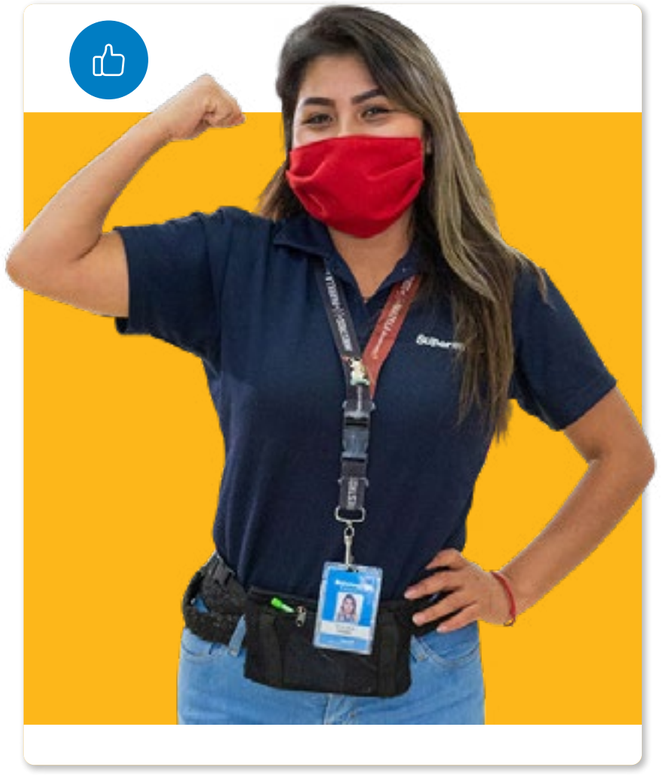
Programa *Onboarding* Gerencial Autoservicio
Programa por medio del cual Walmart le da la bienvenida a los nuevos asociados y promociones al puesto de Gerente y Subdirector, abordando los puntos clave de supervisión indispensables para el correcto desempeño de su nueva función mediante cuatro bloques: introducción, soporte, función y retroalimentación, lo que les permite adaptarse con facilidad a su nuevo rol dentro de la compañía.

DAR Contingencia (Descubre y Aprende el Retail)
Capacitación dirigida a los asociados de línea de nuevo ingreso que fueron contratados para la temporada de contingencia, para mostrarles los temas principales para operar sus funciones en el piso de venta y línea de cajas en los formatos Sam's, Bodega Aurrera, Mi Bodega, Bodega Aurrera Express, Superama y Walmart Supercenter. En total capacitamos a 74,770 asociados.

Total Loss
Capacitación impartida a Subgerentes de Perecederos de Walmart Supercenter, Bodega, Mi Bodega y Superama, con el objetivo de darles herramientas para identificar acciones clave dentro del proceso de flujo de mercancía.

Certificación Gerencial
Capacitación para mejorar los indicadores clave de negocio, a través del reforzamiento de procesos claves y la implementación de un plan de acción en tienda dirigida a los Gerentes de Walmart Supercenter, Bodega, Mi Bodega, Superama y Bodega Aurrera Express.

Programa CER Perecederos Sam's Club (Constancia, Excelencia, Resultado)
Programa creado con el fin de desarrollar habilidades técnicas en los asociados, que impacten positivamente en los indicadores del negocio y que les permite gestionar los indicadores de venta, margen y merma, así como llevar a cabo acciones de supervisión y de ejecución para los líderes.



SmartForecasting
Capacitación para el área de resurtido que tiene como objetivo reducir costos mediante la mejora en la precisión del pronóstico de venta, para asegurar ser la opción número uno para nuestros clientes.

***Trainee* de Resurtido**
Capacitación para resurtidores que permite entrenarlos en los procesos de su rol en Walmart y así cubrir las vacantes requeridas.

Programa *Trainee* Autoservicio
Permite brindar el talento necesario para cubrir las posiciones generadas por el crecimiento de la compañía derivado de nuevas aperturas y promociones, así como sustituir las posiciones generadas por la rotación natural de la posición.

Negotiation Development Showcase
Capacitación dirigida a *Squads Leads* y *Category Managers*, con el objetivo de reforzar principios de negociación adaptados a la nueva normalidad.



CAT *(Category Assortment Training)*
Programa de capacitación por medio del cual, el *Category Manager* conoce el proceso de gestión de categorías, reforzando sus habilidades para la toma de decisiones.

Medidas de Seguridad para el Trabajo en Alturas
Capacitación cuyo objetivo es brindar a los asociados los conocimientos sobre los principales riesgos para realizar trabajos en las alturas y aprender a mitigarlos.

Corte y Soldaduras
Programa que brinda a los asociados el conocimiento de los principales riesgos al realizar trabajos de corte y soldadura, y las principales medidas de prevención para mitigarlos.

Escuela de Sierristas
Tiene como objetivo brindar a los asociados y futuros sierristas, los conocimientos necesarios sobre los procesos que ejecutan, las herramientas y/o formatos que manejan como parte de sus actividades y los lineamientos de seguridad y calidad que deben cuidar en todo momento, con la finalidad de que puedan operar y resolver situaciones cotidianas relacionadas con el puesto.

Mi Seguridad en 9 Pasos
Brinda a los asociados los conocimientos necesarios para identificar las prácticas y condiciones seguras, así como las reglas de seguridad a cumplir dentro de la planta de carnes, con la finalidad de disminuir el número de accidentes en planta bajo nueve pasos: seleccionar, evaluar, guiar, unir, reforzar, impulsar, demostrar, actualizar y destacar.

CENTROAMÉRICA

Academia Operaciones
Busca el desarrollo de nuestros asociados de tienda. Por medio de manuales técnico-funcionales, apoyamos el desarrollo de los asociados con el apoyo de material auto-gestionable bajo la metodología de Aula Invertida. Dirigido a las áreas de Cajas, Trastienda, Perecederos y Abarrotes, con el apoyo del *People Business Partner*. Desde su lanzamiento en abril se han impactado 27,409 asociados.

Líder de Evolución
Programa diseñado para el desarrollo de liderazgo en tiempos de crisis y habilidades de gestión en Gerentes de Tienda, en el cual se capacita al personal en temas como: gestión del cambio, inteligencia emocional, planificación y priorización, toma de decisiones, *feedback* y comunicación y gestión de equipos.

Para Walmart de México y Centroamérica el desarrollo de nuestros asociados es fundamental





Academia Central OPS

Brinda a los asociados conocimientos encaminados a potenciar su desempeño con cursos tales como: presentaciones efectivas, *design thinking*, cuatro pilares del liderazgo, comunicación e influencia, finanzas para no financieros y administración de proyectos. En 2020, al 100% de asociados de Central Ops se les proporcionaron licencias de *LinkedIn Learning* con las cuales se desarrollaron habilidades y conocimientos en temas como agilidad, Kanban, y *Lean Six Sigma,* entre otros.

Academia Comercial

Taller de células de abasto y catálogo óptimo para 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 para 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 de Desarrollo Agroindustrial

Capacitación de "Las 6 Prácticas Críticas del Liderazgo Desarrollo para Gerentes" con el fin de brindar las herramientas para liderar y gestionar equipos de manera eficaz.

Escuela de seguridad



Academia Logística

La escuela de Seguridad para los Cedis es un programa de realidad virtual, que ha logrado disminuir el 20% de accidentabilidad en Cedis.

Escuela de Seguridad

Lanzamos la Escuela de Seguridad, la cual está dividida en módulos y fue diseñada y creada con la colaboración de expertos en seguridad. Utilizamos la tecnología de realidad virtual usando los lentes Oculus centrándose en la experiencia de uso de cada asociado y, además, brindar el conocimiento para actuar de forma segura en los Cedis.

EVALUACIÓN A ASOCIADOS

GRI **404-3** SASB **CG-EC-330A.1**

Para Walmart de México y Centroamérica el desarrollo de nuestros asociados es fundamental, contamos con diversas herramientas para identificar su potencial y desempeño, así como para incentivarlos y promover su desarrollo.

Estas herramientas nos permiten implementar un marco de compensación adecuado y equilibrado para todas las categorías de empleados, por lo que contamos con un enfoque y un sistema integral para recompensar al 100% de nuestros asociados de todos los niveles, mediante métricas de desempeño individual, que se llevan a cabo de forma anual.

70,117
asociados evaluados en 2020

54%
de mujeres evaluadas

46%
de hombres evaluados

Herramientas de evaluación

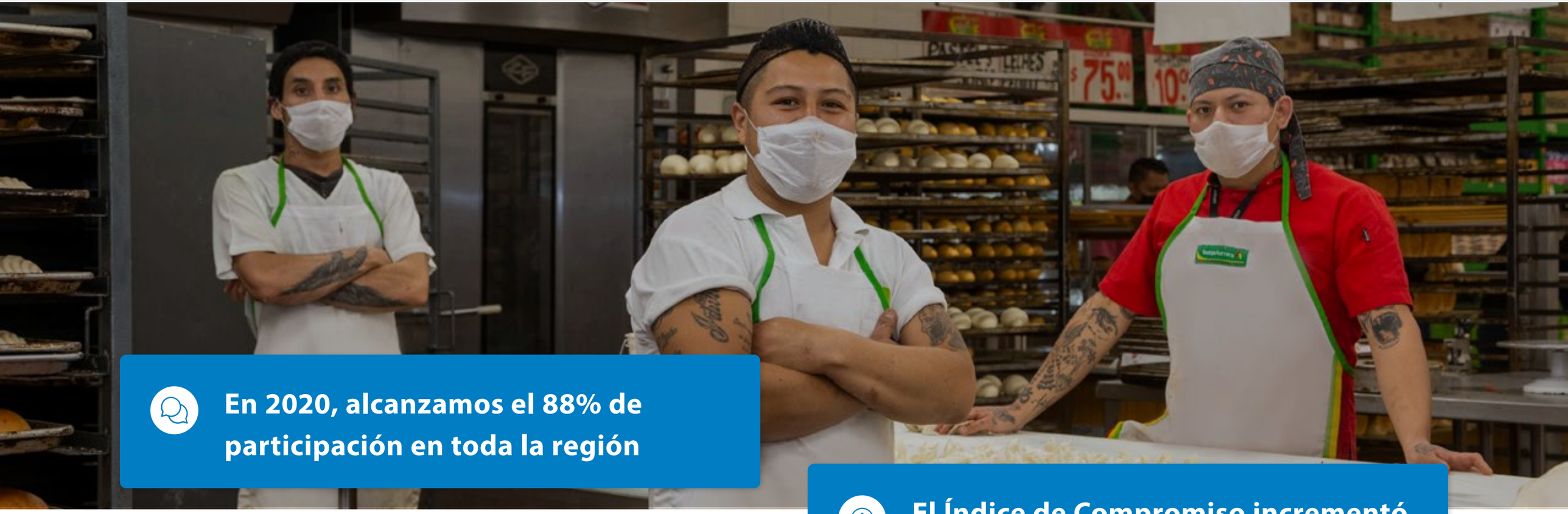


Evaluación de desempeño anual: nos permite saber cómo se encuentran nuestros asociados y qué necesitan mejorar. Al realizarla, tanto el jefe directo como el asociado tienen claridad de en qué medida se lograron sus objetivos y la forma en que se desempeñó de acuerdo a las competencias o comportamientos que debe mostrar.

Calibración: este proceso ayuda a nuestros asociados a saber cómo los perciben dentro de la compañía, para saber si tienen los elementos necesarios para ser considerados como talento, lo cual implica mostrar un desempeño sobresaliente y tener el potencial para ocupar puestos donde las tareas son más difíciles y complejas.

Plan Individual de Desarrollo (PID): esta herramienta permite a nuestros asociados tener claridad sobre en qué deben mejorar y la forma de realizarlo.

Sesiones de retroalimentación: se realizan para comunicarle a nuestros asociados sugerencias, preocupaciones u observaciones identificadas en sus comportamientos con el fin de que mejoren su desempeño.



En 2020, alcanzamos el 88% de participación en toda la región

El Índice de Compromiso incrementó a 80% vs 76% en 2019

DIÁLOGO CON ASOCIADOS

SASB **CG-EC-330A.1**

Fomentar la participación activa de nuestra gente es parte del éxito de la compañía. Cada año aplicamos una Encuesta de Compromiso, en la que nuestros asociados expresan su opinión sobre lo que necesitamos mejorar, las relaciones de liderazgo, cómo se vive la Cultura Walmart y los puntos básicos que construyen la experiencia de trabajo.

Esta encuesta es administrada por un proveedor independiente que es responsable de concentrar las respuestas individuales, las cuales se manejan de manera confidencial y cuyos resultados son reportados a nivel grupal.

Este año tuvimos una gran cercanía con nuestros asociados, lo que dio como resultado una alta participación con respecto al año pasado, lo que demuestra el interés de nuestros asociados por opinar.

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

Adicionalmente, este año realizamos encuestas que nos permitieran conocer el sentir de nuestros asociados en diferentes rubros como salud emocional, calidad de vida y trabajo remoto. Sobre este último tema, el objetivo era saber si contaban con herramientas necesarias para desarrollar su trabajo adecuadamente y conocer su jornada laboral, obteniendo una gran aceptación y reconocimiento por parte de los asociados.

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

Participación México

87% mujeres



87% hombres

Participación Centroamérica



91% mujeres



89% hombres

Índice de Compromiso



IGUALDAD SALARIAL

GRI **202-1, 405-2, 102-35,102-36**
SASB **FB-FR-310A.1, CG-MR-310A.1**

Nuestra Política de Igualdad de Remuneración asegura que en Walmart de México y Centroamérica no exista diferencia salarial por género, edad, religión, preferencia sexual o ideología política.

Contamos con un tabulador que nos permite llevar un control; 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. Por otra parte, la remuneración que ofrecemos en la compañía cumple y excede el salario mínimo establecido por las autoridades.

Política de Igualdad de Remuneración

En Walmart de México y Centroamérica estamos comprometidos con la igualdad entre todos nuestros asociados sin distinción o preferencia por ninguna razón que no sea basada en sus logros y desempeño.
Como parte de los compromisos que hemos establecido, están:

- Garantizar que no existan diferencias salariales por razón de género, edad, religión, preferencia sexual o ideología política
- Asegurar que las diferencias que existan en la remuneración se deban al desempeño individual, así como a los logros de cada asociado, mismos que se evalúan anualmente con base en la antigüedad en la empresa y el apego a los comportamientos de éxito que están plasmados en las políticas de la compañía
- Cumplir y exceder el salario mínimo establecido por las autoridades
- Promover permanentemente la igualdad de remuneración entre hombres y mujeres
- Supervisar que existan políticas y procedimientos internos eficaces de igualdad de remuneración
- 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
- Asegurar el acceso a la seguridad social de nuestros asociados
- Fortalecer la transparencia y la comunicación al establecer y revisar la remuneración

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN

GRI **102-41, 407: 103-1, 103-2, 103-3, 407-1**
SASB **FB-FR-310A.2**

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 tienen la opción de elegir a la organización sindical a la que deseen pertenecer. El 71% 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. Todo esto se ve reflejado en nuestra Política de Libertad de Asociación.



Política de Libertad de Asociación

En Walmart de México y Centroamérica, estamos comprometidos con la libertad de asociación de nuestros asociados. Como está estipulado en nuestra política, nos hemos comprometido a lo siguiente:

- Garantizar permanentemente los derechos laborales de nuestros asociados, para que puedan elegir de forma libre a la organización sindical a la que deseen pertenecer
- Asegurar que nuestros asociados ejerzan su derecho de asociación o no asociación con otros
- Reconocer permanentemente la libertad de asociación y negociación colectiva de nuestros asociados
- Respetar los derechos de nuestros asociados de: asociación, organización y negociación colectiva en forma legal y pacífica, sin castigos, amenazas o despidos ni interferencia
- Asegurar que la negociación colectiva cubra los siguientes puntos: remuneración, horas de trabajo, entrenamiento, desarrollo profesional, flexibilidad en tiempo de trabajo e igualdad de oportunidades
- Respetar y proteger al representante de nuestros asociados
- Prevenir la discriminación de los representantes de nuestros asociados
- Garantizar el ejercicio efectivo de los derechos sindicales en el lugar de trabajo
- Asegurar que la libertad de asociación de nuestros asociados sea respetada en todas las operaciones de la empresa, a través de un mapeo de riesgos, auditorías internas periódicas e investigaciones internas y externas de denuncias
- Cumplir con todas las leyes y regulaciones en negociaciones colectivas y libertad de asociación

HORAS DE TRABAJO

GRI **409: 103-1, 103-2, 103-3, 409-1, 412: 103-1, 103-2, 103-3, 412-1, 412-2, 412-3**

Con base en nuestra Política de Horas de Trabajo garantizamos a nuestros asociados sus derechos, de conformidad con la normatividad laboral, en cuanto a horarios de trabajo y calidad de vida, a fin de desarrollar un clima laboral positivo y ser una compañía que respeta los derechos de todos los colaboradores dentro de nuestros centros de trabajo.



Política de Horas de Trabajo

Establecemos horarios de trabajo que contribuyan a la calidad de vida al interior de la compañía, así como un clima laboral positivo. Por ello, a través de nuestra política nos comprometemos a lo siguiente:

- Respetar los descansos y horarios de nuestros asociados
- Asegurar el pago de horas extras a nuestros asociados
- Realizar campañas permanentes en todas las unidades para asegurar el pago de horas extras, garantizando las medidas de compensación adecuadas
- Desarrollar campañas permanentes en todas las unidades para asegurar el respeto a descansos y horarios, así como evitar y prevenir el acoso
- Establecer horarios especiales para estudiantes
- Designar horarios fijos en periodo de lactancia
- Disponer de turnos fijos para madres o padres solteros
- Crear programas de semanas flexibles para nuestros asociados de staff, para liberar horas de trabajo los días viernes
- Garantizar el derecho de nuestros asociados a las vacaciones y al tiempo libre

BALANCE DE VIDA

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

Sin duda, 2020 fue un año de retador en este sentido. Implementamos distintos mecanismos para proteger a nuestros asociados, como el trabajo remoto permanente para nuestros asociados de staff. Programamos la jornada laboral por turnos y lanzamos campañas para promover que se respetaran los horarios de trabajo, tener reuniones cortas, respetar horarios de comida, tomar descansos y priorizar temas de acuerdo con la carga de trabajo.

Buscamos innovar a través de la implementación de iniciativas que nos ayuden a construir un ambiente de trabajo saludable, colaborativo y flexible.

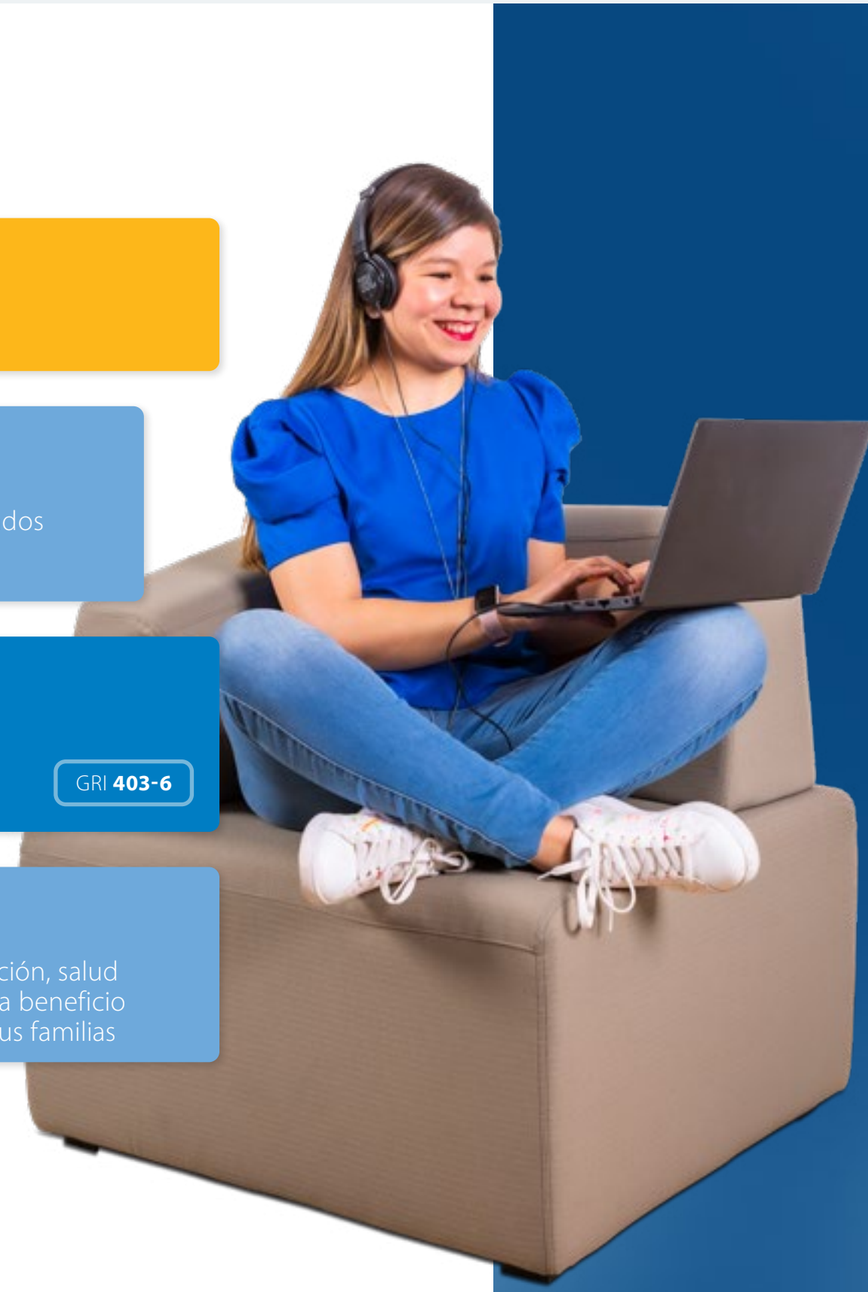
419
consultorios

2,867
planes de nutrición otorgados

4,292
consultas médicas gratis otorgadas

GRI **403-6**

836
convenios de educación, salud y esparcimiento para beneficio de los asociados y sus familias



Beneficios para nuestros asociados:

- Cinco salas de lactancia en las oficinas corporativas para nuestros asociados de staff
- Aplicación de 25,210 vacunas contra influenza a nuestros asociados de operación
- Plataforma de convenios y beneficios con acceso vía app y web, disponible para todos nuestros asociados a nivel nacional que ofrece desde un 10% hasta un 70% de descuento en diferentes categorías: automotriz, belleza, bienestar, comidas y bebidas, electrónica y tecnología, entretenimiento, formación y educación, hogar, moda, viajes, entre otros.
- Equipo de nutriólogas que otorgan guía en planes de nutrición y atención a asociados en las oficinas corporativas:
  * 2,867 citas otorgadas
  * 981 pacientes



Lanzamos la Semana de la Salud Emocional con la finalidad de hacer frente al estrés, trabajar de forma productiva, contribuir a nuestra comunidad, interactuar con los demás y disfrutar de la vida

Para mejorar la experiencia del trabajo remoto, lanzamos la campaña ¿Extrañas tu silla de la oficina? que consistió en prestar las sillas ergonómicas con las que los asociados contaban en nuestras oficinas corporativas, para que se la pudieran llevar a casa y se sintieran más cómodos.

La Semana de la Salud Emocional consistió en invitar a nuestros asociados a tomar diferentes sesiones de forma virtual para brindarles herramientas que les permitieran incrementar su bienestar emocional. Entre los temas abordados se incluyeron clases de yoga en familia, comunicación efectiva, estrés, gestión efectiva del tiempo y desarrollo de un patrón del sueño saludable, entre otros.





Durante todo el año, se realizan comunicaciones de concientización y sensibilización del cuidado de la alimentación a través de los distintos medios digitales -*webinars*, postales a través de *Workplace, email* corporativo, *newsletter,* etc.- buscando fomentar la adopción de hábitos saludables que beneficien la salud y bienestar de nuestros asociados.

En Centroamérica, con la finalidad de impactar en la salud mental y emocional de nuestros asociados y darles herramientas que le permitieran mejorar su calidad de vida mientras realizan trabajo remoto permanente, desarrollamos el programa #EstamosAquíParaTi, en el que compartimos con ellos cuatro *webinars* con contenidos relacionados a la gestión emocional, el desarrollo del pensamiento lateral, el poder de las palabras y la posibilidad de mejorar su calidad de vida a través de la meditación y el *mindfulness*.

BENEFICIOS PARA NUESTROS ASOCIADOS

GRI **201-3, 401-2, 401-3**

México

- Jornada completa
- Jornada parcial/temporal

Centroamérica

- 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

* Solo para ejecutivos
** Apartir de Gerente Divisional

	México	Centroamérica
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	
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
Aguinaldo	C C	C C
Prima vacacional	A A	
Prima dominical (si aplica)	A A	
Prima de antigüedad	A A	
Reparto de utilidades	A A	C C
Periodo de lactancia	C C	C C
Bono por productividad	B B	B B
Programa de acciones*	B	B B

PROGRAMA DE ASISTENCIA INTEGRAL (PAI)

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.

Adicionalmente realizamos:

- Lanzamiento de la aplicación móvil iConnectYou del PAI
- *Webinars*/sesiones mensuales otorgados por expertos en temas psicológicos, de vida diaria, legales, financieros y de salud
- Cápsulas informativas de temas de salud física, psicológica y nutricional través de *Workplace*
- Difundimos más de 800 posters y 700 gafetes con las líneas de atención del PAI

Este año complementamos este servicio con un nuevo canal de atención médica gratuito para asociados y familiares directos, las 24 horas del día, los siete días a la semana, en la que médicos profesionales brindan atención, asesoría y seguimiento

FLEXIBILIDAD LABORAL

GRI **GRI 401-3**

Licencia por maternidad y paternidad: brindamos los siguientes periodos de incapacidad que benefician a los asociados que se encuentren en esta etapa de su vida:
Maternidad: 5 meses
Paternidad: 2 semanas

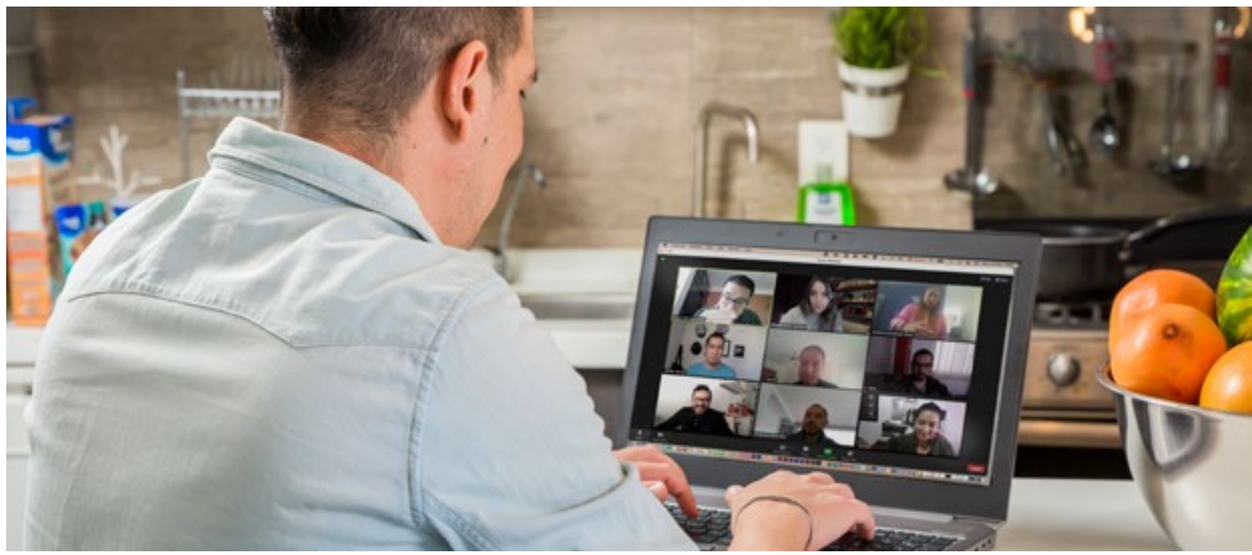
Licencia posnatal para padres y madres: permite a las mujeres integrarse paulatinamente a la vida laboral hasta los seis meses de tener a su hijo. Para el caso de los hombres, les ofrecemos un horario flexible de seis horas durante un mes.

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.

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.

En 2020 se implementó el trabajo remoto permanente para el 100% de nuestros asociados de staff debido a la pandemia





DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

GRI **405: 103-1, 103-2, 103-3, 405-1, 406: 103-1, 103-2, 103-3, 406-1**
SASB **CG-EC-330A.3, CG-MR-330A.1**

Uno de nuestros valores como organización es el respeto por el individuo

Sumado a la inclusión como propuesta de valor para nuestros asociados, estamos constantemente trabajando en crear espacios seguros y libres de acoso, y discriminación.

Garantizamos un ambiente de trabajo basado en la tolerancia y el respeto, en donde clientes, asociados, proveedores y socios se sientan libres de ser ellos mismos y que son valoradas y potencializadas sus ideas, opiniones, experiencias e identidades para desarrollar al máximo su potencial.

53%
de nuestra fuerza laboral son mujeres

3,206
de nuestros asociados en México tienen alguna condición de discapacidad

1,266
de nuestros asociados en Centroamérica tienen alguna condición de discapacidad

POLÍTICAS DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Contamos con varias políticas que establecen que en la compañía 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, condición de discapacidad, 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, orientación sexual, identidad o expresión de género, 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, estos consejos se encargan 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 así un ambiente inclusivo.

Objetivos de los consejeros:

- Generar una estrategia de D&I alineada con la estrategia corporativa
- Liderar iniciativas para la construcción de espacios y procesos inclusivos
- Proponer e implementar programas para cerrar las brechas de género y para la comunidad LGBT+
- Asegurar la vivencia cultural de nuestros valores en toda la organización



Tanto en México como en Centroamérica mantuvimos de manera constante la habilitación y sensibilización sobre la importancia de crear espacios seguros, inclusivos y libres de discriminación para nuestros asociados.

Realizamos distintos *webinars* para nuestros asociados tanto de staff como de operaciones, entre ellos:

- ¡Hablemos de Inclusión!
- El ABC de la Comunidad LGBT+
- Racismo: Una realidad
- Impulsando a la mujer que puedes ser hoy
- Cómo ser un aliado incluyente

Más de 13,000 asociados de los seis países tuvieron la oportunidad de conocer y aprender más sobre nuestros cuatro pilares de diversidad e inclusión





38%
de puestos ejecutivos son ocupados por mujeres

52%
de las promociones fueron a mujeres

GRI **405-1**
SASB **CG-EC-330A.3, CG-MR-330A.1**

Somos la única compañía del sector autoservicio en México que ha formado parte del Índice Bloomberg de Equidad de Género por cuatro años consecutivos

1 EQUIDAD DE GÉNERO

Trabajar sobre la equidad de género ha sido uno de nuestros ejes prioritarios. Nos enfocamos en reforzar procesos con el fin de minimizar las brechas y a su vez posicionar la Cultura Walmart. Estamos convencidos de que los grupos de trabajo diversos generan mejores ideas, y al final del día mejores resultados. Es por esto, que seguimos trabajando en reforzar nuestra estrategia de equidad de género dentro de la compañía.

DESARROLLO DE TALENTO FEMENINO

Mujeres en Retail

Este programa, diseñado para nuestras asociadas tiene una duración de año y medio, y 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.

Mujer ejecutiva y círculos de confianza

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

Mujeres Imparables

Este programa está dirigido a mujeres con alto potencial a nivel gerencia, y tiene como objetivo fortalecer sus habilidades y competencias que les permitan desarrollarse de manera acelerada dentro de la organización. En 2020, se registraron 113 participantes en México y Centroamérica, con un total de 37 sesiones impartidas, y está basado en cuatro ejes: Desarrollando las competencias del futuro, *Servant Leadership, Networking* y Autodesarrollo.

Índice Bloomberg de Equidad de Género

Por cuarto año consecutivo, fuimos incluidos en el Índice Bloomberg de Equidad de Género. Este índice 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.

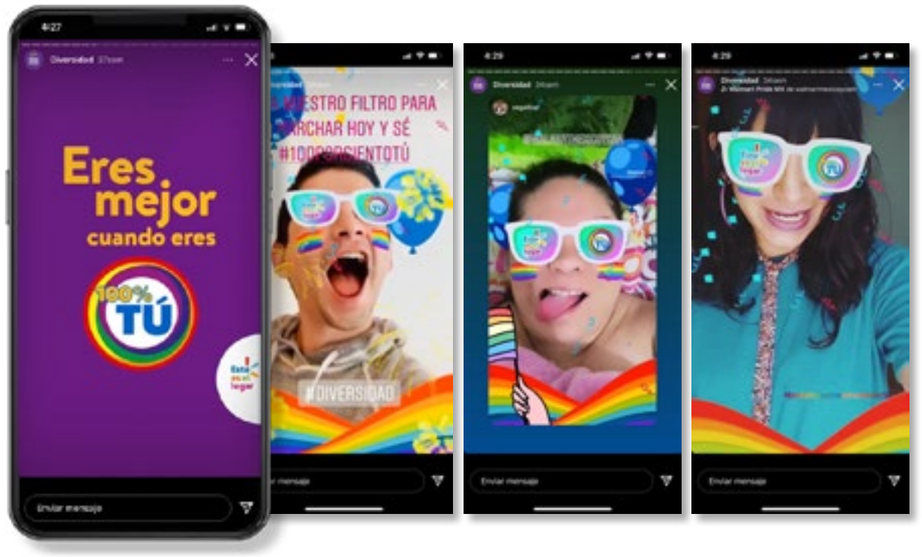
2 DIVERSIDAD SEXUAL

LGBT+ Eres mejor cuando eres 100% tú

Durante el mes de junio se celebra en todo el mundo el Mes del Orgullo LGBT+. Walmart de México y Centroamérica se ha convertido en un espacio importante para sensibilizarnos, conocer y reforzar nuestra posición a través de los derechos humanos, promoviendo el respeto por las diferencias incluyendo orientación sexual, identidad y expresión de género, buscando promover un entorno que le garantice a nuestros asociados que éste es el lugar donde puedes ser tú.

A lo largo de este mes, utilizamos herramientas virtuales que demostraron nuestro apoyo como aliados de las personas LGBT+, a través de *webinars* y actividades *online*. Asimismo, participamos en la marcha online por el orgullo LGBT+ en conjunto con Walmart Argentina y Chile.

Para conocer y entender más la vivencia de nuestros asociados de la comunidad LGBT+ dentro de la compañía, durante la encuesta de compromiso 2020 incluimos una pregunta demográfica, en donde de forma anónima y voluntaria invitábamos a nuestros asociados a responder si eran parte de la comunidad LGBT+. Esto nos permitió realizar planes de acción focalizados en las necesidades que nos compartieron nuestros asociados.





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

3 INCLUSIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

En los últimos años, hemos trabajado en la implementación de programas para la inclusión de personas con discapacidad. Creamos espacios seguros para todos y todas, siempre valorando lo más importante: su talento.

Hasta hoy, forman parte de nuestra gran familia más de 4,000 asociados con alguna discapacidad motriz, auditiva, visual e intelectual, los cuales demuestran su pasión y compromiso todos los días.

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





Reconocimiento Éntrale 2020

Nuestro compromiso con la inclusión laboral de personas con discapacidad y el trabajo constante en la implementación y fortalecimiento de proyectos que beneficien la contratación y retención de talento con discapacidad, soportado en nuestras políticas, prácticas y programas, nos hicieron acreedores nuevamente al Distintivo Éntrale 2020. Esta distinción se otorgó únicamente a 51 empresas con resultados sobresalientes en el índice de Inclusión Laboral de Personas con Discapacidad.

4,472
asociados con discapacidad forman parte de nuestra fuerza laboral

+193%
vs 2019

GRI **406-1**



4 NO DISCRIMINACIÓN

Con la finalidad de seguir reforzando nuestra postura de no discriminación, continuamos generando estrategias para que todos nuestros asociados se sientan seguros dentro de la compañía. Iniciamos un proceso educativo sobre el racismo, sus consecuencias y los mecanismos para evitarlo. No toleramos el acoso sexual ni las represalias en contra de quienes lo reportan.

Dentro de la Declaración de Ética está regulada la prohibición de cualquier tipo de acoso o discriminación dentro de la compañía. Debido a la relevancia del tema, desde 2019 contamos con un nuevo entrenamiento de ética exclusivo para la prevención del acoso sexual parta todos los *Officers* a nivel global, 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.

Este año incluimos la enfermedad por COVID-19 dentro de nuestras políticas de acoso y discriminación, con lo cual buscábamos mantener un entorno seguro para todos nuestros asociados que hayan padecido la enfermedad o que algún familiar de ellos se haya contagiado.

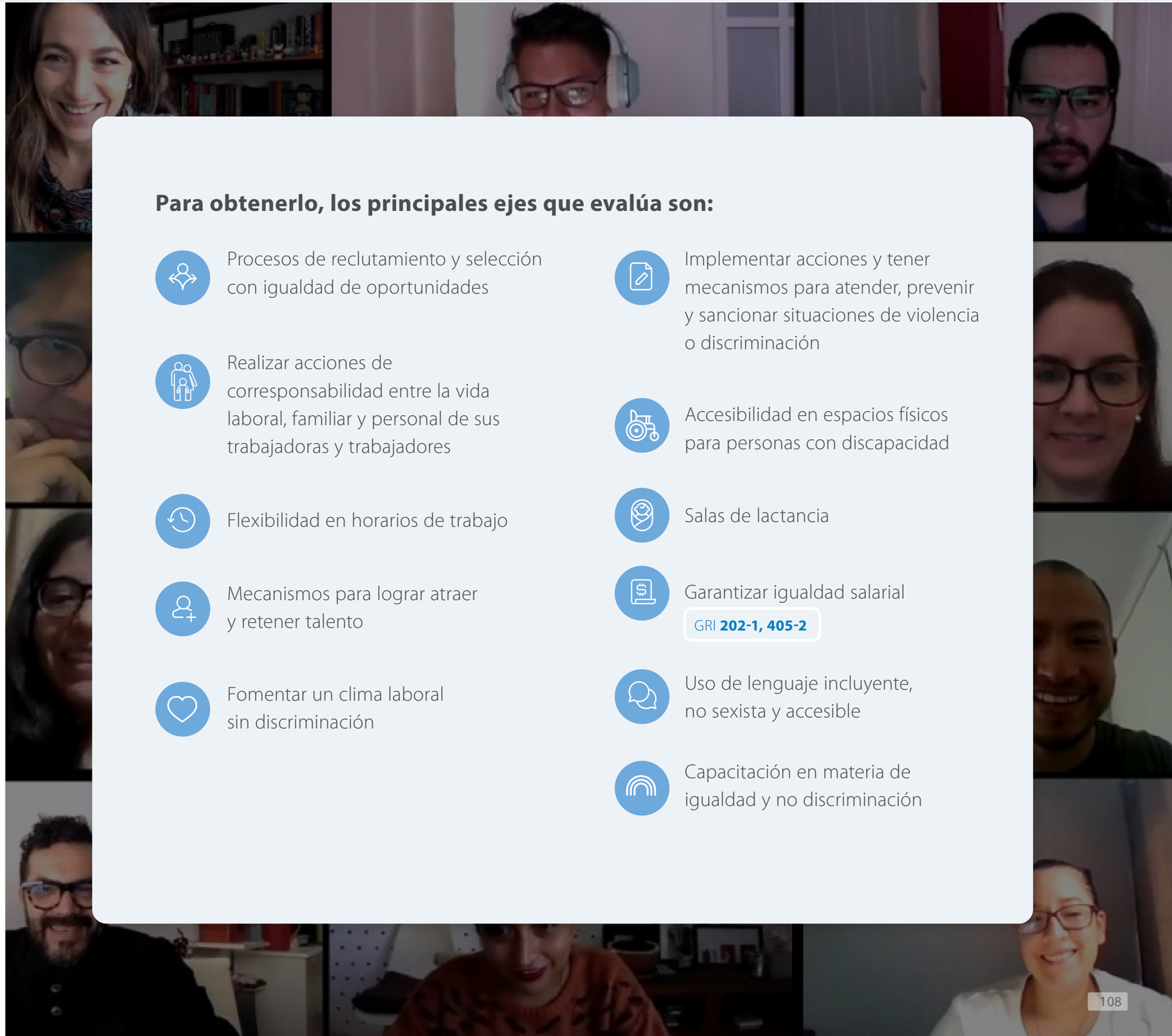
Estamos comprometidos y trabajamos para mantener un ambiente laboral de integridad y respeto, en el cual todos nos sintamos seguros y libres de cualquier tipo de hostigamiento

Certificación en Igualdad Laboral y No Discriminación

Certificado Bronce

Recibimos la recertificación de la Norma Mexicana para la Igualdad Laboral y No Discriminación, gracias 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, el Instituto Nacional de las Mujeres y el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, quienes promueven y respaldan esta norma.

Somos el único retailer 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

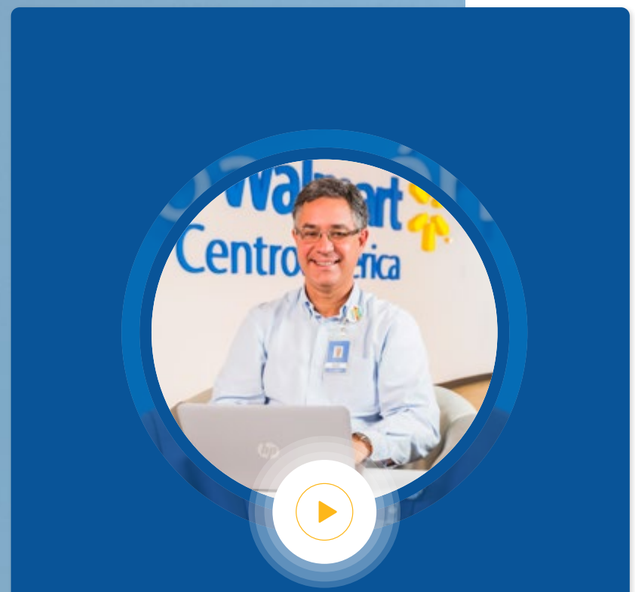
  GRI **202-1, 405-2**
- Uso de lenguaje incluyente, no sexista y accesible
- Capacitación en materia de igualdad y no discriminación

EL RESULTADO:

entregar valor

ESTAMOS MUY ORGULLOSOS DE LOS LOGROS OBTENIDOS EN EL AÑO, SON EL RESULTADO DE NUESTRA CONSTANTE MEJORA EN LA OPERACIÓN Y SOLIDEZ FINANCIERA





Milton Brandt

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

VALOR FINANCIERO

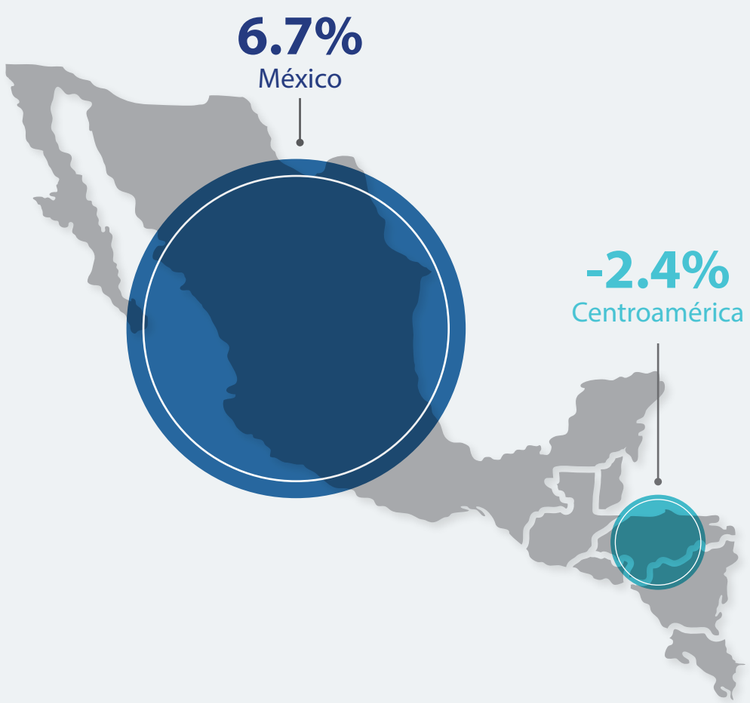
GRI **201:103-1,103-2,103-3**

Este año demostramos que nuestro negocio es resiliente, que innovamos constantemente y trabajamos con disciplina para poder seguir ganando la lealtad de nuestros clientes, entregando resultados de forma consistente

Cuando en Walmart nos planteamos un objetivo, nos centramos y lo alcanzamos. A pesar del panorama incierto, logramos una gestión operativa y financiera eficiente. Determinamos el camino para continuar con el crecimiento en ventas y seguir generando retornos para nuestros accionistas; aceleramos iniciativas e inversiones, y manejamos los gastos con disciplina sin detener ni escatimar en los gastos para cuidar de la seguridad y salud de nuestros asociados y clientes.

Crecimiento por país, zona, formato y división
Unidades iguales

México **Centroamérica**



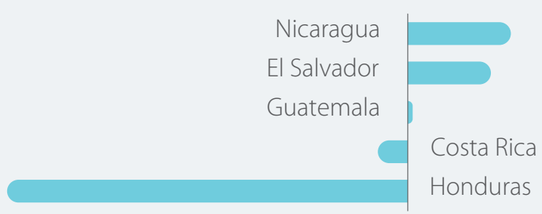
Zona geográfica



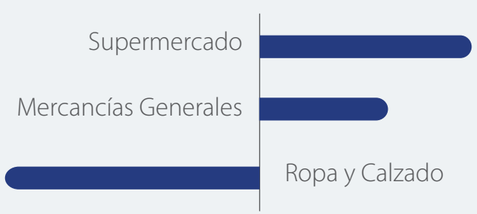
Formato*



País



División



*Incluye ventas de *eCommerce*

DESEMPEÑO

Nuestra capacidad de adaptación y nuestros resultados, son una prueba de la madurez y adopción de nuestra transformación

Seguimos creciendo en ventas y continuamos operando con disciplina financiera a pesar de experimentar un entorno de gastos elevados. Sin efectos no recurrentes, crecimos la utilidad de operación y mantuvimos a doble dígito el margen del flujo operativo EBITDA. Logramos reenfocar la inversión en proyectos omnicanal para continuar llegando a más familias mexicanas y seguir preparando a nuestro negocio para el futuro.



Por sexto año consecutivo hemos logrado crecer por arriba del mercado de autoservicios y clubes, medido por la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD)

Diferencial de crecimiento en ventas a unidades iguales Walmex[1] vs ANTAD
Puntos base

1 México: Autoservicio y Sam's Club



MÉXICO

Durante el año todas las regiones en México crecieron en ventas a unidades iguales. Las regiones Norte y Metropolitana tuvieron el mejor desempeño, seguidas por las regiones Sur y Centro, impactadas por las restricciones implementadas por las autoridades locales a través del semáforo de riesgo epidémico, que se mantuvo en los niveles más altos de riesgo (naranja / rojo) de abril a diciembre.

En 2020, ampliamos el diferencial de crecimiento contra ANTAD autoservicios y clubes a unidades iguales en 130 puntos base, gracias a nuestra propuesta de precios bajos y a la lealtad de nuestros clientes.

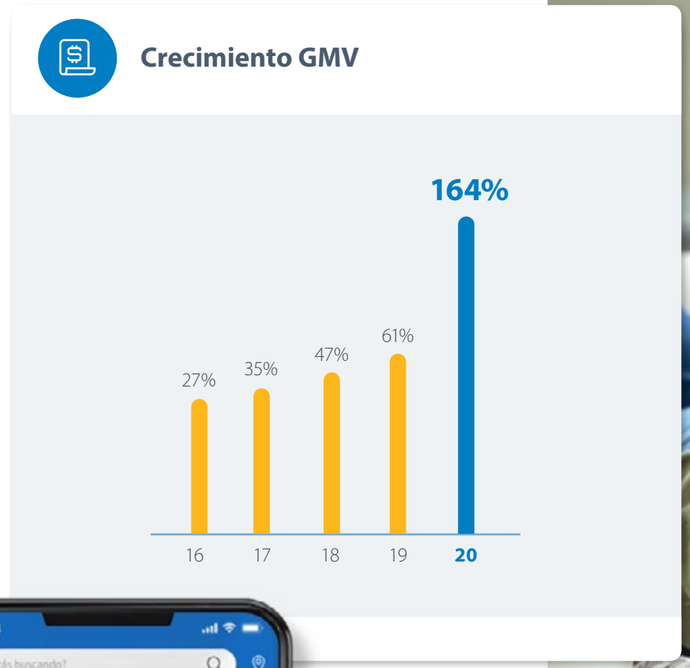
México

Durante el año crecimos consistentemente en todos nuestros formatos. Los ingresos totales fueron de 574,953 millones de pesos, lo que representó un crecimiento de 8.0% respecto a 2019.

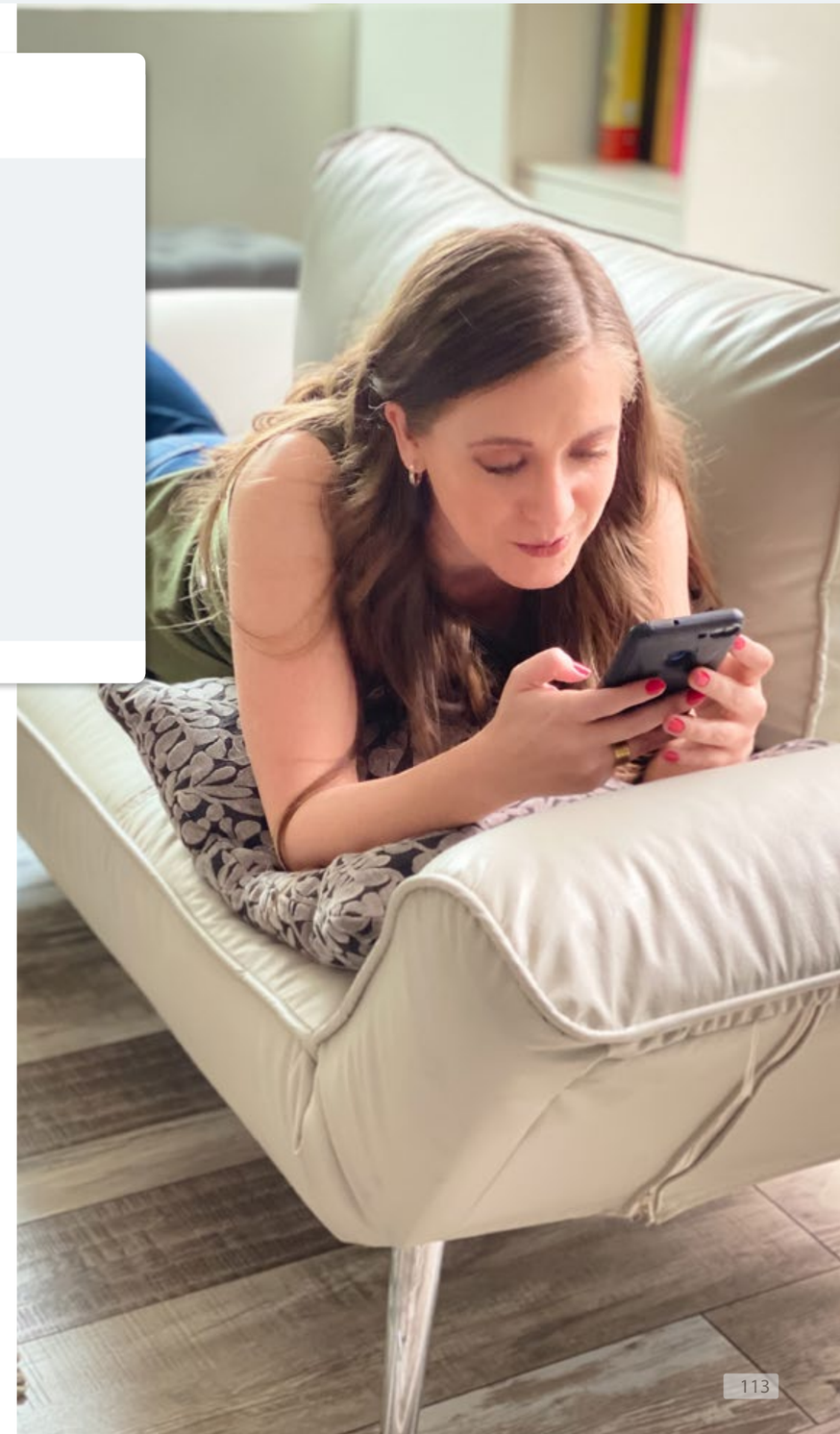
Gracias al fortalecimiento de nuestra propuesta omnicanal, la mejora de nuestros niveles de servicio y a la continua inversión en tecnología y digitalización, este año aceleramos y casi triplicamos las ventas de *eCommerce*, las cuales representaron el 3.8% de las ventas, 2.5 veces la penetración que tuvimos el año pasado, contribuyendo con 260 puntos base al crecimiento total de ventas, un incremento cinco veces mayor comparado con el 2019.

El crecimiento en ventas de *eCommerce* fue de 171%, esta cifra es mayor al crecimiento del 52% logrado en 2019, y por su parte, el GMV (*Gross Merchandise Value*) creció 164%.

574,953 millones
de pesos en ingresos totales
+8.0% crecimiento







México

Honrando nuestra filosofía de Precios Bajos Todos los Días, este año nos esforzamos más que nunca para ayudar a las personas a ahorrar dinero y vivir mejor. Trabajamos de la mano con nuestros proveedores para contener los precios durante la emergencia, y además, ampliamos nuestra oferta de precios bajos con programas como Los Esenciales. Con esto, fuimos capaces de expandir el diferencial de precio respecto a la competencia en 50 puntos base, y el margen bruto se expandió 20 puntos base, que este año representó el 22.8% de los ingresos totales.

Los gastos generales se incrementaron 11.4% comparado con el año anterior. Sin efectos no recurrentes, el crecimiento hubiera sido de 9.0%, 13.9% de los ingresos totales, manteniendo niveles similares a los de 2019, producto de la disciplina operativa del equipo, pese al entorno de gastos elevados que experimentamos por hacer frente a la pandemia.

Los resultados del año sin efectos no recurrentes fueron positivos, la utilidad de operación creció 9.5%, 150 puntos base por arriba del crecimiento de los ingresos totales, y mantuvimos el margen EBITDA a doble dígito, que representó un 11.4% de los ingresos.

50 puntos base
expansión del diferencial de precio





+20 puntos base
expansión margen EBITDA

CENTROAMÉRICA

Los ingresos totales alcanzaron 126,781 millones de pesos, un decremento de 0.3% respecto al año anterior. Viendo el desempeño en ventas a unidades iguales por país, Nicaragua, El Salvador y Guatemala crecieron sus ventas, el menor desempeño se tuvo en Costa Rica y Honduras, dado el ambiente macroeconómico de la región y a las restricciones implementadas para contener los efectos de la pandemia.

Gracias al enfoque en precios y al ajuste en la propuesta comercial para incrementar la oferta de artículos esenciales, logramos mantener el margen bruto en 24.2%.

Fuimos disciplinados y ejercimos un estricto control de gastos a pesar del entorno retador y de los costos incurridos para hacer frente a la pandemia. Este año logramos apalancar 10 puntos base los gastos generales en comparación con el 2019.

La utilidad de operación representó 5.8% sobre los ingresos totales, y decreció 0.4% comparado con 2019.

Como resultado de nuestra disciplina operativa y financiera, el flujo operativo EBITDA representó 9.3% de los ingresos totales, una expansión de 20 puntos base comparado con 2019

Nota: los porcentajes de crecimiento en ventas relacionados a Centroamérica son sin efecto de tipo de cambio.



701,734 millones
de pesos en ingresos totales
+8.5% crecimiento

CONSOLIDADO

Los ingresos consolidados para este año fueron de 701,734 millones de pesos, un crecimiento de 8.5% respecto a 2019. El margen bruto fue de 23.1%, con una expansión de 20 puntos base con respecto al año anterior.

Los gastos generales crecieron 11.2% comparado con 2019, sin efectos no recurrentes, el crecimiento hubiera sido de 9.3%, principalmente por el entorno de gastos elevados incurridos para hacer frente a la pandemia.

La utilidad de operación representó el 8.2% sobre los ingresos totales, sin efectos no recurrentes representaría 8.4%, una expansión de 10 puntos base y un crecimiento de 9.7% respecto al año anterior. El flujo operativo EBITDA alcanzó 75,387 millones de pesos, 10.7% de los ingresos totales, sin efectos no recurrentes, sería de 77,200 millones de pesos, representando 11.0% de los ingresos totales, manteniendo el mismo nivel del 2019.

Continuaremos mejorando nuestra posición de efectivo a través de la disciplina operativa y financiera que nos ha caracterizado, para continuar invirtiendo y generando retornos.

Tenemos una generación de flujo de efectivo sólida y en constante crecimiento año con año

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

Participación en ventas por formato de negocio





Clubes de precio

Club de Precios con membresía, donde ofrecemos los mejores productos nuevos y diferenciados en volumen a precios irresistibles. En Sam's Club atendemos socios de negocio e individuales que buscan la mejor experiencia de compra ya sea en tienda o en línea, ofrecemos *On Demand* desde todos nuestros clubes con entrega a domicilio o *pickup*.

Bodegas y tiendas de descuento

Tiendas enfocadas en clientes que buscan el mejor precio y valor en sus compras. A través de nuestra propuesta de valor de Precios Bajos Todos los Días ofrecemos perecederos, abarrotes, consumibles, mercancías generales y artículos para el hogar a los mejores precios del mercado. Ahora también en línea con un amplio surtido de mercancías generales en nuestro sitio web y *On Demand* con entrega el mismo día.

Supermercados

Ofrecemos productos de excelente calidad en departamentos como perecederos, abarrotes, consumibles y productos seleccionados de mercancías generales, enfocados en otorgar la mejor experiencia de compra a nuestros clientes a precios bajos. Con servicio *On Demand* con entregas el mismo día, ofreciendo mayor conveniencia.

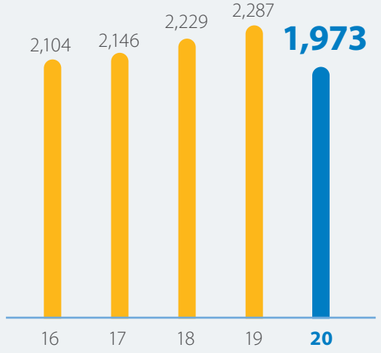
Hipermercados

Están enfocados en ofrecer un amplio catálogo de productos perecederos, abarrotes, consumibles, mercancías generales y ropa mediante nuestra propuesta de valor de Precios Bajos Todos los Días. Ofrecemos un catálogo extendido desde nuestro sitio web, donde también contamos con un *marketplace* para que nuestros clientes puedan encontrar todo lo que buscan en un mismo lugar. Hemos habilitado tiendas con capacidades omnicanal para ofrecer *On Demand* con entrega el mismo día.

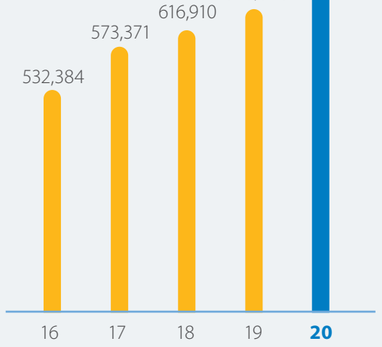
PRINCIPALES INDICADORES

GRI **102-7, 102-8**

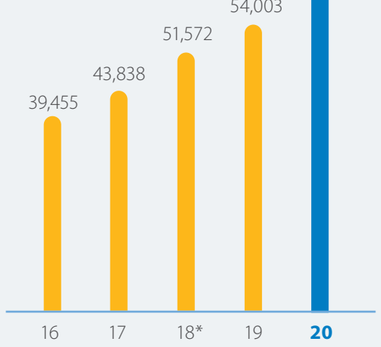
Transacciones
Millones



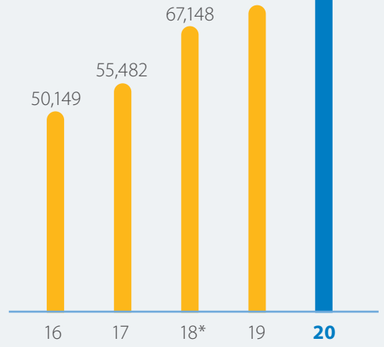
Ingresos totales
MXN Millones



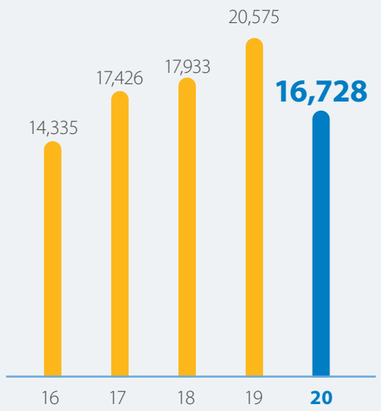
Utilidad de operación
MXN Millones



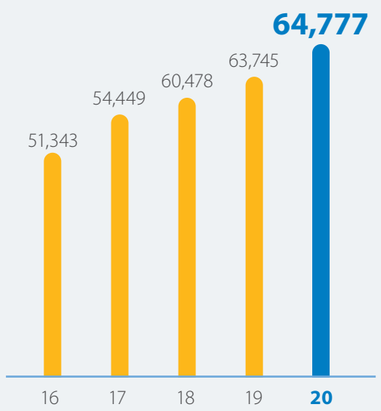
Flujo operativo (EBITDA)
MXN Millones



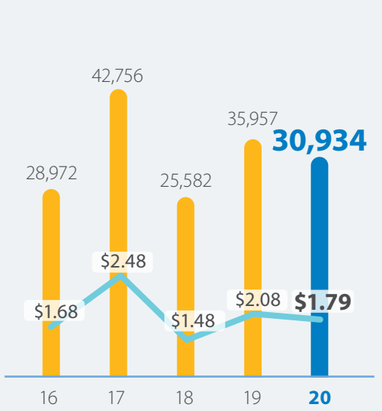
Inversión en activo fijo
MXN Millones



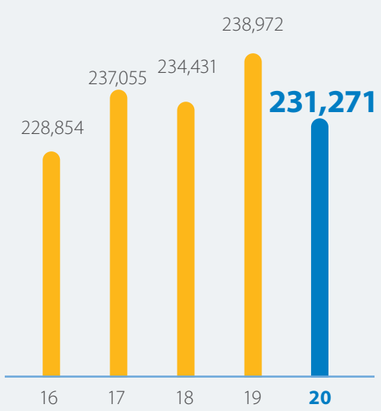
Generación de efectivo
MXN Millones



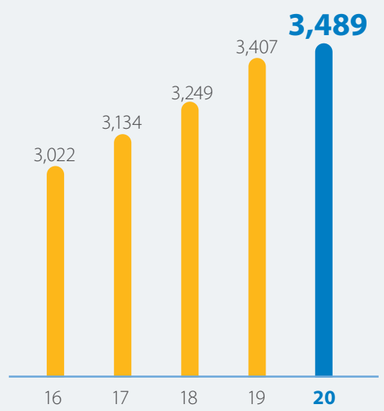
Dividendo pagado
Enero-Diciembre
MXN Millones
MXN por acción



Número de asociados



Unidades totales

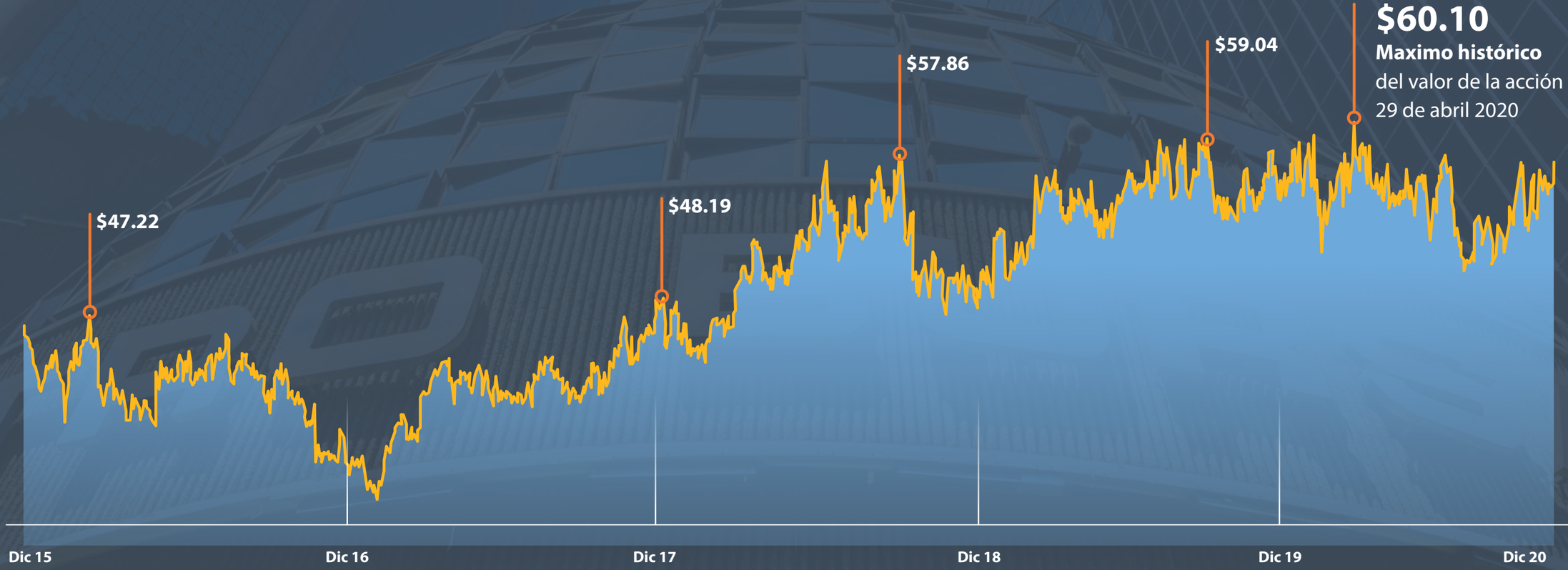


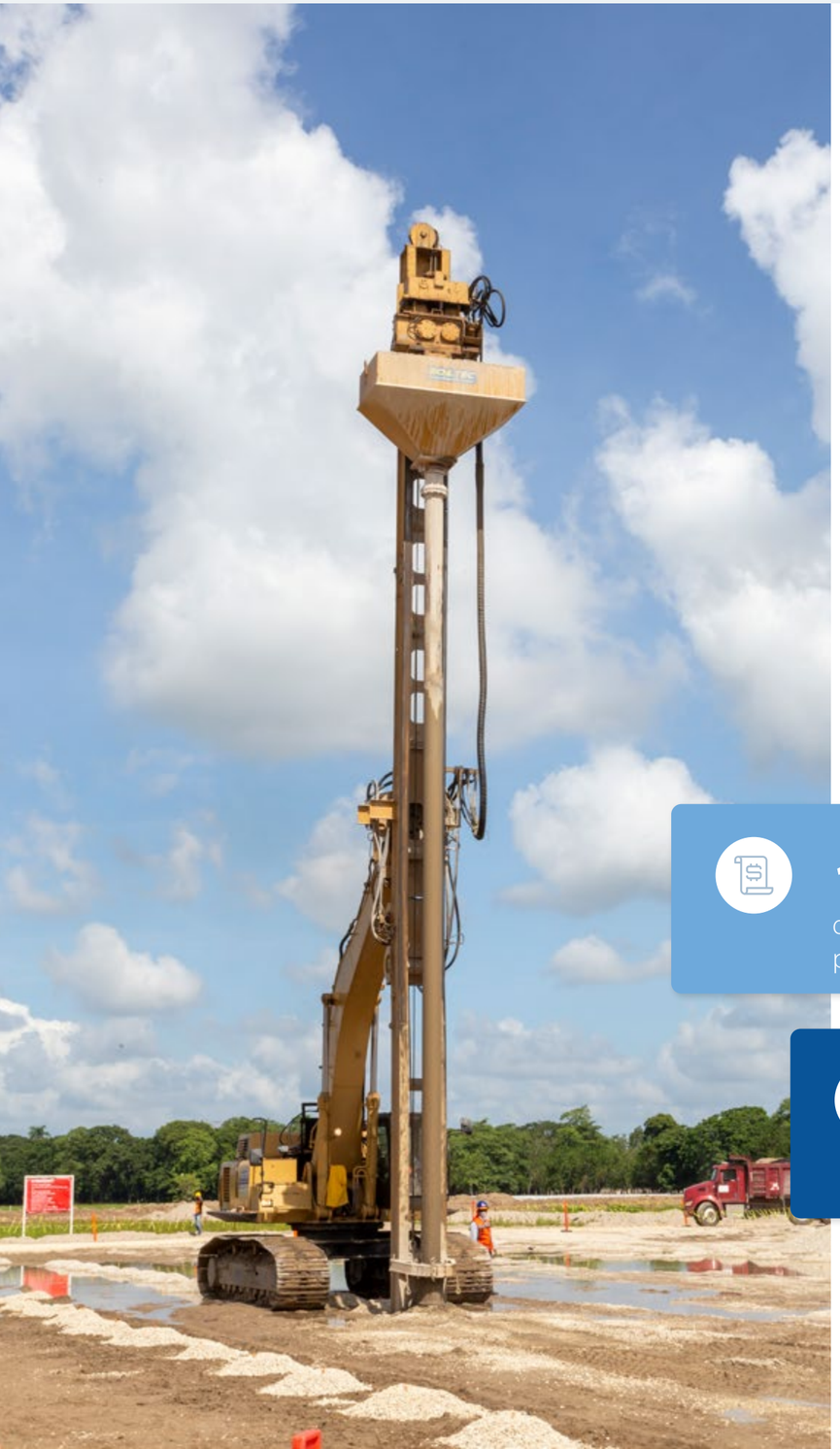
* Para proporcionar mejor visibilidad del desempeño de nuestro negocio, incluimos una estimación retroactiva del efecto de la adopción de la NIIF 16 en los resultados de 2018. Estas cifras pro-forma no están auditadas, pero se basan en los resultados auditados y fueron ajustados con nuestras mejores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

ENTREGAMOS RESULTADOS

Gracias a la confianza en nuestra operación, solidez financiera y constante innovación, durante los últimos cinco años el valor de nuestra acción ha alcanzado un nuevo máximo cada año. En 2020, nuestra acción alcanzó su máximo histórico en 60.10 pesos, a pesar del entorno desafiante. Walmart de México y Centroamérica se mantiene constantemente evolucionando e innovando, estamos preparados para seguir operando el negocio del futuro y continuar entregando retornos.

Como retribución a la confianza de nuestros accionistas, este año pagamos 30,934 millones de pesos por concepto de dividendos. Éste importe considera el pago decretado en 2020 por 1.79 pesos por acción, el cual se compone de un dividendo ordinario en efectivo de 0.87 pesos por acción y de un dividendo extraordinario de 0.92 pesos por acción. El dividendo ordinario se pagó en tres exhibiciones, la primera de 0.27 pesos por acción en junio, y dos de 0.30 pesos por acción en noviembre y diciembre. El dividendo extraordinario se pagó en dos exhibiciones, la primera de 0.45 pesos por acción en noviembre y la segunda de 0.47 pesos por acción en diciembre.





INVERSIONES

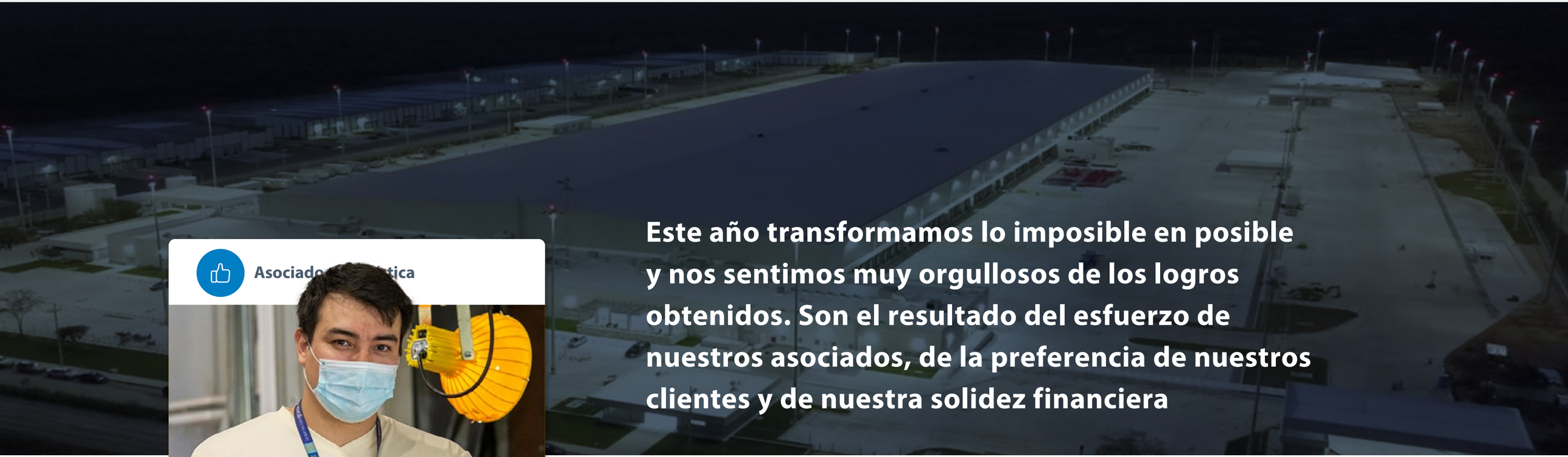
De la mano de las prioridades que guiaron nuestra toma de decisiones este año, manejamos el corto plazo de forma efectiva, financiera y operativamente, e impulsamos nuestra estrategia incluso en los momentos de crisis. Decidimos no detener las inversiones y fortalecimos nuestro negocio omnicanal, lo que nos permitió brindar un servicio esencial a nuestros clientes de manera inmediata durante la emergencia, mientras que, en el largo plazo, construimos capacidades e infraestructura para continuar evolucionando e innovando para enfrentar los retos futuros.

16,728 millones
de pesos invertidos en proyectos estratégicos

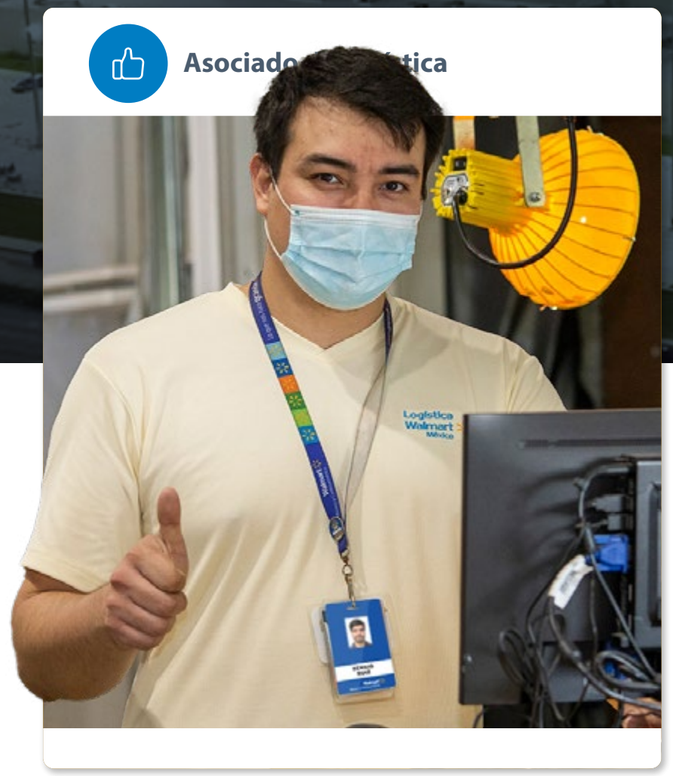
7.2 millones
de m^2 de piso de ventas

A pesar que durante el año no pudimos implementar los planes de inversión como esperábamos, invertimos 16,728 millones de pesos en proyectos estratégicos con alto retorno, de los cuales el 43% se destinaron a la remodelación y mantenimiento de nuestras tiendas existentes, un 27% para la apertura de tiendas nuevas, 16% para *eCommerce* y tecnología, y 14% en el rediseño de nuestra red logística.

Durante el año, una vez levantadas las restricciones por parte de las autoridades, reanudamos el crecimiento de tiendas nuevas a un ritmo más rápido. Abrimos 82 tiendas nuevas, 63 en México y 19 en Centroamérica, que contribuyeron al crecimiento de ventas totales en un 1.5%. Cerramos el año con un total de 3,489 tiendas con un área de piso de ventas de más de siete millones de metros cuadrados.



Este año transformamos lo imposible en posible y nos sentimos muy orgullosos de los logros obtenidos. Son el resultado del esfuerzo de nuestros asociados, de la preferencia de nuestros clientes y de nuestra solidez financiera



Contamos con una red logística robusta y seguimos fortaleciéndola. Durante el año inauguramos tres nuevas operaciones; un *Fulfillment Center* en el Estado de México que brinda servicio en el centro del país para las ventas en nuestras plataformas de *eCommerce*, el cual representó una inversión de más de 600 millones. Abrimos nuestros primeros dos Cedis omnicanal, el primero en Mérida, Yucatán con una inversión de más de 1,140 millones de pesos, para surtir a todo el territorio nacional con mayor enfoque en la zona centro y sureste, y un segundo en Chihuahua con una inversión de más de 900 millones de pesos.

También seguimos realizando inversiones eficientes para cuidar de nuestros asociados y del planeta. Este año inauguramos dos tiendas Bodega Aurrera dentro de nuestros Cedis en el Estado de México y Mérida, creados para cubrir y atender sus necesidades con facilidad y seguridad. La sustentabilidad también es algo que se encuentra consistentemente en nuestra agenda de inversión; todos nuestros nuevos prototipos de tienda cuentan con paneles solares, instalaciones led, están totalmente hermetizadas y cuentan con equipos de alta eficiencia con el objetivo de lograr ahorros de hasta 30% en consumo de energía.

ESTADO DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL

Al 31 de diciembre de 2020 (MXN Millones)

Resultados Consolidados Walmex



	2020		2019		Var.
	$	%	$	%	%
Total ingresos	**701,734**	**100.0**	646,846	100.0	**8.5**
Utilidad bruta	**162,040**	**23.1**	148,051	22.9	**9.4**
Gastos generales	**105,042**	**15.0**	94,427	14.6	**11.2**
Otros ingresos, neto	**449**	**0.1**	379	0.1	**18.7**
Utilidad de operación	**57,447**	**8.2**	54,003	8.3	**6.4**
EBITDA	**75,387**	**10.7**	71,005	11.0	**6.2**
Utilidad neta	**33,435**	**4.8**	37,898	5.9	**-11.8**

Balance General

Activos

35,670
Efectivo

68,360
Inventarios

257,853
Activos Fijos y Otros

Pasivos y Capital Contable

92,356
Cuentas por Pagar

269,527
Capital Contable y Otros

Total

361,883

RESULTADOS FINANCIEROS (MILLONES DE PESOS)

GRI **102-45, 102-48, 201-1**

	*NIIF															**NIF		
	2020	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	2009
PIB México (Crecimiento anual, %)	(8.5)	(0.1)	2.0	2.0	2.1	2.1	2.3	2.5	2.5	2.1	1.1	1.1	3.9	3.9	3.9	3.9	5.5	(6.1)
Inflación México (Anual, %)	3.2	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	3.6
Depreciación (Anual, %)	(5.1)	(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)	(4.5)
Tipo de Cambio (Promedio, pesos por dólar)	21.5	19.3	19.3	19.3	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	13.4
Tipo de Cambio (Fin de periodo, pesos por dólar)	19.9	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	13.1
Tasas de interés México (Cetes 28 días, Promedio anual, %)	4.5	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	5.4
ESTADO DE RESULTADOS																		
VENTAS NETAS	696,711	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	269,397
% de crecimiento vs. año anterior, U. Totales	8.6	4.8	7.6	7.6	NA	8	12	11	11	4	3	3	NA	10	12	13	24	10
% de crecimiento vs. año anterior, U. Iguales	7.0	3.3	5.7	5.7	6	6	10	9	9	1	(1)	(1)	4	4	4	4	3	3
OTROS INGRESOS	5,023	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	1,054
% de crecimiento vs. año anterior	0.0	6.3	8.4	8.4	NA	2	11	NA	5	3	NA	9	NA	19	NA	40	28	19
TOTAL INGRESOS	701,734	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	270,451
% de crecimiento vs. año anterior	8.5	4.9	7.6	7.6	NA	8	12	NA	11	4	NA	3	NA	10	NA	13	24	10
UTILIDAD BRUTA	162,040	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	58,600
% de margen de utilidad	23.1	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	21.7
GASTOS GENERALES	105,042	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	36,332
% sobre total de ingresos	15.0	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	13.4
UTILIDAD DE OPERACIÓN	57,447	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	22,268
% sobre total de ingresos	8.2	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	8.2
% de crecimiento vs. año anterior	6.4	9.8	NA	12	11	11	20	NA	1	10	NA	0	NA	9	NA	11	21	13
FLUJO OPERATIVO (EBITDA)	75,387	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	26,915
% sobre total de ingresos	10.7	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	10.0
INGRESOS (GASTOS) FINANCIEROS - NETO	(7,983)	(4,801)	(4,242)	(330)	(548)	(548)	(323)	89	55	(154)	(16)	(15)	401	399	189	191	460	662
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A LA UTILIDAD	49,464	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	23,018
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	16,029	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	6,212
OPERACIONES DISCONTINUAS	-	-	-	-	7,475	7,475	4,842	2,935	1,442	5,394	725	713	683	-	-	-	-	-
UTILIDAD NETA (PARTICIPACIÓN CONTROLADORA)	33,435	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	16,806
% de crecimiento vs. año anterior	(11.8)	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	14.5
POSICIÓN FINANCIERA																		
CAJA	35,670	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	19,483
INVENTARIOS	68,360	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	22,507
OTROS ACTIVOS	31,401	27,178	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	6,256
ACTIVO FIJO	191,455	188,438	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	84,893
CRÉDITO MERCANTIL	34,997	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	361,883	349,171	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	133,139
PROVEEDORES	92,356	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	30,378
OTROS PASIVOS	100,408	93,911	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	19,613
CAPITAL CONTABLE	169,119	168,144	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	83,148
PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA					-	-	-	26	26	23	20	20	136	136	316	316	329	-
TOTAL PASIVO, CAPITAL CONTABLE Y PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA	361,883	349,171	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	133,139

GRI **203-1, 02-45**

	*NIIF															**NIF		
	2020	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	2009
NÚMERO DE UNIDADES MÉXICO																		
Bodega Aurrerá	2,088	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	684
Walmart Supercenter	287	280	274	274	270	270	262	256	256	251	243	243	227	227	213	213	192	169
Sam's Club	164	163	163	163	162	162	160	160	160	159	156	156	142	142	124	124	108	98
Superama	89	93	91	91	94	94	96	95	95	93	92	92	90	90	88	88	75	69
Walmart Express	6																	
Suburbia	-	-	-	-	-	-	-	117	117	116	109	109	100	100	94	94	90	86
Farmacias Medimart	-	-	-	-	10	10	10	10	10	10	10	10	6	-	-	-	-	-
Restaurantes Vips	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	365	365	364	364	366	360
TOTAL UNIDADES	2,634	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	1,466
NÚMERO DE UNIDADES CENTROAMÉRICA																		
Tiendas de Descuento	563	549	540	540	522	522	495	484	484	477	466	466	459	459	453	453	401	377
Supermercados	100	99	97	97	94	94	92	99	99	96	100	100	97	97	96	96	94	92
Bodegas	157	155	143	143	133	133	117	102	102	94	75	75	67	67	54	54	36	32
Walmarts	35	33	31	31	29	29	27	24	24	22	20	20	17	17	17	17	16	16
Clubes de Precios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	2	2	2	2	2
TOTAL UNIDADES	855	836	811	811	778	778	731	709	709	690	662	662	642	642	622	622	549	519
Banco Walmart																		
Sucursales bancarias					-	-	-	-	-	-	201	201	263	263	263	263	263	190
OTROS DATOS AL FIN DE AÑO																		
Número de asociados	231,271	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	176,463
Precio de la acción (2) (pesos)	55.98	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	29.35
Número de acciones en circulación (2) (millones)	17,461	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	16,752
Valor de mercado	977,467	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	491,671
Utilidad por acción (2) (pesos)	1.915	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	0.999
Dividendo pagado	30,934	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	5,040
Número de acciones recompradas (2) (millones)	-	-	-	-	-	-	-	47	47	123	96	96	27	27	103	103	112	117
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	2,509
ADQUISICIONES DE INMUEBLES Y EQUIPO	16,728	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	9,735

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.



LA META:

reinventar el futuro

A PESAR DE SER UN AÑO RETADOR, DESARROLLAMOS NUEVAS INICIATIVAS PARA SER MÁS SUSTENTABLES Y NOS PLANTEAMOS NUEVAS METAS PARA CONTINUAR NUESTRO COMPROMISO CON UN MEJOR FUTURO

VALOR AMBIENTAL

GRI **305: 103-1, 103-2, 103-3**
SASB **CG-EC-130A.3**

Entendemos la sustentabilidad como un pilar estratégico para generar valor ambiental y contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias en México y Centroamérica.

Para lograrlo, nos enfocamos en tres temas prioritarios:

1. Mitigar el cambio climático al reducir las emisiones en nuestra operación y la de nuestra cadena de suministro

2. Contribuir a crear una economía circular evitando la generación de residuos, reduciendo el uso de recursos naturales y aprovechando los materiales en nuevos ciclos de valor

3. Ayudar a la conservación de la naturaleza y la biodiversidad, a través del abastecimiento sustentable

Para lograr estos cambios, estamos convencidos del rol clave de sumar a nuestros asociados en una cultura que promueva el valor ambiental, mientras que la vinculación de nuestros proveedores, a través de capacitaciones constantes, y su participación en nuestras iniciativas, nos permite tener la certeza de que podemos continuar escalando este impacto ambiental positivo.

598.8 millones
de pesos invertidos en iniciativas energéticas

313 millones
de pesos ahorrados por la implementación de iniciativas sustentables



Para lograrlo, anunciamos estos nuevos compromisos globales:



Abastecernos al 100% de energía renovable
para 2035



Ser una empresa Cero emisiones netas
para 2040



Ayudar a proteger, gestionar y restaurar al menos 20 millones de hectáreas de tierra y dos y medio millones de kilómetros cuadrados de océano
para 2040

Consideramos que las acciones que tomemos en esta década clave van a determinar la posibilidad de lograr un desarrollo sustentable en el largo plazo.

Estamos convencidos de que nuestro rol es clave para lograr un futuro sustentable. Estas nuevas metas son fundamentales para nuestra transición hacia una empresa neutral en emisiones y que posteriormente, pueda contribuir de forma absoluta con la captura de carbono, mientras que ponemos en el centro la protección y restauración de la naturaleza, entendiendo su relevancia para la estabilidad de los ecosistemas, la conservación de la biodiversidad y nuestro bienestar colectivo.

Este año, renovamos nuestros compromisos y metas clave, comenzando por nuestra aspiración de convertirnos en una empresa regenerativa para 2040

Durante este año, continuamos consolidando nuestros resultados de sustentabilidad, los cuales se vieron reflejados de la siguiente forma:

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

1 MITIGAR EL CAMBIO CLIMÁTICO

Metas



Reducir en **25%** la intensidad energética por metro cuadrado de construcción (GJ/m^2) al 2020 con respecto al 2010

Abastecernos al **100%** de energía renovable para el 2035

Reducir en **18%** las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (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

Avances



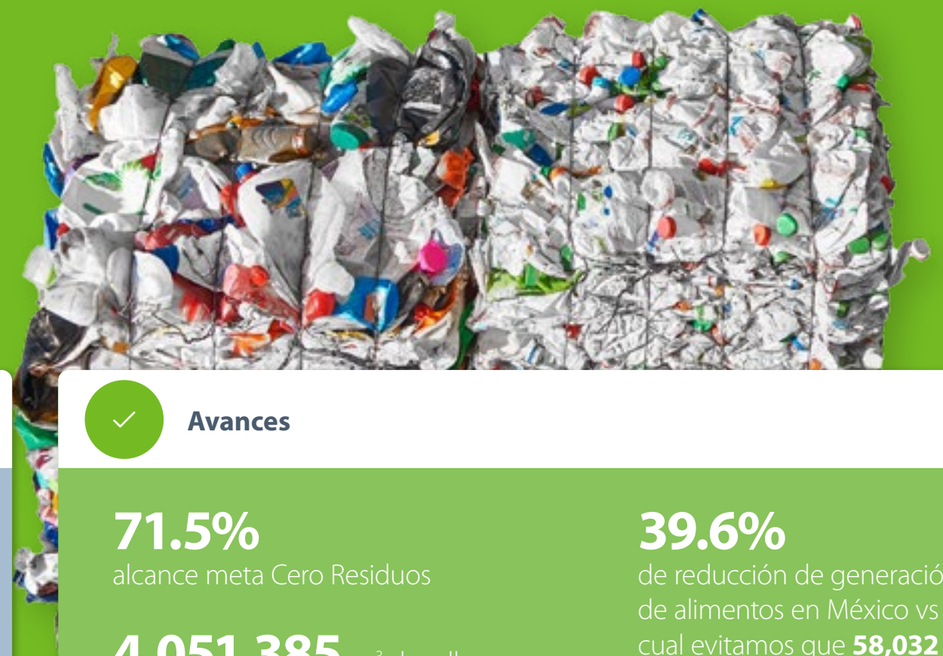
0.94 GJ/m^2 de intensidad energética la cual representa una reducción de 29.6% respecto al 2010

63%
del consumo total de energía viene de fuentes sustentables

2.8% reducción de emisiones GEI respecto al 2019

13 millones de toneladas de CO_2e se evitaron por la participación de 188 proveedores a través de Proyecto Gigatón en México

2 CONTRIBUIR A CREAR UNA ECONOMÍA CIRCULAR



Metas

Cero Residuos a relleno sanitario para 2025

Reducir en **50%** la generación de residuos de alimentos al 2025

En el año 2025, todos los empaques de productos de Nuestras Marcas:

Serán **100%** reciclables, reutilizables o compostables

Evitarán el uso de plástico innecesario o difícil de reciclar

Incluirán **20%** de material reciclado pos-consumo



Avances

71.5%
alcance meta Cero Residuos

4,051,385 m^3 de relleno sanitario liberados

39.6%
de reducción de generación de residuos de alimentos en México vs 2015, con lo cual evitamos que **58,032** toneladas de alimentos en México y Centroamérica llegaran a relleno sanitario

68.0%
de nuestros empaques son reciclables, reutilizables o compostables en México

7.6%
de material pos-consumo es incorporado en los empaques de Nuestras Marcas

Evitamos el uso de

161 toneladas de plástico de la campaña #SinBolsaPorFavor respecto a 2019

3 CAPITAL NATURAL

Metas



En el año 2020, los productos de Nuestras Marcas utilizarán aceite de palma, papel, pulpa y celulosa de fuentes sustentables certificadas

Para 2025, los pescados y mariscos frescos y congelados serán abastecidos a través de fuentes sustentables certificadas o proyectos de mejora pesquera

Avances



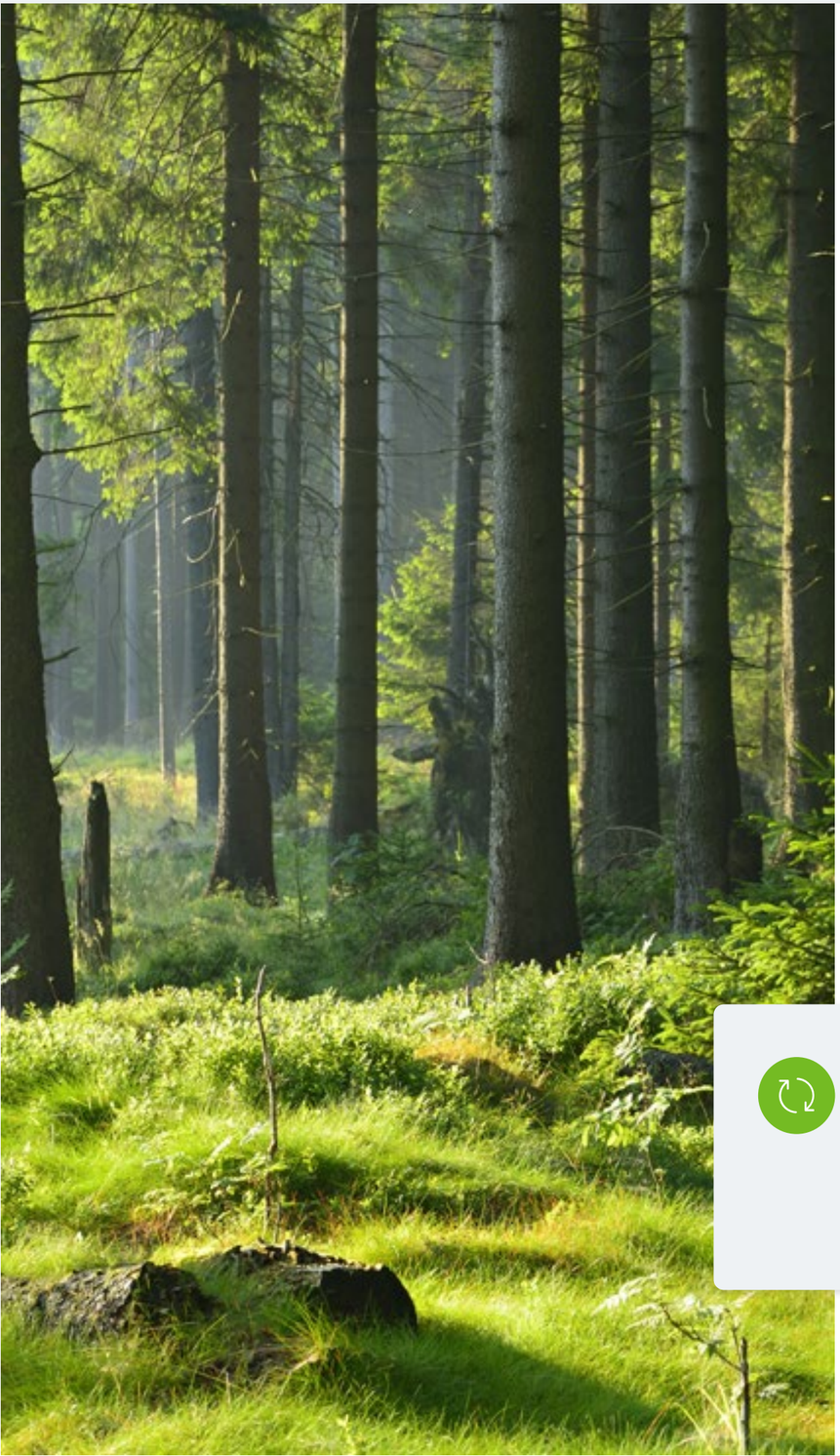
En México el **93%** del volumen de aceite de palma y derivados utilizados en Nuestras Marcas cuenta con certificación RSPO y *Rainforest Alliance* y el **54%** en Centroamérica



100% del volumen total de papel y pulpa proviene de fuentes certificadas como FSC, PEFC y SFI en Centroamérica y **99%** en México

96% de nuestros pescados y mariscos son certificados como sustentables o cuentan con un proyecto de mejora pesquera en México





MITIGAR EL CAMBIO CLIMÁTICO

GRI **305: 103-1, 103-2, 103-3, 305-5**
SASB **CG-EC-410A.2**

7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE — **7.2, 7.3**
9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA — **9.4**
13 ACCIÓN POR EL CLIMA — **13.1**

El planeta es uno de nuestros grupos de interés más importantes. Entendemos que nuestra contribución a la mitigación del cambio climático es fundamental, y que enfrentamos retos como empresas y como sociedad, que están ampliamente relacionadas con la forma en la que respondamos a este fenómeno.

Esta meta se alinea con el compromiso de Walmart a nivel global establecido en la iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia *(Science Based Targets),* actualizada este año bajo el escenario de 1.5°C. Por otro lado, como miembros del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, estamos convencidos de que nuestra decisión de tomar este nuevo reto podrá contribuir de forma significativa en el combate al cambio climático, además de la preservación de los ecosistemas terrestres y marítimos.

Es por esto, que este año nos propusimos la meta de operar con emisiones netas cero para 2040

REDUCCIÓN DE EMISIONES

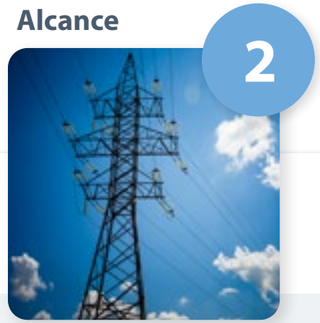
GRI **305-5**
SASB **CG-EC-410A.2**

Nuestro compromiso para reducir nuestras emisiones, en correlación con la meta de Walmart Inc para lograr en 2025 una disminución de 18% de las emisiones respecto a 2015, tiene distintos componentes. Buscamos mitigar nuestras emisiones directas de alcance 1, que provienen principalmente del uso de refrigerantes y el consumo de combustibles, a través de la incorporación de nuevas tecnologías que permitan una mayor eficiencia, así como refrigerantes con menor potencial calorífico.

En el caso de nuestro consumo de energía, actualmente hemos logrado una reducción significativa mediante el uso de energías renovables, lo que nos permiten mitigar nuestra huella de carbono de alcance 2. Adicionalmente, contamos con una meta de reducción de la intensidad energética con lo que promovemos la eficiencia en nuestras operaciones. Por último, sabemos que por la naturaleza de nuestro negocio es fundamental involucrar a nuestra cadena de suministro en la reducción de emisiones, pues ahí se concentra la mayor parte de las mismas. Entendemos nuestro rol para poder utilizar nuestra escala como un diferenciador positivo para el cambio.

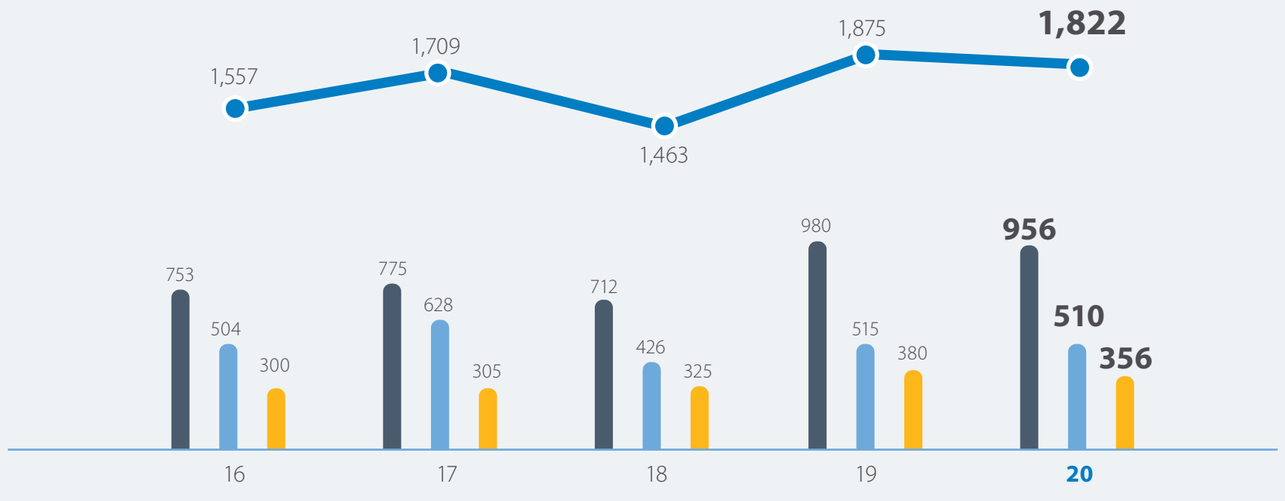
Este año, logramos reducir en 1.9% nuestras emisiones de alcance 1 y 2 respecto a 2019







Total de emisiones
miles de toneladas de CO_2e



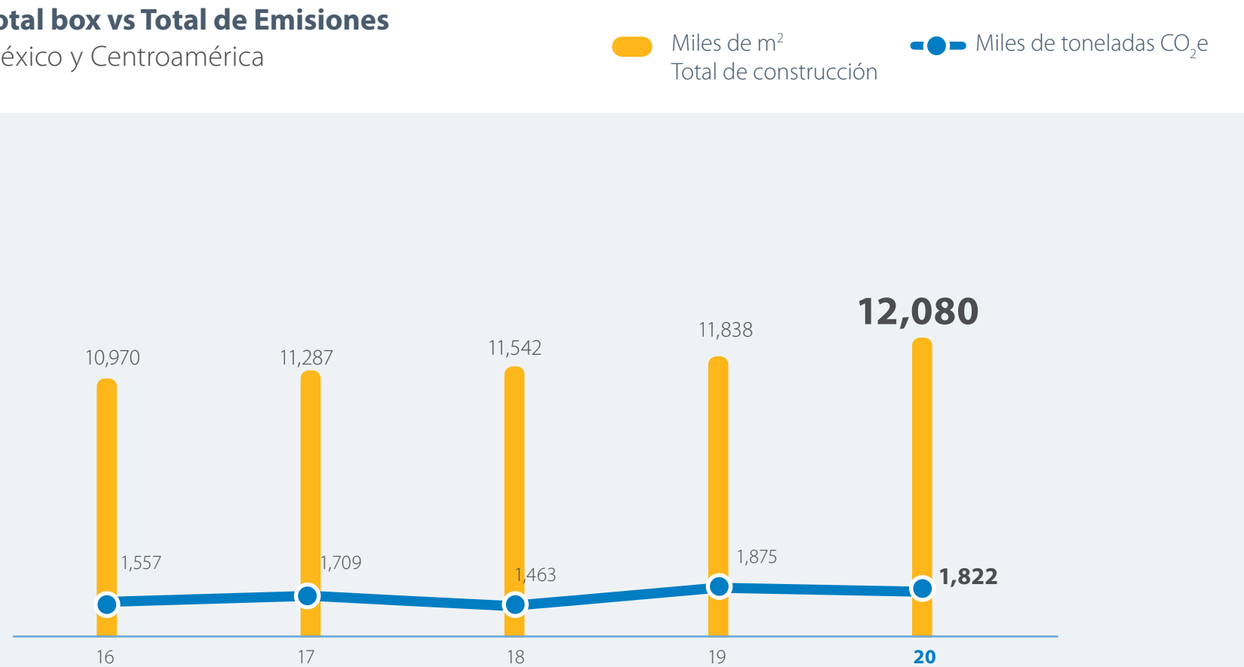
INTENSIDAD DE EMISIONES GEI

GRI **305-1, 305-2, 305-3,305-4**
SASB **FB-FR-110B.1**
SASB **FB-FR-110B.3**

Este año logramos recuperar la tendencia de reducción de emisiones de GEI. De esta forma, reforzamos que nuestras emisiones no están vinculadas con nuestro crecimiento como negocio.

Esto se ve de forma más directa al notar el comportamiento de nuestra intensidad de emisiones, pues desde 2019 vemos una tendencia constante a la reducción de nuestras emisiones, generada en gran medida por iniciativas de eficiencia operativa y energía renovable.

Total box vs Total de Emisiones
México y Centroamérica

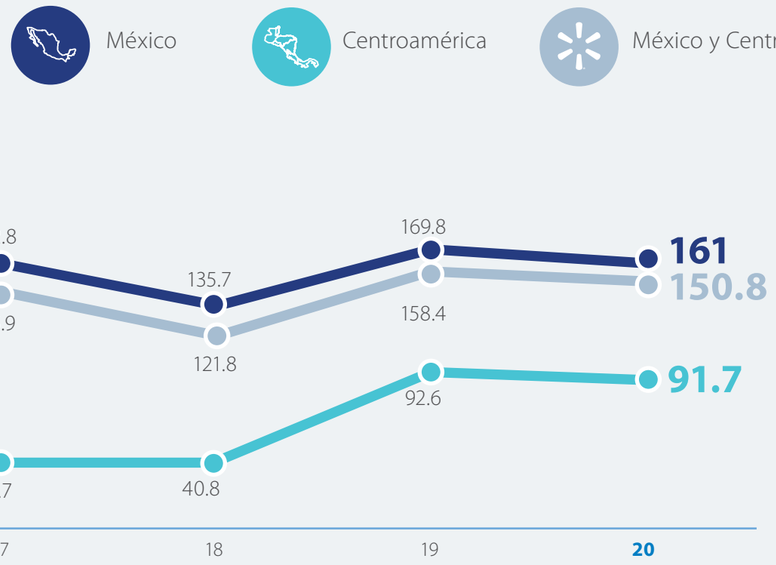


El crecimiento de nuestro negocio está separado de nuestra intensidad de emisiones



Intensidad de emisiones 2016 - 2020

kilogramos de CO_2e/m^2



Redujimos en 4.8% la intensidad de emisiones en 2020 respecto al año anterior

FUENTES DE EMISIONES ALCANCE 1, 2 Y 3

GRI **305-1, 305-2, 305-3**
SASB **FB-FR-110B.1,FB-FR 110B.3,FB-FR-110A.1,CG-EC-410A.1**

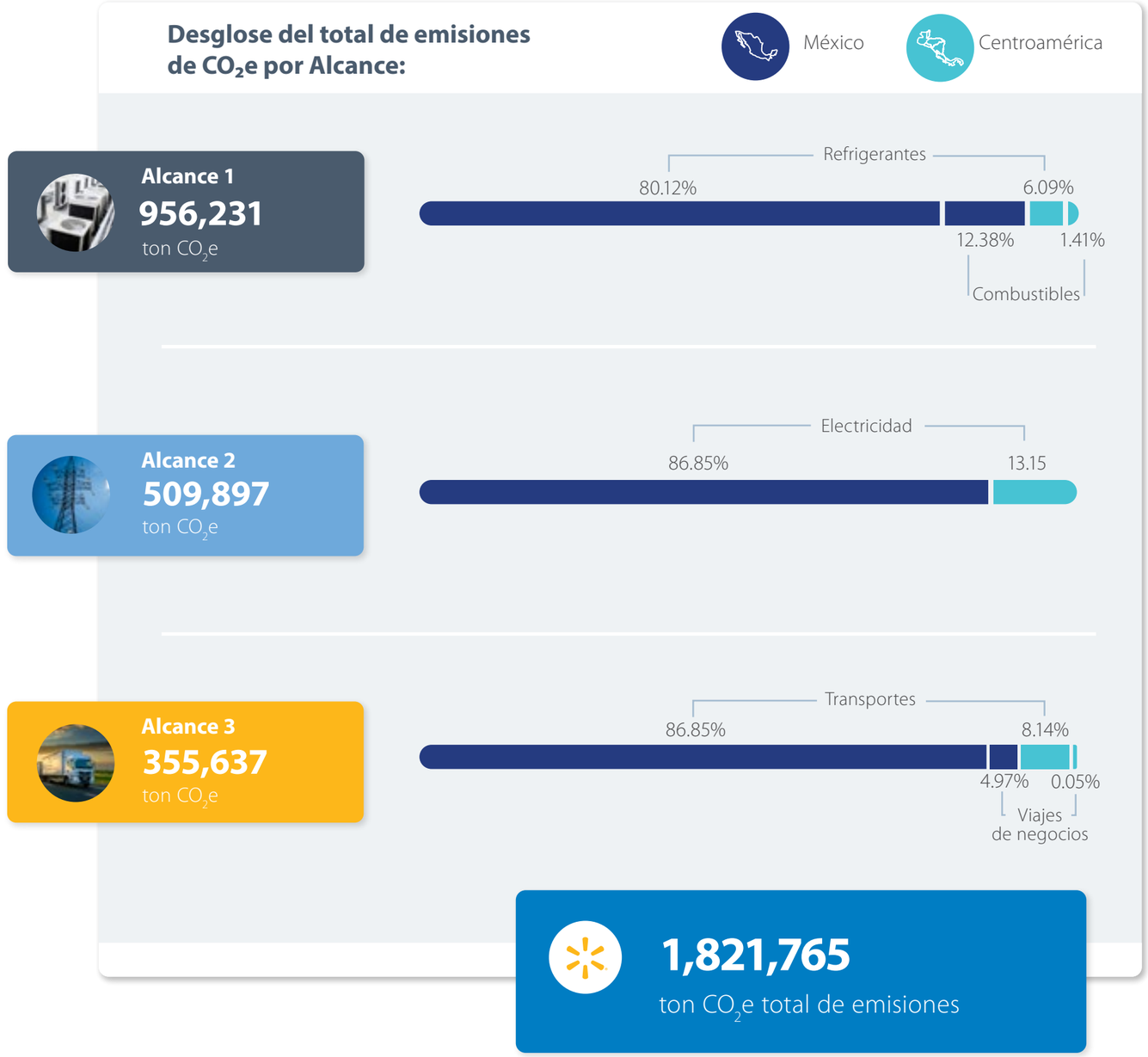
Nuestras emisiones de alcance 1 corresponden principalmente a fugas de gas refrigerante y en menor proporción a, combustión estacionaria y móvil. Esto se deriva del gran potencial de calentamiento (GPW) inherente a la mayoría de los refrigerantes convencionales.

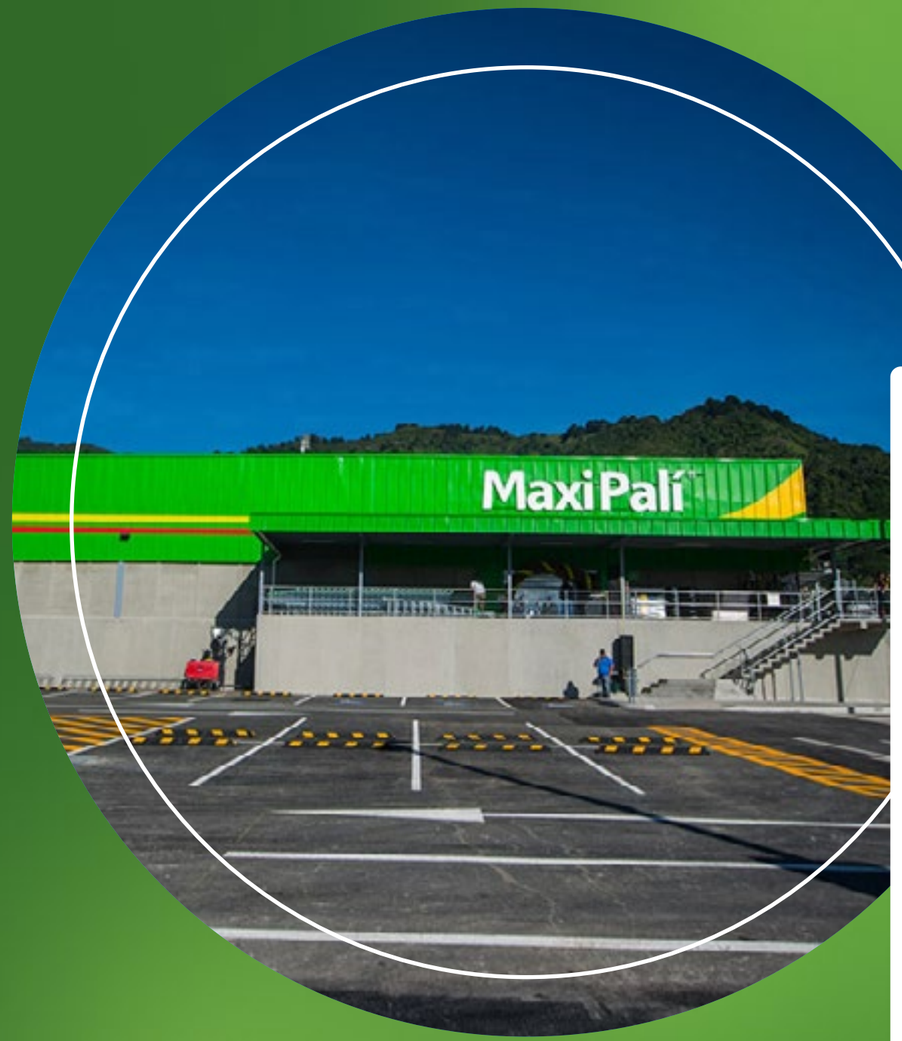
Por otro lado, nuestras emisiones de alcance 2 se calculan con base en la energía consumida desde la red eléctrica directamente de cada país. Esto refleja la importancia de nuestra estrategia de abasto de energía basada en proyectos renovables que nos permite mitigar este tipo de emisiones.

Finalmente, nuestras emisiones de alcance 3 son determinadas a partir de la metodología de cadena de valor corporativa del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero *(GHG Protocol)* que identifica las categorías que nos corresponden reportar. **Así, incorporamos las siguientes fuentes relevantes para este alcance:**

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

El procesamiento de los productos vendidos y su disposición al final de su vida útil, no han sido incorporados en este cálculo de alcance 3, aunque reconocemos su relevancia y nos encontramos trabajando en una forma de integrarlos en el futuro.







En Centroamérica, a partir de junio de 2020 iniciamos la transformación de la flotilla de vehículos livianos hacia alternativas que no utilizan combustibles fósiles, dando el primer paso con las pruebas de rendimiento de los primeros dos vehículos eléctricos que entraron en operación para nuestros formatos de Maxi Bodega y Descuento en Costa Rica. Posteriormente, en octubre de 2020, agregamos otros dos vehículos para el mismo formato y mercado.

Estos cuatro vehículos, además de representar un cambio tecnológico importante que permitirá evitar la emisión al ambiente de más de 33 mil kilogramos de CO_2 al año por cada vehículo; también han impulsado la transformación de nuestras tiendas para albergar nuevos centros de recarga para las unidades. A diciembre de 2020, 8 tiendas de Maxi Palí cuentan con estaciones de recarga disponibles y operacionales.

Durante el periodo de pruebas y pilotaje de la tecnología hemos logrados una reducción de consumo de 4,530 litros de combustible y un ahorro de más de 100,000 pesos, evitando la emisión al ambiente de 10.5 toneladas de CO_2e.

EMISIONES DIRECTAS:
REFRIGERANTES

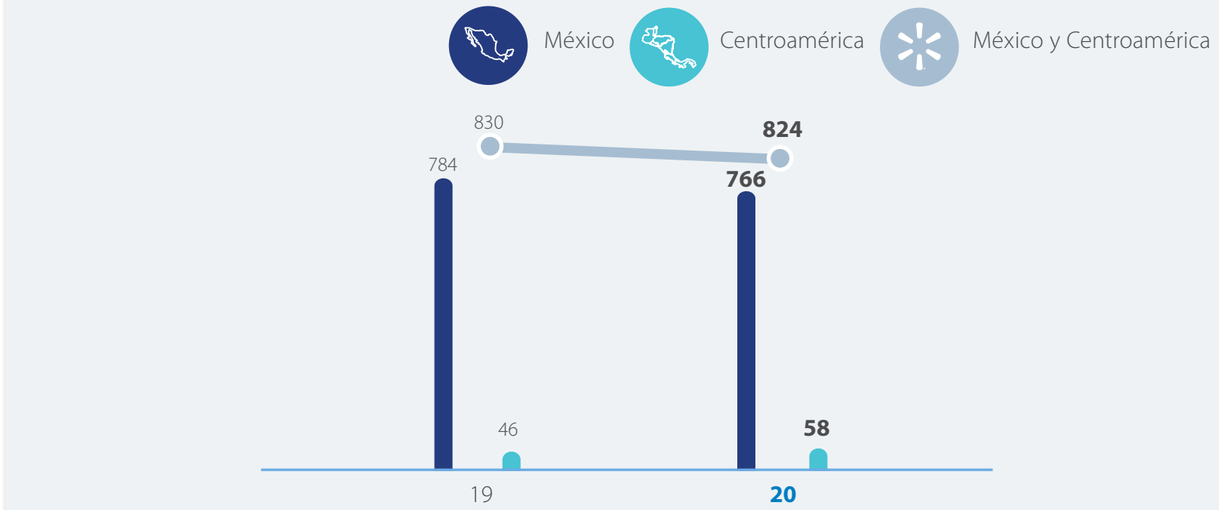
GRI **102-48, 305-1**

Al ser el principal componente de nuestras emisiones directas (alcance 1), transformar nuestro uso de refrigerantes con menor impacto ambiental resulta un aspecto clave de nuestra estrategia para lograr la neutralidad de emisiones para 2040.

Durante 2019, se identificó un aumento de 87% en el consumo de refrigerantes respecto a 2018, derivado de una compra inusual que se explicó a partir de la disminución de precios en el refrigerante R-404. Sin embargo, identificamos que la relación entre esta compra y el consumo no era directa, por lo que para corregir el consumo real de 2019 se realizó un modelo de datos que permitiera identificar el impacto de la disminución de precios en la compra del refrigerante en el periodo de 2018 a 2020.

A raíz de los resultados de este modelo, se corrigieron las emisiones totales de refrigerantes para 2019, llegando a un dato de consumo real para dicho año de 829,886 toneladas de CO_2e. Este dato también se utiliza como base de comparación para las emisiones de 2020.

Emisiones por refrigerantes
miles de toneladas de CO_2e



Redujimos 2.5% las emisiones directas vs 2019





Con este proyecto logramos una reducción de emisiones de 29.1 toneladas de CO_2e respecto a una tienda de formato similar

EMISIONES DIRECTAS:
PROYECTO LEAN

En 2020 iniciamos la operación del Proyecto Lean. Este tiene como objetivo probar tecnologías y proyectos que nos permitan la reducción de emisiones directas y la eficiencia energética en nuestras tiendas.

La primera tienda donde se inició este proyecto fue Bodega Aurrera Nichupté, en la cual se probaron las siguientes innovaciones:

- Áreas de preparación de alimentos cerradas y separadas del piso de venta (tortillería y panadería)
- Equipos de refrigeración de menor impacto calorífico
- Innovaciones en el diseño de la planta de esta unidad para la reducción de temperatura
- Iluminación ecoeficiente
- Generación eléctrica en sitio

Este proyecto continúa comprobando la rentabilidad de la sustentabilidad, y el valor agregado que nos da como un diferenciador para contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias en México.

ENERGÍA

GRI **302: 103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 302-2, 302-4**
SASB **CG-MR-130A.1,CG-EC-130A.1,FB-FR-130A.1**

La transición hacia operaciones con energía 100% renovable para 2035 es una meta ambiciosa, pero que consideramos fundamental para mitigar el cambio climático. Además de contar con seis parques de energía eólica y dos plantas hidroeléctricas suministrando energía a nuestras operaciones, también contamos con generación en sitio de energía fotovoltaica para 15 unidades.

La eficiencia energética ha sido clave en estos logros, por lo que hemos invertido 449 millones de pesos en México y 100 millones de pesos en Centroamérica para continuar nuestra transición hacia iluminación LED y celdas fotovoltaicas. Por otro lado, implementamos un sistema de Inteligencia Artificial como una iniciativa de control que nos permita generar una mayor eficiencia en la distribución de energía renovable, así como ajustar el consumo de nuestras unidades de forma óptima para la refrigeración y el consumo energético.

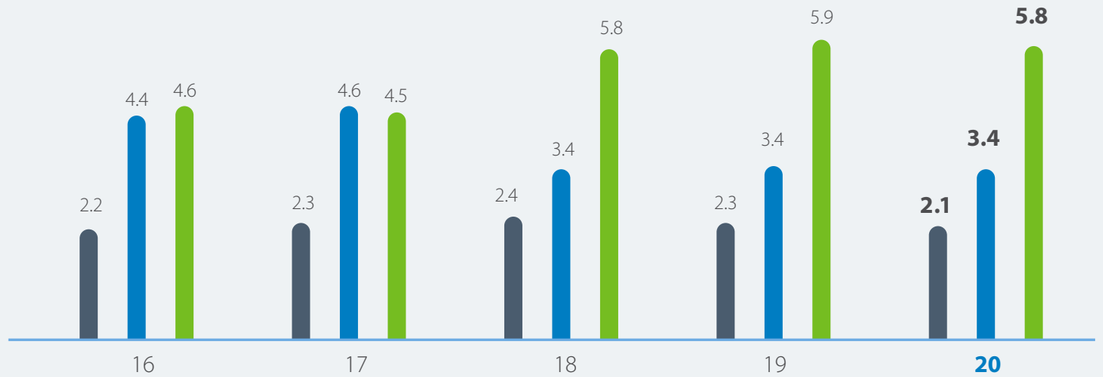
Logramos la reducción de 29.6% en la intensidad de energía eléctrica en México en 2020, cumpliendo nuestra meta de disminuir en 26% la intensidad energética respecto a 2010



Consumo total de energía
millones de GJ

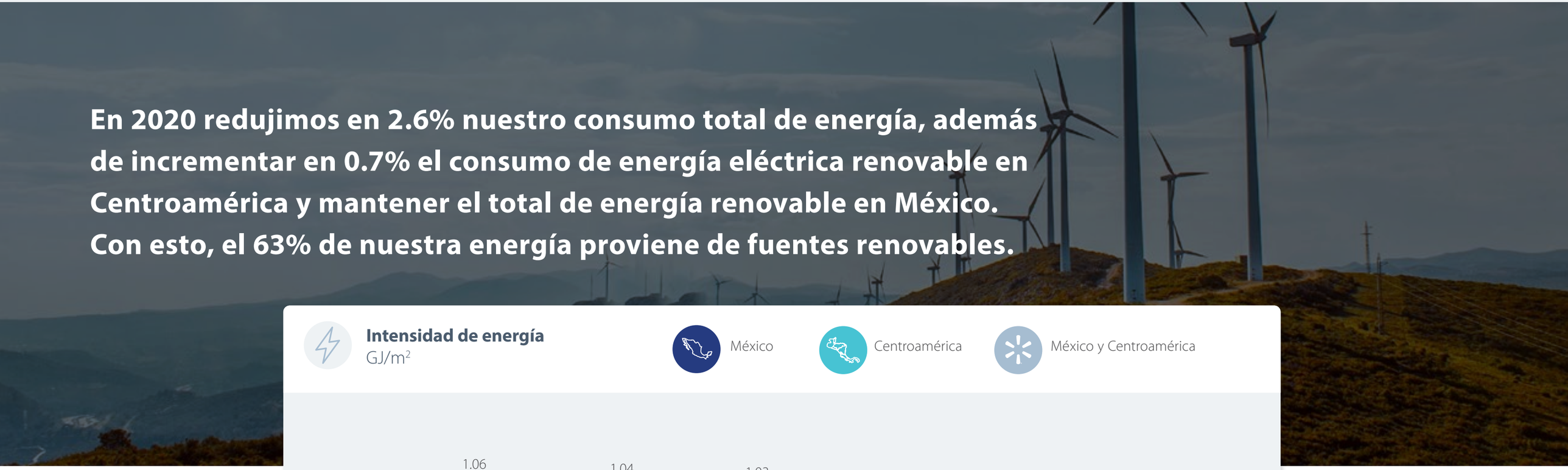
Combustible
Total energía no renovable
Total energía renovable

México y Centroamérica



121,211
GJ de energía eléctrica ahorrados vs 2019

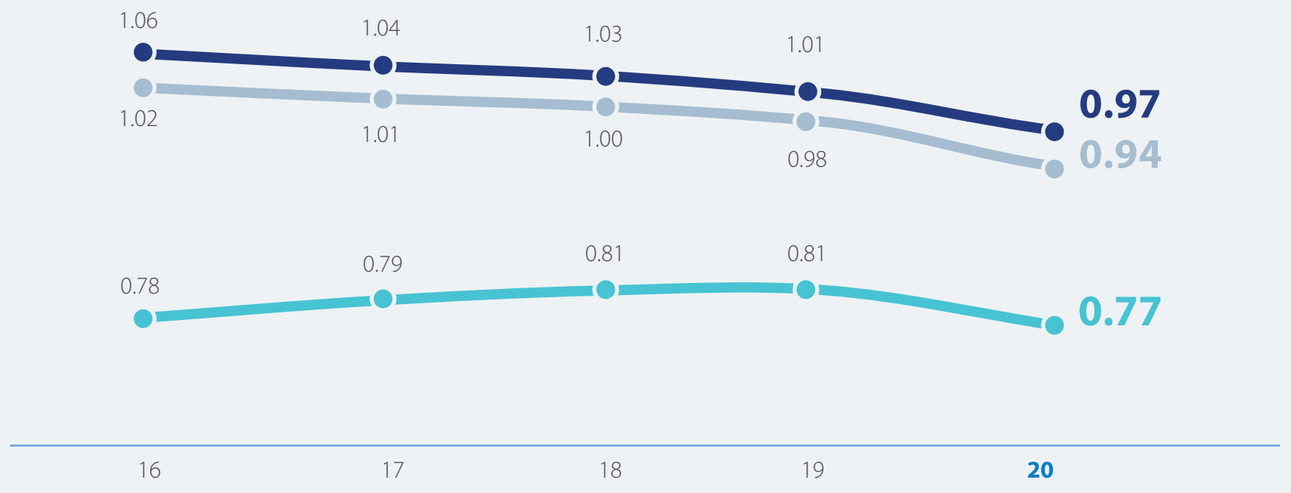
11.3 millones
de GJ de energía consumidos



En 2020 redujimos en 2.6% nuestro consumo total de energía, además de incrementar en 0.7% el consumo de energía eléctrica renovable en Centroamérica y mantener el total de energía renovable en México. Con esto, el 63% de nuestra energía proviene de fuentes renovables.

Intensidad de energía
GJ/m²

México · Centroamérica · México y Centroamérica



EMISIONES INDIRECTAS
ALCANCE 3

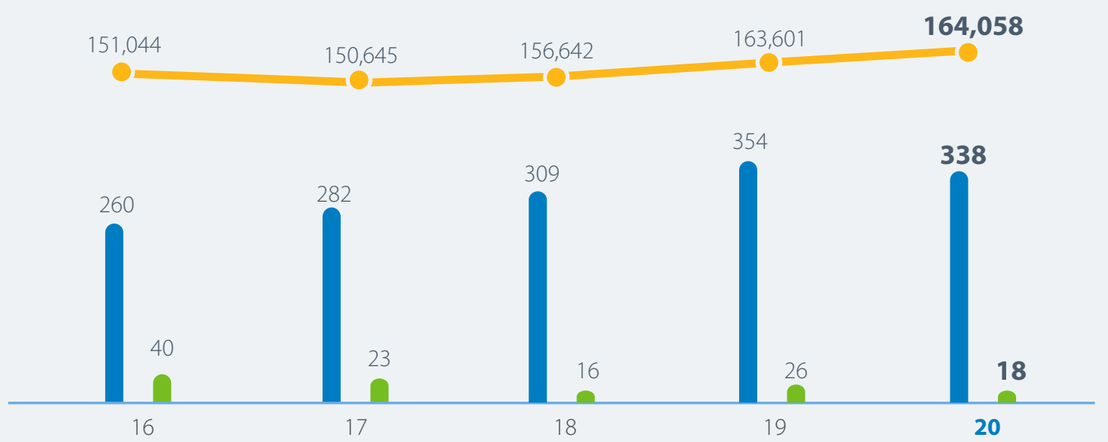
GRI **305-3**
SASB **FB-FR-110A.1, CG-EC-410A.1**

Durante 2020 se tuvo una reducción significativa en las emisiones de alcance 3, impulsadas principalmente por la reducción de viajes en avión por efecto de la pandemia y a las eficiencias en el transporte de mercancías.

En el caso de las emisiones por residuos, es importante mencionar que se rompió la tendencia de crecimiento anual de 4% promedio, para mantenerse con un ligero incremento respecto a 2019 de 0.3%. Estas emisiones se gestionan de forma directa a través de nuestras iniciativas de economía circular.

Por otro lado, la logística inversa e iniciativas de *backhaul* contribuyen a la disminución de emisiones al aprovechar viajes, que en otras condiciones se realizarían con cajas vacías, para el transporte de mercancías. De esta forma, aumentamos la eficiencia en los transportes de carga.

Emisiones alcance 3 y por residuos
miles de toneladas de CO_2e



EFICIENCIA LOGÍSTICA

38,701,787
km no recorridos

55,280
toneladas de CO_2e de emisiones evitadas por iniciativas logísticas

20,955,787
litros de combustible ahorrados

Derivado de las respuestas a CDP, destacamos que:

221
proveedores participaron en CDP *Supply Chain* Cambio Climático

58%
de nuestros proveedores implementaron iniciativas para la reducción de emisiones

B
calificación en CDP

59%
de los proveedores tienen una meta de reducción de emisiones absoluta, de intensidad o ambas

79%
de los proveedores incorporan la gestión de cambio climático

51%
de nuestros proveedores consumen energía renovable

2,835 mil millones
de pesos es el costo asociado a riesgos por cambio climático en cadena de suministro

2,867 mil millones
de pesos en potenciales oportunidades por cambio climático en cadena de suministro

Adicionalmente, nuestros proveedores se encuentran vinculados con nosotros a través de las iniciativas de CDP Cadena de Suministro, en donde reportan su desempeño ambiental respecto a cambio climático y seguridad hídrica

PROYECTO GIGATÓN

Proyecto Gigatón continúa como una de las principales estrategias para aprovechar nuestra escala de forma positiva en nuestra cadena de valor. A través de este proyecto, buscamos evitar la generación de mil millones de toneladas de CO_2e en las cadenas de valor para 2030, de manera que nuestros proveedores se pueden sumar al proyecto y establecer metas con base en sus actividades y proyectos.

En promedio, los participantes actualmente participan con tres metas en distintas categorías.

Nuestro objetivo es que todos los proveedores que estén participando puedan lograr ser Gigagurús al reportar anualmente su progreso y hacer públicos sus compromisos.

Este año fortalecimos nuestra participación en Proyecto Gigatón, buscando que nuestros proveedores establecieran metas SMART en cualquiera de las seis áreas de acción:

Uso de energía
74%
metas totales

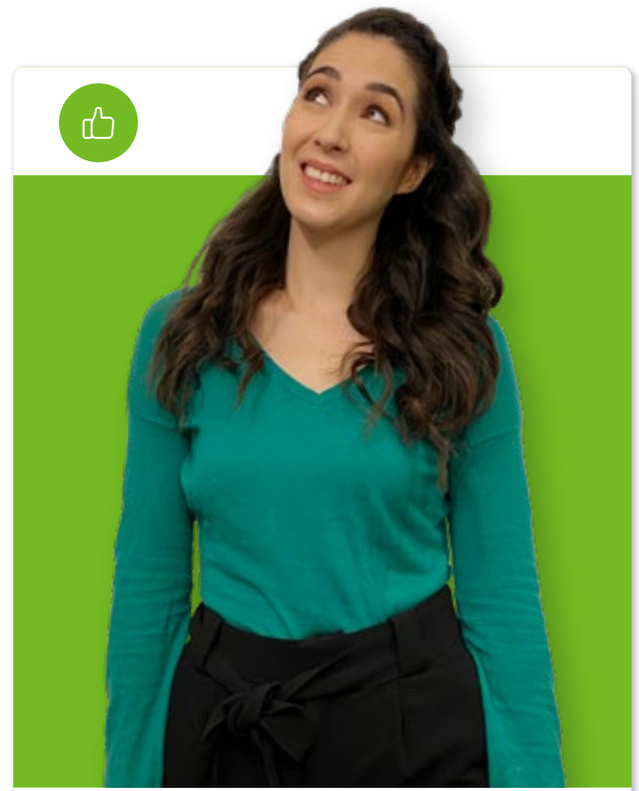
Agricultura sostenible
29%
metas totales

Residuos
54%
metas totales

Uso de producto
39%
metas totales

Deforestación
40%
metas totales

Empaques
72%
metas totales





Este programa ha tenido una muy buena aceptación por parte de nuestros proveedores, entre los que destacan:

141
proveedores activos

26
impulsores de cambio

76
gigagurús

13.06 millones
toneladas de CO_2e evitadas en 2020 (+71% vs. 2019)

Con estos resultados, contribuimos en total a la reducción de 20.7 millones toneladas de CO_2e, lo que equivale al 2.1% de la meta global del Proyecto Gigatón con los resultados acumulados desde 2019

RIESGOS Y OPORTUNIDADES CLIMÁTICAS

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

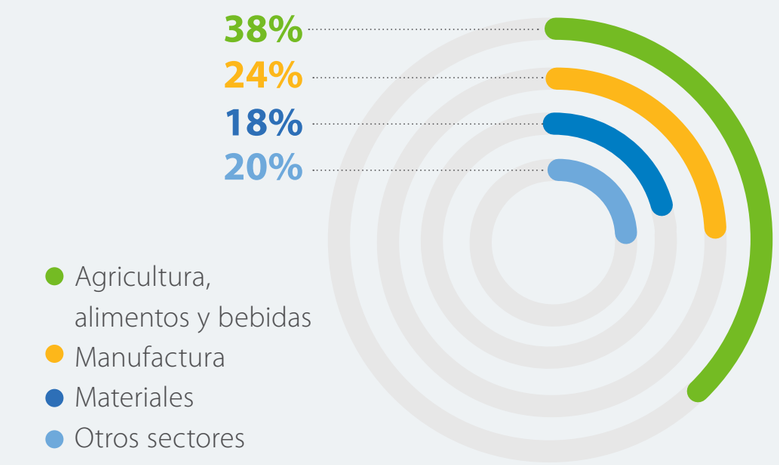
El cambio climático ha incrementado las disrupciones y riesgos que se materializan cada vez con mayor frecuencia. Los eventos climáticos extremos, así como el daño humano al ambiente, ambos consecuencia del cambio climático, son dos de los principales diez riesgos presentes de acuerdo con el Foro Económico Mundial. Asimismo, están vinculados directamente con tres riesgos existenciales en los próximos diez años: la pérdida de biodiversidad, las crisis por recursos naturales y la posibilidad de fallar en las estrategias de acción climática.

Este riesgo implica que las posibilidades de tener disrupciones en la cadena de valor son mucho mayores, además de consecuencias de alto impacto en la vida de nuestros clientes, las comunidades donde operamos, nuestros asociados, y el planeta. El riesgo por cambio climático es especialmente grave en sectores como el agropecuario, además de algunos otros que son intensivos en el uso de recursos, tales como la manufactura y el sector de alimentos. De esta forma, identificar los riesgos específicos y las oportunidades derivadas del cambio climático resulta muy importante para nuestra visión estratégica de futuro como empresa.

Para evaluar estos riesgos, primero consideramos un amplio espectro de temas materiales y posibles consecuencias relacionadas con el cambio climático de fuentes especializadas, inversionistas, consultoras y organismos internacionales especializados en la materia. Nuestra identificación de riesgos se actualiza cada dos años siendo el último en 2019, por lo que nos da la posibilidad de vincular nuestra visión de futuro y estratégica con los impactos específicos para la compañía.

Adicionalmente, en el caso de los riesgos existentes en nuestra cadena de suministro, nos enfocamos en los participantes y proveedores clave que pueden tener mayor riesgo, según lo mencionado previamente. Para poder tener una actualización sobre riesgos y oportunidades, así como sus potenciales impactos financieros, nos apoyamos del CDP para poder visibilizar a nivel cadena de suministro y entender cómo estos proveedores clave identifican sus riesgos, en qué plazos, y con qué impactos.

Participación de proveedores en CDP por tipo de industria



En 2020, 121 proveedores completaron el cuestionario de cambio climático y el 61% realizaron un análisis de riesgos y oportunidades relacionados con cambio climático

Mapa de riesgos ante el cambio climático

SASB **FB-FR-430A.3**



Riesgos relacionados con cambio climático para nuestra cadena de suministro



Oportunidades relacionadas con cambio climático para nuestra cadena de suministro



CONTRIBUIR A CREAR UNA ECONOMÍA CIRCULAR

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

El segundo pilar estratégico de nuestro compromiso de sustentabilidad es la forma en la que contribuimos para generar una economía circular funcional de gran escala.

CERO RESIDUOS

Nuestro compromiso principal consiste en transformar nuestras operaciones a cero residuos para 2025, de acuerdo con la definición del *Zero Waste International Alliance*. Para lograrlo, hemos identificado oportunidades a fin de consolidar nuevos ciclos de valor material y asegurar que nuestros residuos se puedan incorporar en modelos de economía circular, nueva infraestructura, alianzas con socios comerciales y la participación de nuestros clientes.

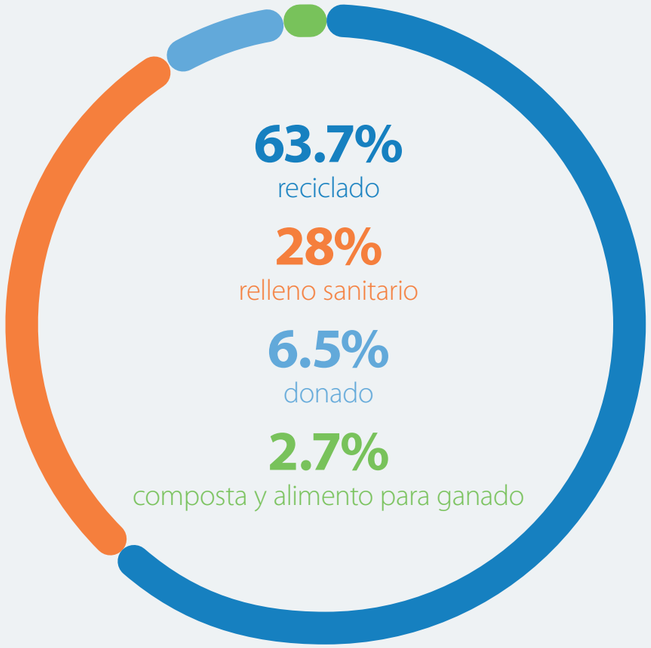
101

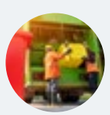
Nuestra meta es lograr una operación Cero Residuos al 2025, logrando separar el crecimiento del negocio de nuestra generación de residuos



GRI **306-2, 306-4**
SASB **FB-FR-150A.1**

Residuos generados





350,891.4
toneladas de residuos reciclados



156,370.2
toneladas de residuos enviados a relleno sanitario

Avance de la meta Cero Residuos para 2025

71.5%
México y Centroamérica

75.7%
México

50.4%
Centroamérica

550,379
toneladas de residuos generados



549,950
toneladas de residuos no peligrosos generados



429.52
toneladas de residuos peligrosos generados

De igual forma, incorporamos los principios de circularidad desde el diseño de nuestros empaques, identificando los principales impactos ambientales de diferentes productos con un análisis de ciclo de vida (ACV), que se incorpora en las decisiones de empaque. Además, nuestros clientes participan de forma activa en nuestros programas posconsumo, impulsando una cultura de responsabilidad ambiental donde los materiales se incorporan en nuevos ciclos de valor.



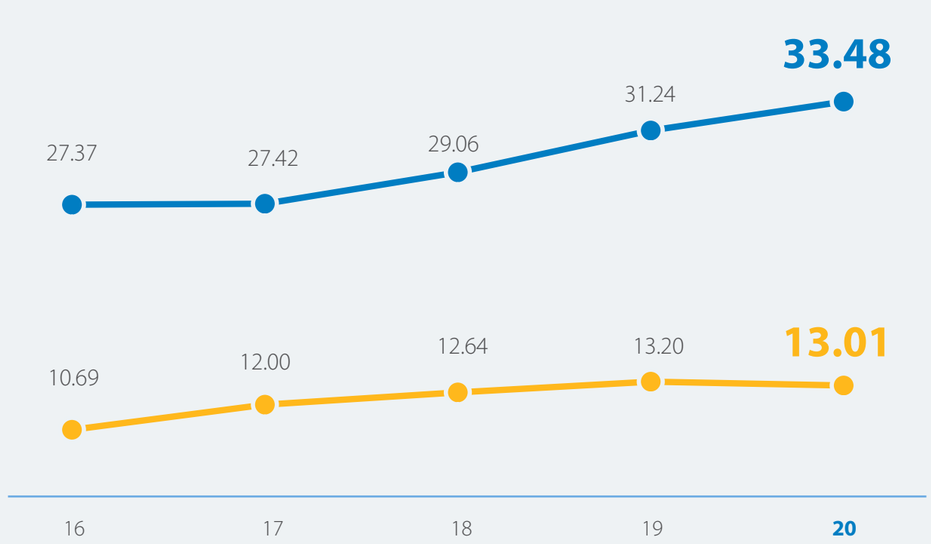
Para gestionar nuestros residuos de forma responsable, contamos con un programa de recuperación de residuos valorizables. Esta iniciativa consiste en aprovechar nuestras capacidades de logística inversa para enviar materiales generados en tiendas a nuestros centros de distribución. El total de residuos recuperados en 2020 fue de 342,148.5 toneladas.

Por otro lado, durante este año destacó una disminución en la tendencia de la intensidad de generación de residuos enviados a relleno sanitario en 1.5%. Esto se debe principalmente a la reducción en el volumen de residuos de alimentos generados, gracias al comité de merma y la disciplina operativa en nuestras unidades, así como al aumento de los volúmenes de residuos con algún tipo de aprovechamiento a través de reciclaje, donación, composta, alimento para ganado o reventa.

Intensidad de generación de residuos (kg/m^2)

Enviados a disposición Reciclados

México y Centroamérica





Nuestra estrategia para reducir el desperdicio de alimentos





RESIDUOS DE ALIMENTOS

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

Contribuimos a la meta 12.3 de los ODS alineados con reducir a la mitad nuestros residuos por alimentos. Para lograrlo, nos enfocamos en mejorar nuestros inventarios y mantener nuestra promesa de frescura.

En 2020 comenzó a operar nuestro Comité de Merma, a través del cual se da seguimiento a proyectos para la reducción del tirado de alimentos. El Comité está compuesto por los equipos de Central Ops, Compras, Operaciones, Protección de Activos, Calidad, Logística, Recursos Humanos, Fundación Walmart y Sustentabilidad. Esto ha permitido mantener la innovación desde nuestra operación para reducir el tirado mediante iniciativas de incorporación de tecnología, capacitación a asociados, excelencia operativa y apoyándonos en un diagnóstico continuo, con base en las oportunidades en la gestión de nuestros perecederos. Por medio de este Comité se impulsa la reducción de los residuos generados, la cual comienza desde nuestra operación, para evitar que los perecederos lleguen al relleno sanitario.

Nuestra meta es reducir en 50% la generación de residuos de alimentos para 2025 respecto a 2015

En caso de que los alimentos no se logren vender, buscamos asegurar su consumo. En Bodega Aurrera en México, contamos con un programa para reducir el precio de algunos productos con fechas de caducidad cercanas al vencimiento, comunicando a los clientes que el consumo debe ser el mismo día de la compra. Igualmente contamos con nuestro programa fruta para asociados con la cual donamos fruta en tienda para que nuestros asociados completen su desayuno.

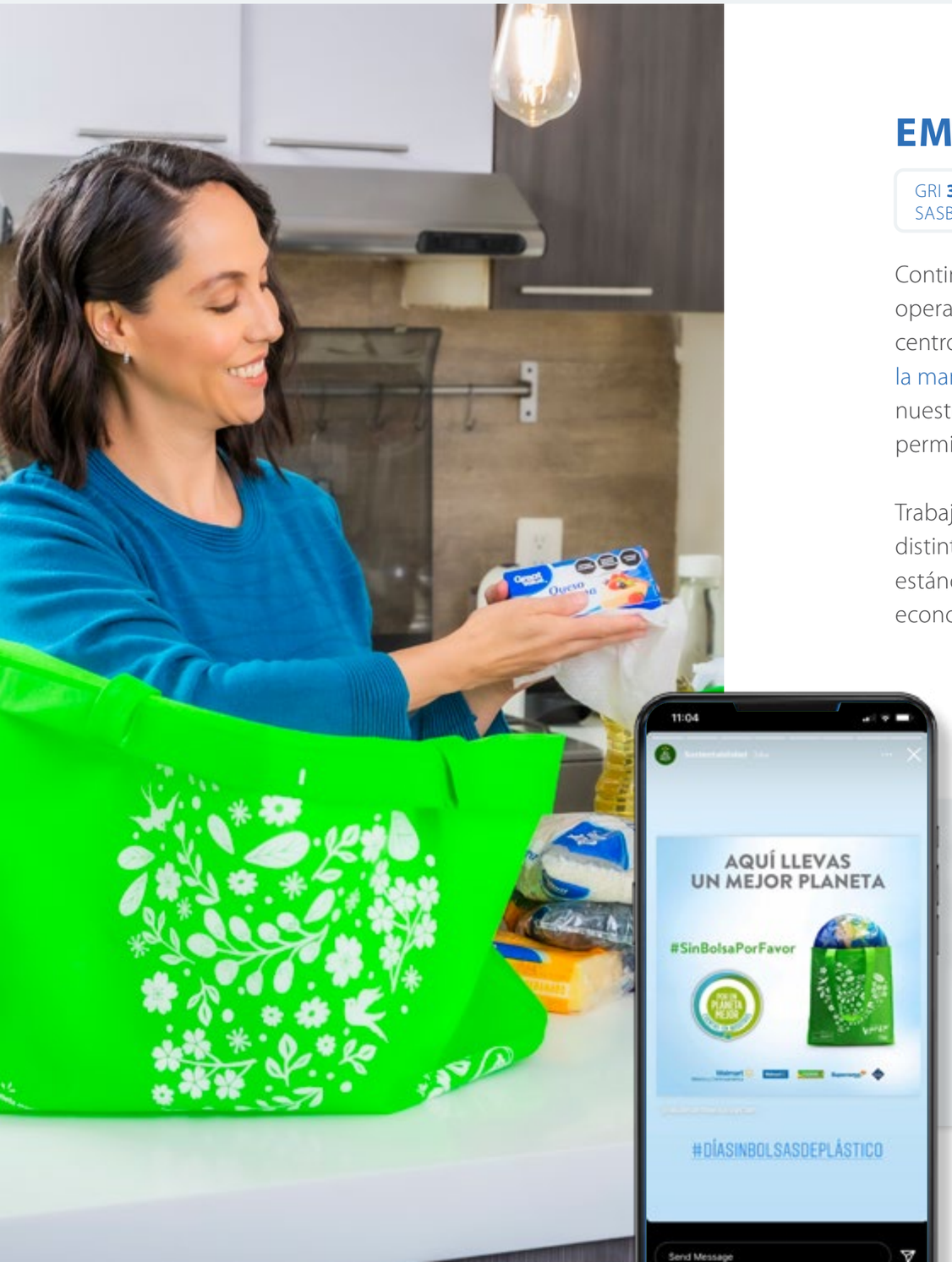
La siguiente etapa consiste en buscar la vinculación con bancos de alimentos a través de Fundación Walmart de México. Este año donamos 36,131 toneladas de alimentos.

En el caso de los alimentos que no son aptos para consumo humano, una vez mermados existen dos posibilidades de aprovechamiento: la composta, que puede ser utilizada como acondicionador de suelo, y el alimento para ganado. Finalmente, en Centroamérica se cuenta con opciones de biodigestión que procesan de forma biológica los residuos para descomponerlos en agua gris y biomasa, evitando su disposición en los rellenos sanitarios.

En 2020, logramos evitar que 57,841 toneladas de residuos fueran enviados al relleno sanitario en México y Centroamérica. Además de reducir los gastos en la generación de basura, esta estrategia demostró un importante impacto ambiental al eliminar riesgos de contaminación biológica por descomposición, olores, líquidos y lixiviados, y principalmente, potenciales emisiones de gases de efecto invernadero que ya no son generados de esta forma.



En México redujimos en 39.6% los residuos de alimentos enviados a relleno vs 2015



EMPAQUE SUSTENTABLE

GRI **301: 103-1, 103-2, 103-3, 301-3**
SASB **FB-FR-430A.4,CG-MR-410A.3**

Continuamos trabajando en nuestra ambición de operar con cero plásticos en nuestras tiendas y centros de distribución. Para lograrlo, trabajamos de la mano con nuestros proveedores, las autoridades y nuestros clientes para incorporar innovaciones que permitan la eliminación de plásticos de un solo uso.

Trabajamos de la mano con las autoridades de distintos niveles de gobierno para desarrollar estándares sobre el uso de plásticos hacia una economía circular.

En el caso de la Ciudad de México, formamos parte del grupo de trabajo para la redacción del proyecto de norma ambiental PROY-NADF-010-AMBT-2019 sobre los criterios para productos compostables y reutilizables en respuesta a la prohibición de plásticos de un solo uso, la cual entró en un proceso de consulta pública previo a su entrada en vigor en 2021. En este acercamiento, se han desarrollado estándares para la transición hacia opciones biodegradables, compostables, reutilizables y la reincorporación de materiales reciclados posconsumo.

Este año, redujimos en 161 toneladas el plástico utilizado gracias a nuestra campaña #SinBolsaPorFavor, en México, lo que equivale a 69.4 millones de bolsas de plástico

Por otro lado, para 2025 tenemos la meta de lograr que todos los productos de Nuestras Marcas:

GRI **301-2**

- Tengan empaques 100% reciclables, reutilizables o compostables
- Incluyan al menos 20% de material reciclado posconsumo en empaques
- Eliminen el material de empaque no reciclable
- Reduzcan los empaques y envases de plástico cuando sea posible
- En 2020, el 68% de nuestros empaques cumple con estas características

De igual forma, en 2020 se llevaron a cabo dos procesos importantes de rediseño de empaques con base en nuestras metas de sustentabilidad.

Por un lado, se trabajó en nuestra categoría de aceite Bodega Aurrera para reducir el impacto ambiental de nuestros empaques primarios y secundarios, a través de la eliminación del uso de cartón y la reducción en el total de plástico utilizado. Este proyecto logrará la reducción de 27.9 toneladas de plástico y evitará la emisión de 3,052 toneladas de CO_2e en un año.



Empaques primarios de los productos de Nuestras Marcas
Toneladas



2,002,818
empaques reciclables, 58.5%



309,863
empaques plásticos: 9.1% de los empaques



214,749
material reciclado pos-consumo en empaques plásticos: 69.3%



260,963
material reciclado pos-consumo en empaques: 7.6%



La segunda categoría en la que se realizó un rediseño significativo para la disminución del uso de plástico en botellas fue en nuestras botellas de agua Great Value. En este proyecto, logramos reducir un 21% en promedio del plástico utilizado para la botella, promoviendo que la eficiencia del empaque respecto al producto sea la mayor en el mercado, además de evitar la generación de 355.4 toneladas de plástico en un año.

Impulsamos proyectos de nuevos modelos circulares, como las estaciones rellenables de Sedal que se lanzaron a finales de 2019. Este proyecto demostró ser de gran valor para nuestros clientes. Continuamos apostando por este tipo de modelos para replicarlos en nuestras tiendas, además de extenderlos a nuevas categorías de producto. Sin embargo, debido a la contingencia, durante 2020 se suspendió temporalmente la implementación de estos programas al priorizar la salud de nuestros clientes y asociados. Este espacio nos permitió plantear nuevas formas de operar el programa e integrar dichos aprendizajes, de forma que se tenga un relanzamiento del mismo durante 2021.

Reciclaje de residuos valorizables en nuestra operación
Toneladas

GRI **301-2**



1,501.4
Papel



2,330.7
Plásticos rígidos y PET



22,163.8
Bolsas y plástico film



304,783
Cartón

BOLSA VERDE

Uno de los proyectos más relevantes en el contexto de la transición hacia la eliminación de plásticos de un solo uso, es el de nuestra bolsa verde. Durante 2020 se realizó una alianza con la Organización de las Naciones Unidas para realizar un análisis de ciclo de vida de nuestra bolsa verde, con la intención de seguir brindando una experiencia de compra sin fricción y asegurar un impacto ambiental positivo. A partir de este ejercicio, continuamos trabajando para impulsar la reutilización de esta.



54.6 millones
de bolsas verdes vendidas 2020

110%
de incremento en ventas vs 2019

PROGRAMAS CON CLIENTES

Nuestros clientes son una pieza clave para contribuir a un impacto ambiental responsable. Es por eso que, a través de alianzas estratégicas con proveedores, hemos impulsado programas que incentiven la educación ambiental y generen espacios de recuperación de materiales para un aprovechamiento sustentable.

250.8
toneladas de residuos recuperados a través de nuestros programas posconsumo con clientes en México



Al cierre de 2020, contamos con 12 centros de reciclaje ubicados en 6 estados, donde se recuperaron 21.8 toneladas de residuos desde el inicio de sus operaciones en el último trimestre del año





Reciclamanía Evoluciona

Con el objetivo de fomentar la economía circular y el cuidado del medio ambiente a través de la cultura del reciclaje, empresas de diferentes industrias unen esfuerzos para habilitar 12 centros de reciclaje permanentes ubicados en distintas tiendas de autoservicio de Ciudad de México, Estado de México, Morelos, Oaxaca, Puebla y Querétaro. La iniciativa bajo el nombre de Reciclamanía Evoluciona, nace de la alianza de las empresas Colgate Palmolive, ECOCE, Ecolana, Dow, Grupo AlEn, Grupo Bimbo, Grupo Modelo, Herdez, Industria Mexicana de Coca-Cola, Kimberly-Clark de México, L'Oréal, Nestlé México, PepsiCo Alimentos México, Recupera, Smurfit Kappa, Tetra Pak, Unilever y Walmart de México y Centroamérica.

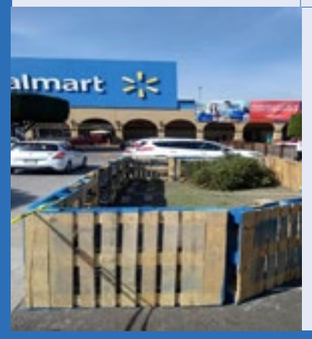
En Reciclamanía 2019 se habilitaron durante dos días puntos de reciclaje en los que más de 1,800 clientes pudieron reciclar más de 3,300 kilogramos de materiales. En 2020, con Reciclamanía Evoluciona en los centros de reciclaje permanentes se reciben empaques y envases de: vidrio, plástico PET, HDPE (plástico de alta densidad), LDPE (plástico de baja densidad), BOPP (envolturas metalizadas y no metalizadas), papel, cartón, envases de Tetra Pak, latas de hojalata y aluminio, cápsulas de café marca Nescafé Dolce Gusto, tubos de pasta dental y cepillos de dientes. Los residuos acopiados servirán para elaborar distintos productos para evitar que sean enviados a rellenos sanitarios.









Programas Posconsumo México			Resultados
	**Reciclamanía Evoluciona**	Centros de reciclaje que reciben empaques y envases de: vidrio, plástico PET, HDPE (plástico de alta densidad), LDPE (plástico de baja densidad), BOPP (envolturas metalizadas y no metalizadas), papel, cartón, envases de Tetra Pak, latas de hojalata y aluminio, cápsulas de café marca Nescafé Dolce Gusto, tubos de pasta dental y cepillos de dientes.	**21.8** toneladas de residuos recuperados **12** centros de reciclaje en 6 estados
	Reciclando por tu Comunidad	 Programa permanente desde 2017 de reciclaje de envases de PET y aluminio con el fin de que estos materiales sirvan para fabricar bancas para parques o pupitres, que se donan a comunidades que lo necesitan.	**18.2** toneladas de residuos recuperados **395** tiendas a nivel nacional
	Recicla la Lata	 Instalación de máquinas en alianza con Grupo Herdez para el reciclaje de latas de hojalata, las cuales se reutilizan aerogeneradores (dispositivos de energía eólica) en beneficio de una comunidad.	**3.2** toneladas de residuos recuperados +10% vs. año anterior **24** máquinas en tienda
	**Árbol por árbol tu ciudad reverdece**	Acopio de árboles de Navidad en alianza con el Gobierno de la Ciudad de México y Colima, los árboles acopiados se transforman en composta para parques, jardines y bosques.	**5,427** árboles recuperados +79% vs. año anterior **19** tiendas participantes

Programas Posconsumo México			Resultados
	Reciclar para Ganar	 Instalación de máquinas alianza con AlEn del Norte para el reciclaje de envases de PET y PEAD, los cuales se procesan para la elaboración de envases de productos de la misma compañía.	**95.8** toneladas de residuos recuperados +154% vs. año anterior **18** máquinas en tiendas de Nuevo León
	**Medicamentos caducos**	Acopio de medicamentos caducos en alianza con el Sistema Nacional de Gestión de Residuos de Envases de Medicamentos A.C. (Singrem) para su correcta disposición final. 	**19.28** toneladas de residuos recuperados -46% vs. año anterior, debido a que permanecieron inhabilitados por la contingencia **253** contenedores en tiendas, clubes y oficinas
	Máquinas de *Reverse vending*	Instalación de máquinas para reciclaje de envases de PET y aluminio en alianza con Biobox, a cambio nuestros clientes reciben una bonificación por medio de la app para ser utilizada en pagos de diferentes servicios	**5.3** toneladas de residuos recuperados +9% vs. año anterior **9** máquinas en tiendas
	**Cápsulas de café**	Instalación de contenedores para la recuperación y reciclaje de cápsulas de Nescafé Dolce Gusto. Los residuos orgánicos se transforman en composta y los residuos inorgánicos en madera plástica que será utilizada en la elaboración de nuevos productos, en colaboración con Nestlé.	**6.6** toneladas de residuos recuperados **68** contenedores en tiendas y clubes
	Vidrio 	Instalación de contenedores para el reciclaje de vidrio de grado alimenticio con el fin de hacer nuevas botellas, en conjunto con Grupo Modelo.	**7.4** toneladas de residuos recuperados +14% vs. año anterior

Grupo AlEn

Caso de éxito

El programa de Recicla para Ganar en alianza con Grupo AlEn del Norte comenzó con un piloto en 2018 con la instalación de una máquina en Walmart Supercenter en Nuevo León. Gracias al éxito del mismo, en 2019 se instalaron 13 máquinas incluyendo también a nuestro formato Bodega Aurrera, logrando acopiar 38 toneladas de plástico.

Esto se debe a la gran colaboración que llevamos a cabo con AlEn con el objetivo de contribuir a crear una economía circular que evite la generación de residuos, diseñar ciclos cerrados de materiales y reducir el uso de recursos naturales. Actualmente el 35% del plástico que procesa AlEn en sus dos plantas de reciclaje, proviene de las máquinas instaladas en nuestras tiendas y algunos otros puntos.

Gracias a estos resultados, Grupo AlEn cuenta con botellas de PET 100% de material reciclado y en sus plantas logran reciclar más plástico del que ponen en el mercado con sus productos.





18
máquinas, logrando acopiar +154% vs. 2019

CAPITAL NATURAL

GRI **304: 103-1,103-2,103-3, 308: 103-1, 103-2, 103-3, 308-2**
SASB **CG-MR-410A.1, FB-FR-430A.1**

Estamos convencidos que nuestros clientes no deberían de tener que elegir entre un producto asequible y uno que sea bueno para el medio ambiente. Es por eso que trabajamos en nuestras operaciones y cadena de suministro 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.

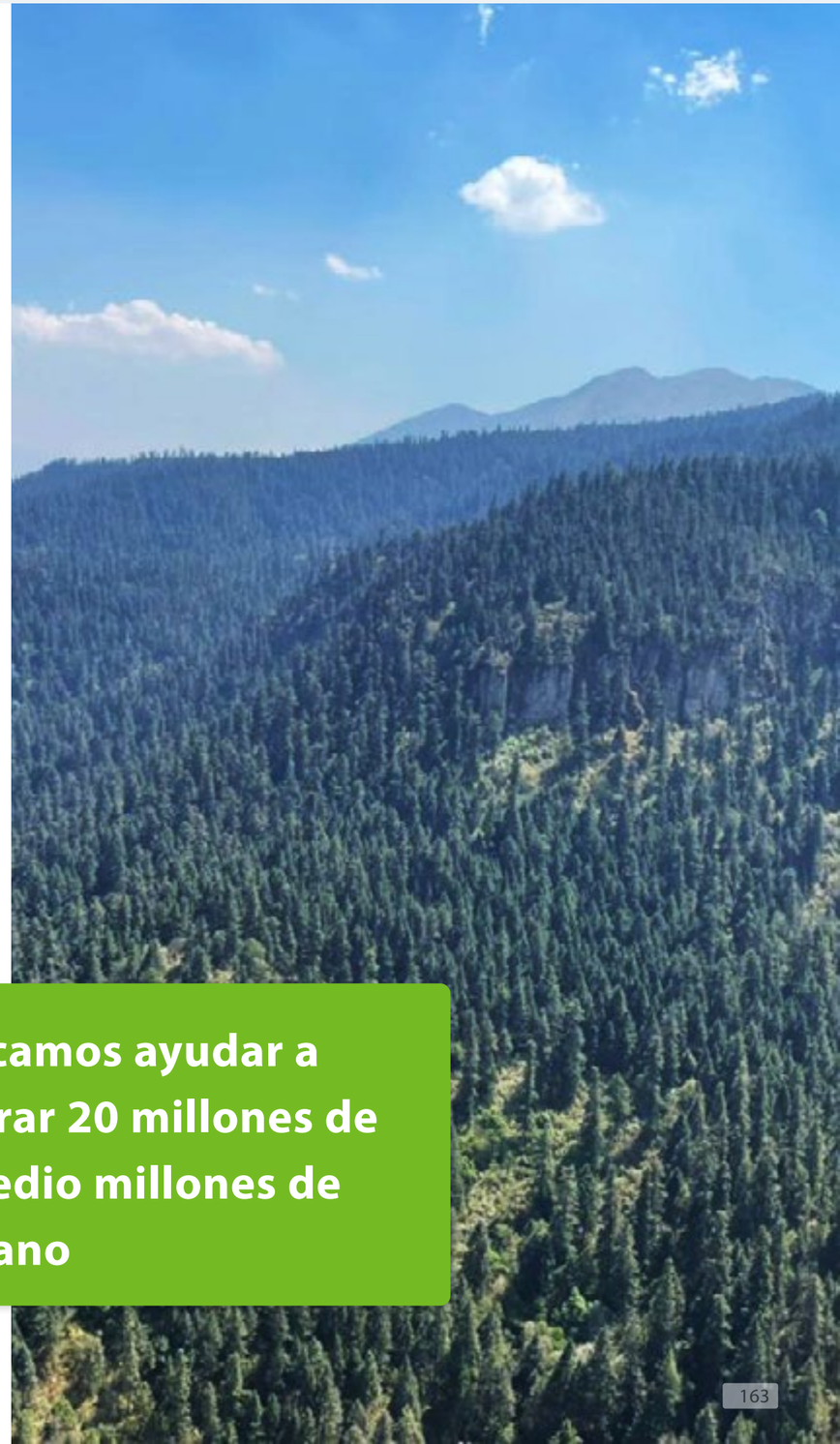
Este año, planteamos una nueva meta sobre nuestra contribución a la preservación de la biodiversidad y la naturaleza. Entendemos nuestra responsabilidad por las acciones que tomamos y, convencidos de la capacidad que tenemos a través de nuestra escala para un bien común, decidimos ser una empresa regenerativa para 2040.

Esta ambiciosa meta refleja un largo camino que hemos construido con nuestros proveedores, asociados y clientes para buscar asegurar que la experiencia de compra que tengan con nosotros sea cada vez más sustentable.

Hemos encontrado que existen retos en común para lograrlo, por lo que las alianzas que realizamos con organizaciones de la sociedad civil, nuestros socios comerciales y organismos especializados, nos permite trazar una ruta basada en las prioridades y el conocimiento existente para lograrlo.

En el caso de nuestros compromisos de abastecimiento sustentable, hemos definido cuáles son los *commodities* principales que pueden tener algún riesgo ambiental, y donde también tenemos incidencia directamente para promover su sustentabilidad. Los datos que reportamos como cumplimiento son actualizados anualmente por nuestros proveedores para asegurarnos del progreso que tenemos en cada una de las metas.

Para 2040, a nivel global buscamos ayudar a gestionar, conservar y restaurar 20 millones de hectáreas de tierra y dos y medio millones de kilómetros cuadrados de océano



ACEITE DE PALMA

GRI **308-2**

El aceite de palma es uno de los *commodities* más relevantes para tener una trazabilidad sobre la forma en la que se evita la deforestación. Dada la alta demanda que existe de este producto, muchas veces se puede asociar la plantación de aceite de palma con el cambio en el uso de suelo de selvas y bosques, que puede ocasionar la erosión de los mismos.

Para evitar esto, tenemos el compromiso de abastecernos 100% de aceite de palma sustentable certificado por la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sustentable (RSPO) y *Rainforest Alliance* en 2020. Esta certificación asegura la trazabilidad del aceite de palma a lo largo de toda su cadena de custodia, desde la plantación hasta la fabricación del producto final.

Adicionalmente, los proveedores que incluyen el volumen restante por certificar, están comprometidos a tener un abasto sustentable de aceite de palma durante 2021 en México.



93% de aceite de palma es certificado de fuentes sustentables en México y 54% en Centroamérica al cierre de 2020

Este año, cumplimos nuestra meta al lograr un 99% de papel, pulpa y madera con contenido reciclado o certificado sustentable en México y 100% en Centroamérica

FSC
www.fsc.org
MIXTO
Papel procedente de fuentes responsables
FSC® C109333

Este libro se imprimió en papel certificado FSC®.

PAPEL, PULPA Y MADERA

Las fibras de celulosa son el segundo *commodity* a tener en consideración para la trazabilidad de fuentes certificadas como libres de deforestación. En este caso, nuestros proveedores deben contar con certificaciones de FSC *(Forest Stewardship Council),* PEFC *(Programme for the Endorsement of Forest Certification*), o SFI *(Sustainable Forest Initiative)*. Otra opción que impulsamos, en especial para las fibras de celulosa, es la incorporación de contenido reciclado, que también consideramos en cumplimiento para nuestra meta de lograr el 100% de abasto sustentable para 2020.

PESCA SUSTENTABLE

Una de las cadenas más susceptibles a riesgos por el cambio climático y pérdida de biodiversidad son los pescados y mariscos. En especial, los retos de esta categoría a nivel región y especie, hacen que los efectos que se pudieran dar a nivel local, impacten en la cadena global.

Es por esto que tenemos la meta para 2025 de lograr que el 100% de nuestros productos pesqueros frescos, congelados y el atún enlatado, vengan de fuentes sustentables certificados por BAP *(Best Aquaculture Practices),* MSC *(Marine Stewardship Council)* o algún Proyecto de Mejora Pesquera *(Fishery Improvement Project).*

Durante 2020, se realizó un mapeo de los riesgos por especie que nos permitirá orientar nuestra estrategia para cumplir esta meta.

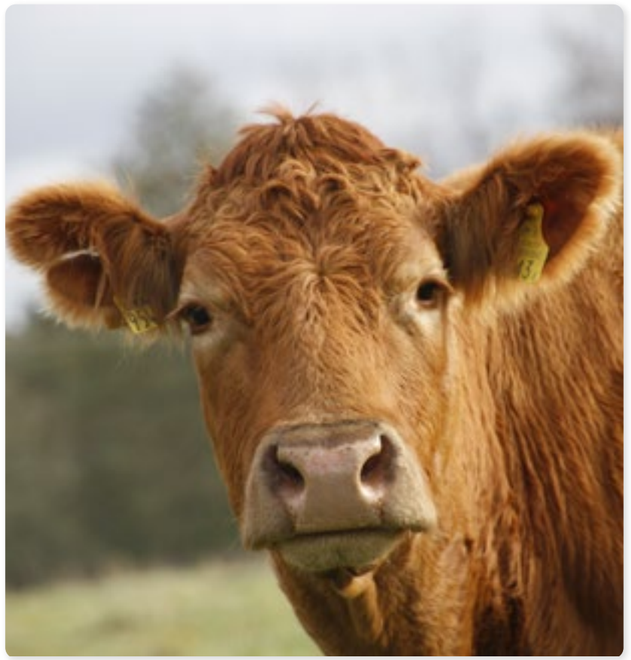
Del total de nuestros productos pesqueros, el 88.9% provienen de pesca salvaje, y el 11.1% restante de acuacultura, mientras que más del 94% de nuestros productos son de pesca nacional. Esto nos permite buscar e impulsar proyectos de mejora pesquera locales, que se sumen a los esfuerzos de pesca sustentable de forma cercana con nuestros proveedores.



Al cierre de 2020, en México, el 96.3% de nuestros productos pesqueros están certificados por:

Best Aquaculture Practices **8.3%**
Best Aquaculture Practices

88.1%
Marine Stewardship Council



CARNES

A raíz de nuestra nueva meta para convertirnos en una empresa regenerativa, este año incorporamos la transición de carnes para poder lograr un abasto sustentable de las mismas. De la mano con *World Wildlife Foundation* (WWF), nos encontramos realizando un diagnóstico para entender los principales temas materiales, riesgos y grupos de interés de la cadena de carnes para México y Centroamérica, lo cual es una prioridad dada la potencial contribución de esta industria a nivel global en la reducción de emisiones mediante el impulso de prácticas sustentables.

ORGÁNICOS Y PRODUCTOS DE MENOR IMPACTO AMBIENTAL

La vinculación con nuestros proveedores y sus estrategias de reducción del impacto ambiental en productos también resulta parte de la oferta de valor para nuestros clientes.

En especial, nuestro objetivo es poder mantener una oferta para que los clientes que estén buscando productos de menor impacto ambiental, orgánicos o con alguna característica sustentable, puedan encontrarlos en nuestras tiendas.

En el caso de los productos orgánicos, consideramos que es una valiosa estrategia para acercar productos con un proceso sustentable como opción para nuestros clientes.

Otro de los puntos con los que contamos son productos con formas de producción responsables para los animales. En este sentido, dentro de nuestra oferta de huevos se pueden encontrar los de libre pastoreo, además de que nuestros proveedores de carne de puerco han adoptado las cinco libertades de bienestar animal en sus granjas o las de sus proveedores.

Otros productos de menor impacto ambiental incluyen las categorías de orgánicos e hidropónicos, biodegradables, ahorradores de agua o energía y con contenido reciclado, entre otros. Estos productos son identificados a partir de la comunicación y el etiquetado de estos productos por parte de nuestros proveedores. Asimismo, contamos con 262 productos con empaque con contenido reciclado.

14 productos Marketside y 26 Great Value cuentan con certificación de orgánicos

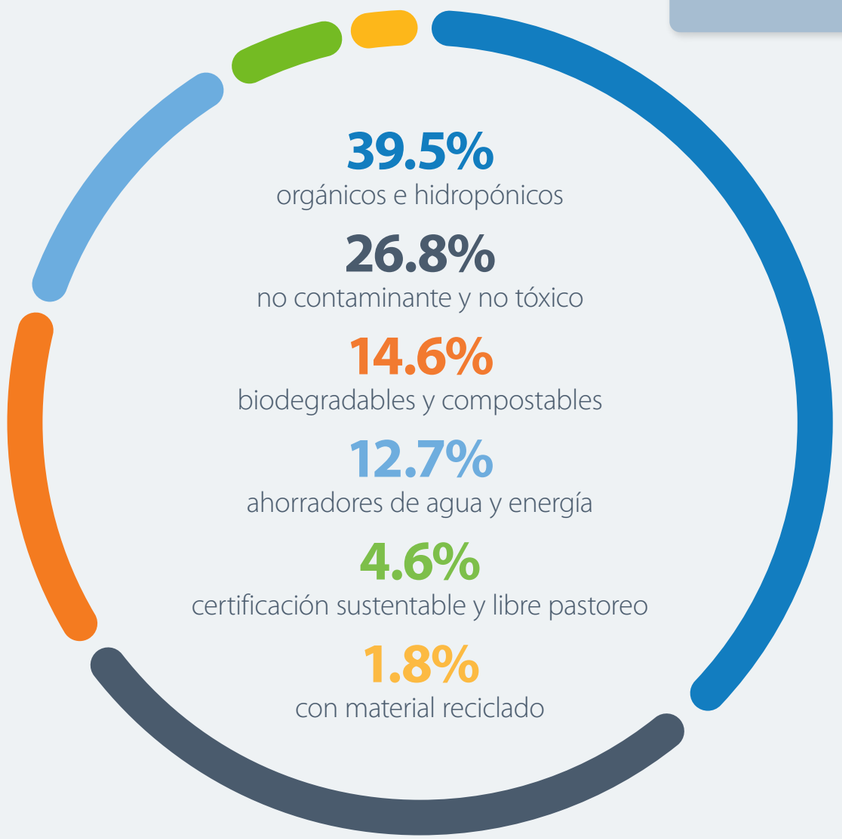
El huevo de libre pastoreo en Superama creció 4.6% y en Walmart Supercenter 12.8% en ventas

SASB **FB-FR-430A.2**



Porcentaje de productos con menor impacto ambiental

3,443
productos con menor impacto ambiental



Contamos con 262 productos con empaque con contenido reciclado



AGUA

GRI **303: 103-1, 103-2, 103-3, 303-1, 303-3, 303-4, 303-5, 306-1**
SASB **CG-EC-130A.2, CG-EC-130A.2**

Reconocemos que el agua es un recurso fundamental para nuestra operación. Es por eso que gestionarla de forma eficiente en un contexto como el que enfrentamos en México y Centroamérica, cobra cada vez más relevancia. Se estima que para 2030, el estrés hídrico derivado de cambios en los ecosistemas y efectos del cambio climático, puedan generar disrupciones significativas en cadenas de suministro como lo son productos agropecuarios y de manufactura, entre otros.

Consumo total de agua



10,749,548
total de m^3

9.4%
suministro de pozos

81.2%
suministro municipal

0.15%
Centro comercial Centroamérica

9.2%
suministro de pipas

Plantas de tratamiento



1,315,597
total de m^3 de agua reutilizada

GRI **306-1**

844
México

431
Centroamérica

Nuestra estrategia en la gestión de agua se basa en dos elementos. Primero, reducir la intensidad de consumo de agua por m^2 de construcción, separando nuestro crecimiento como empresa del consumo total.

Intensidad de consumo de agua

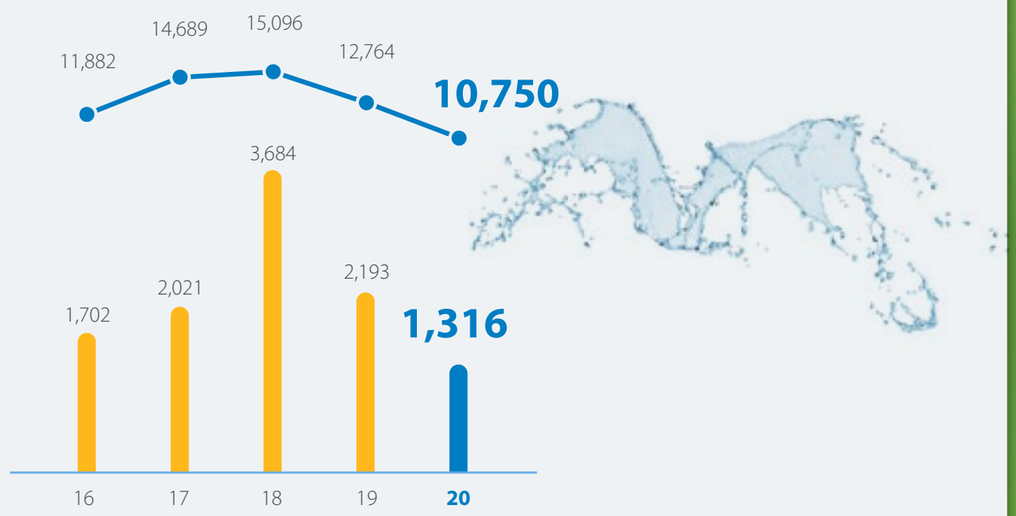
Miles de Litros / m^3





Consumo y reutilización de agua

México y Centroamérica



Segundo, de poder recuperar y reciclar agua a través de nuestras plantas de tratamiento, especialmente en áreas con mayor riesgo de estrés hídrico. Todo esto, con un enfoque de eficiencia operativa que nos permita continuar reduciendo nuestra huella ambiental en las comunidades donde operamos.

Es importante mencionar que a partir de 2019 mejoramos la forma de medir nuestro consumo de agua desde cada tienda, por lo que hemos reducido los consumos estimados de las unidades, dándonos mayor certeza sobre nuestro consumo total.

Riesgos relacionados con el agua en nuestra operación

GRI **102-11, 102-15**

Los riesgos de seguridad hídrica también son relevantes para nuestra operación, siendo que estas tienen impactos potenciales significativos en la capacidad que tenemos para continuar entregando valor para nuestros clientes.



OPORTUNIDADES RELACIONADAS CON EL AGUA EN NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

Por otro lado, siendo nuestra cadena de suministro el elemento principal de impacto para la seguridad hídrica, en México invitamos a nuestros proveedores a reportar a través de *CDP Supply Chain* en este tema. En 2020, 153 proveedores participaron respondiendo esta información, mientras que el 71% realizan de forma periódica mapeos de riesgos y oportunidades para la cadena de suministro.



1,909 mil millones de pesos
potencial retorno financiero asociado con oportunidades de agua en cadena de suministro

209 mil millones de pesos
costos asociados con riesgos de agua en cadena de suministro

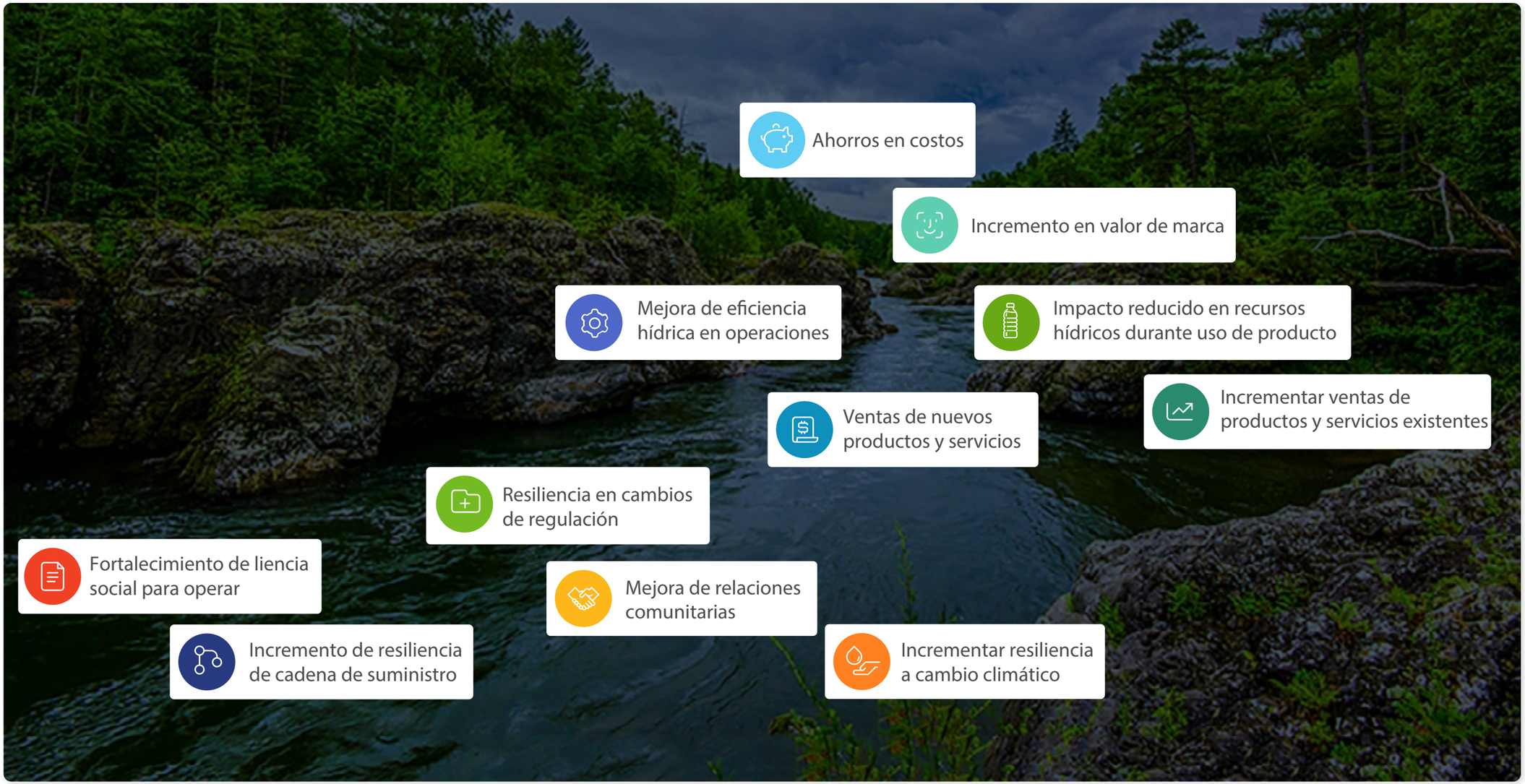
Riesgos de Seguridad Hídrica en Cadena de Suministro

GRI **102-11**
SASB **FB-FR-430A.3**



Nota: La descripción de cada riesgo / oportunidad va dentro de la matriz, conforme a su ubicación

Oportunidades de Seguridad Hídrica en Cadena de Suministro



LA OPORTUNIDAD:

de seguir creciendo juntos

EN WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA TENEMOS EL OBJETIVO DE PROMOVER UNA BASE DE PROVEEDORES INCLUYENTE Y GENERADORA DE OPORTUNIDADES ECONÓMICAS PARA LAS PERSONAS Y SUS FAMILIAS





CLIENTES Y SOCIOS SATISFECHOS

Nuestros clientes se encuentran al centro de nuestro negocio. Trabajamos en equipo para satisfacer sus necesidades; escuchamos sus opiniones y expectativas, y nos esforzamos todos los días para mejorar nuestro desempeño con el objetivo de servirles cada día mejor.

3 SALUD Y BIENESTAR

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

REGLA DE ORO

EL CLIENTE
SIEMPRE TIENE LA RAZÓN

MEJORAMOS LA EXPERIENCIA DE NUESTROS CLIENTES Y SOCIOS

GRI **102-43**

Contamos con dos herramientas digitales cuyo objetivo es monitorear la experiencia de compra a través de una encuesta de satisfacción: el Índice de Experiencia del Cliente y el Índice de Experiencia del Socio.



Estos índices nos ayudan a detectar nuestras fortalezas y oportunidades para desarrollar planes de acción para mejorar la experiencia de nuestros clientes

100%
de nuestras tiendas Bodega Aurrera, Walmart Supercenter y Sam´s Club cuentan con estos mecanismos de monitoreo

+ 21,300,000
encuestas aplicadas a nuestros clientes y socios de la región

GRI **102-43**

Resultados México

- Incrementamos 1.7% la tasa de recomendación de nuestros clientes a nivel general
- Incrementamos la tasa de satisfacción de nuestros clientes a nivel general

Autoservicio

- Incrementamos la tasa de recomendación de nuestros clientes 1.7% en Mi Bodega y 3.3% en Walmart Supercenter
- Incrementamos la tasa de satisfacción de nuestros clientes de Autoservicio
- Walmart Supercenter fue el formato mejor evaluado en satisfacción general de Autoservicio

Sam's Club

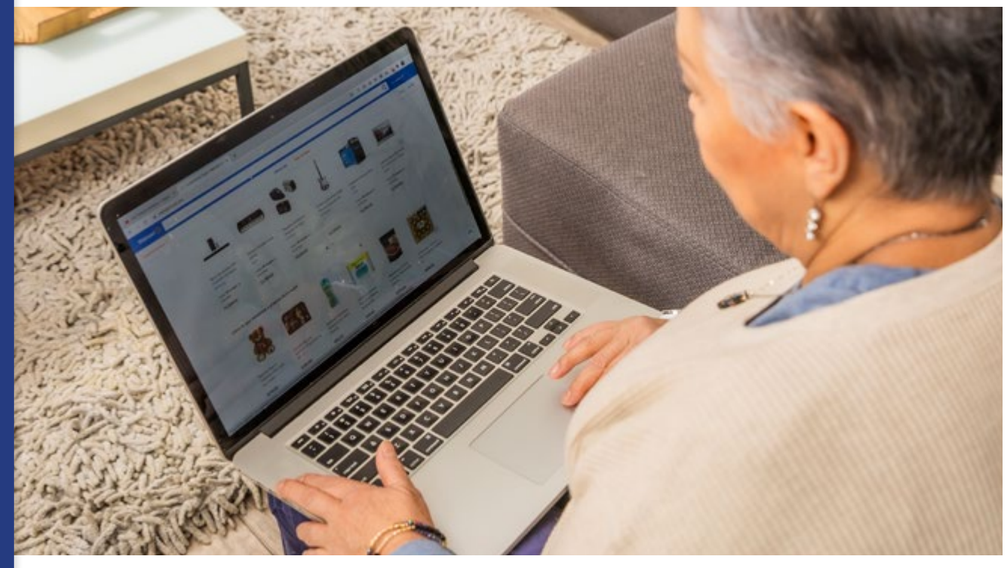
- Incrementamos 2.6% la tasa de recomendación de nuestros socios
- Incrementamos la tasa de satisfacción de nuestros socios
- Aumentamos 1.6% la intención de renovación de membresía de socios que compran en clubes y en línea
- El formato mejor evaluado en satisfacción general

eCommerce

- Incrementamos 3.4% la tasa de recomendación de nuestros socios y clientes
- Mantuvimos la tasa de satisfacción de nuestros socios y clientes
- El formato mejor evaluado en satisfacción general fue Bodega Aurrera

Centroamérica

- Incrementamos 8% la tasa de recomendación de nuestros clientes a nivel general
- Aumentamos 7.7% en la tasa de satisfacción general de nuestros clientes
- El formato mejor evaluado en satisfacción general fue Tiendas de Descuentos



NOS TRANSFORMAMOS PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES

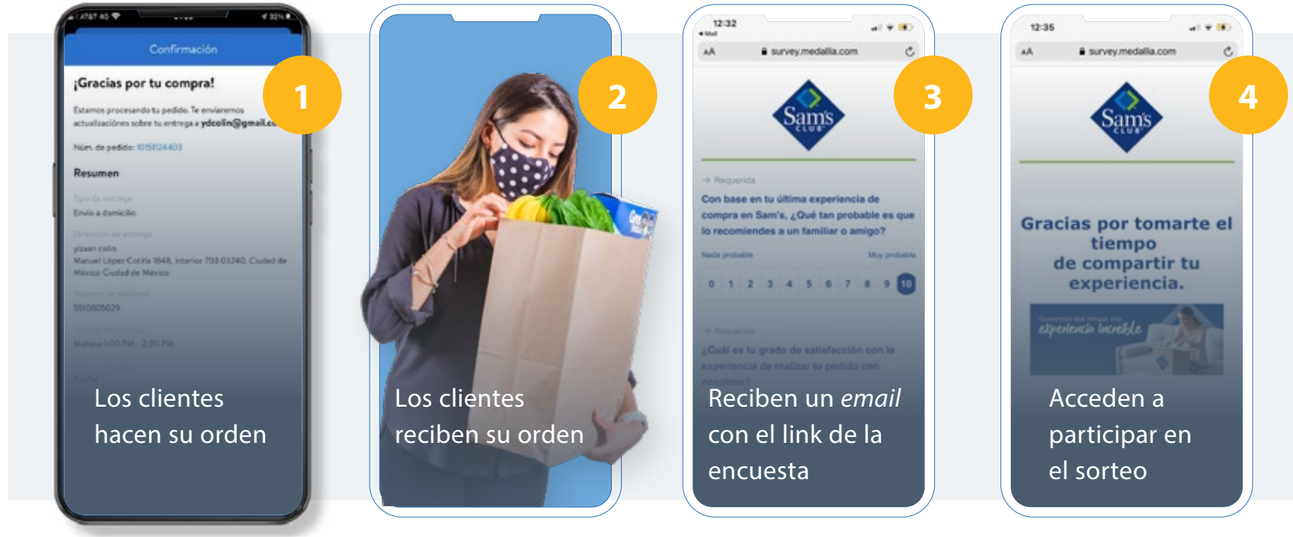
GRI **102-43**

Impulsados por la pandemia durante 2020, en México y Centroamérica hicimos un cambio metodológico para medir la satisfacción de nuestros clientes en nuestras tiendas y en *eCommerce*. Pasamos de tener tabletas en todos nuestros puntos de venta, en todos los países y formatos, a la metodología que tiene Walmart Internacional en la mayoría de los países donde opera.

Esta metodología contempla un cuestionario, el cual evalúa seis variables que explican la satisfacción: limpio, rápido, amigable, calidad, precio y surtido, así como NPS *(Net Promoter Score)* y Satisfacción. El cambio y lanzamiento de la nueva metodología ha sido paulatino.

CUSTOMER EXPERIENCE

ECOMMERCE



COMPRA EN TIENDA O CLUB



CANALES DE COMUNICACIÓN

GRI **102-43**

Contamos con un Centro de Contacto Corporativo en donde ponemos a disposición de nuestros clientes diferentes medios de comunicación.

Los medios de comunicación con los que contamos son:

- Redes sociales
- Teléfono
- Correo electrónico
- WhatsApp
- Chat en sitios corporativos

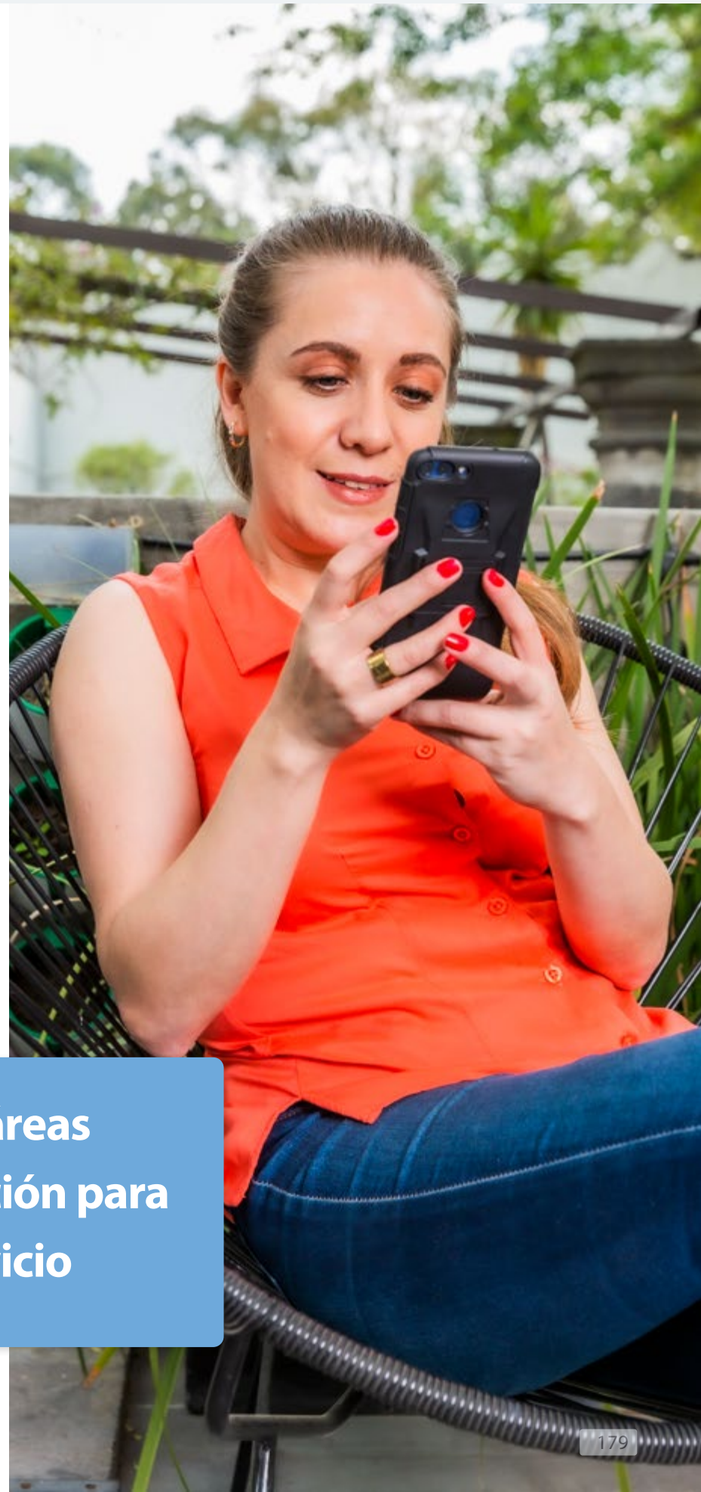
ENTENDIMIENTO DE NUESTROS CLIENTES Y SOCIOS

A raíz de la pandemia, desarrollamos ciertas herramientas que nos permitieron tener un conocimiento exhaustivo del comportamiento de nuestros clientes y socios, tales como el cambio en sus hábitos y la frecuencia de compra, con el fin de poder otorgarles un mejor servicio.

Asimismo, con la intención de realizar una planeación a mediano y largo plazo, desarrollamos un modelo predictivo que nos permitió proyectar posibles escenarios adversos y así enfocar nuestros esfuerzos, y campañas en beneficio de los clientes.

En 2020 escuchamos a más de 350 clientes y socios en vivo vía Zoom a través de más 120 sesiones o entrevistas a profundidad, transformando la manera tradicional de contacto a un formato digital más dinámico, con mayor alcance y donde cada vez más áreas del negocio estuvieron participando en tiempo real. Esto nos permitió entender mejor y aprender más de los clientes y socios.

De esta forma logramos detectar áreas de oportunidad en nuestra operación para continuar mejorando nuestro servicio



PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

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

A través de nuestro programa de Protección al Consumidor, implementamos diversos procesos que aseguran que este compromiso se cumpla. La compañía cuenta con procesos de revisión de material publicitario nuevo, con la finalidad de asegurar que sea veraz, claro, completo y que brinden los elementos necesarios para que el cliente tome la mejor decisión.

Anualmente llevamos a cabo un programa de comunicación y capacitación para los equipos de tiendas, clubes y staff, que elaboran información, publicidad y/o promociones, con el fin de asegurar que éstas sean claras, veraces y en apego a los requerimientos de la regulación aplicable.

Asimismo, tanto para el staff, como para la operación, reforzamos con comunicación y capacitación las reglas y las mejores prácticas, a fin de evitar sanciones de la autoridad y asegurar clientes satisfechos.

Este programa establece lineamientos particulares para categorías de productos que tienen reglas específicas, tales como bebidas alcohólicas y alimentos preenvasados. Asimismo, capacitamos a nuevos asociados y transferencias, sobre temas clave de protección al consumidor relevantes para sus actividades tales como precios, promociones, etiquetado y abasto.



Estamos comprometidos a 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



Contamos con procesos de calibración de básculas en todas nuestras unidades, así como con procedimientos para la devolución de productos, en cumplimento con la ley aplicable y con el fin de generar experiencias de compra satisfactorias.

Con nuestro programa para *eCommerce, Trust and Safety,* monitoreamos que la información de los productos sea correcta y que no se vendan productos prohibidos por la normatividad aplicable y/o políticas internas de la compañía, como productos ofensivos, discriminatorios o con lenguaje inapropiado.

Tenemos disponibles, tanto en tiendas como en nuestros sitios de *eCommerce*, diversos canales para brindar apoyo y asesoría al consumidor, ya sea para realizar pedidos, seguimiento de órdenes, así como para resolver quejas. Ponemos a disposición los números telefónicos a los cuales nuestros clientes pueden llamar en caso de cualquier queja o duda adicional así como otros mecanismos en redes sociales.

De esta forma, mantenemos la lealtad de nuestros clientes mediante el desarrollo y la implementación efectiva de políticas, programas y procesos en nuestra compañía

ETIQUETADO

GRI **416-2, 417-1, 417-2, 414: 103-1, 103-3 ,419: 103-1, 103-2, 103-3, 419-1**
SASB **FB-FR-270A.1**

Con base en nuestra Política de Etiquetado, revisamos las etiquetas y empaques de productos de Nuestras Marcas para garantizar que brinden información clara y correcta, de acuerdo con la legislación aplicable y que no induzca a error a los clientes.

En México, este año trabajamos con nuestros proveedores para implementar el nuevo sistema de etiquetado frontal de alimentos, en cumplimiento a las nuevas normas de etiquetado en el país y en apoyo a las iniciativas que benefician la salud de nuestros clientes.

Además, contamos con guías sobre el cumplimiento de las normas que regulan el etiquetado y capacitamos a nuestros asociados para que conozcan los requisitos normativos que deben cumplir.

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



Contamos con verificaciones que aseguran que el etiquetado de los productos está de acuerdo a la normativa vigente

GRI **417-3**

Etiquetado
México

1,319
etiquetas validadas

52
incidentes de etiquetado

41
con resultado en multa o sanción

41
procesos de la autoridad por incumplimiento

2,136
visitas de la autoridad sanitaria y de protección al consumidor

En México 100% de los productos de Nuestras Marcas son validados con despachos externos que nos extienden una validación o constancia de cumplimiento a las normas de etiquetado generales, así como normas específicas de cada producto.

Etiquetado
Centroamérica

Nos enfocamos en cinco categorías significativas por volumen y sensibilidad de los productos:

- Alimentos y bebidas nacionales
- Alimentos y bebidas importados
- Cosméticos
- Higiénicos
- Farmacéuticos

El 100% de nuestras categorías significativas de productos y servicios fueron cubiertas y evaluadas en relación con el cumplimiento del etiquetado

763
visitas regulatorias para revisar cumplimiento de normativa y requisitos de etiquetado

2
casos relativos a inconsistencias de etiquetado a los cuales se dio seguimiento correctivo

Mercadeo responsable
México

8
incidentes de mercadotecnia

8
con resultado en multa o sanción



Mercadeo responsable
Centroamérica

33
incidentes derivados de reclamos de clientes, relativos a incumplimiento en temas de publicidad, a los que se dio seguimiento correctivo

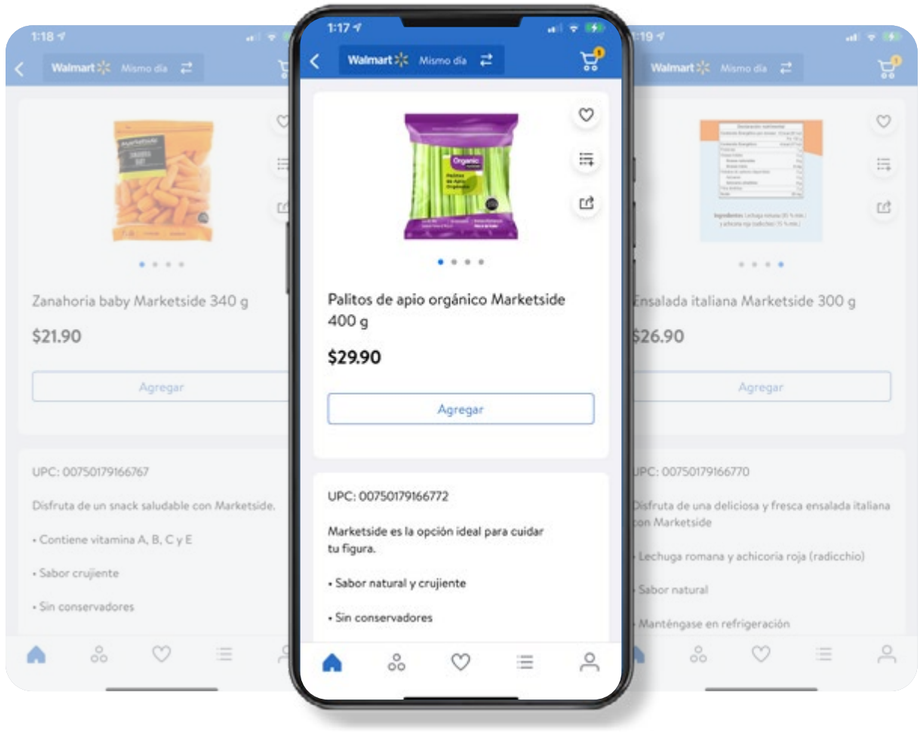
6
con resultado en multa o sanción

PROMOVEMOS UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

GRI **416: 103-1, 103-2, 103-3**
SASB **FB-FR-260A.2**

Nos interesa que nuestros clientes tengan cada vez más salud y bienestar. Los apoyamos a tener un estilo de vida saludable y hábitos que los ayudan a mantenerse más sanos a través de tres pilares:

- Ofrecer productos saludables
- Fomentar la actividad física
- Educar a nuestros clientes



Nuestra oferta de productos saludables y nutritivos sigue aumentando

- Libres de Gluten
- Sin Azúcar
- Orgánico
- Sin Grasas Trans
- Bajos en Sodio



OFRECEMOS PRODUCTOS SALUDABLES

A través de nuestro equipo especializado en comunicación de mercadotecnia responsable, trabajamos para asegurar 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.

4ª Carrera Superama



Carrera Corre Con Sentido



FOMENTAMOS LA ACTIVIDAD FÍSICA

Para nuestros clientes, quienes tienen un estilo de vida dinámico, saludable y familiar, en febrero de 2020, Superama organizó la carrera Corre Con Sentido de 5 y 10 kilómetros. Se trata de un evento con causa social, en el que el 100% de las inscripciones es donado a diferentes organizaciones de la sociedad civil. Este año el evento fue en beneficio de niños con parálisis cerebral, recaudándose más de un millón de pesos para el apoyo de 500 niños de la Asociación por Personas con Parálisis Cerebral (APAC).

EDUCAMOS 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 Guilherme Loureiro, Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart de México y Centroamérica, representa a la compañía en el capítulo latinoamericano.

Derivado de la importancia de esos temas para la región, nuestros esfuerzos se centran en el pilar salud y bienestar

EDUCAMOS A NUESTROS CLIENTES

MÉXICO PONTE BIEN

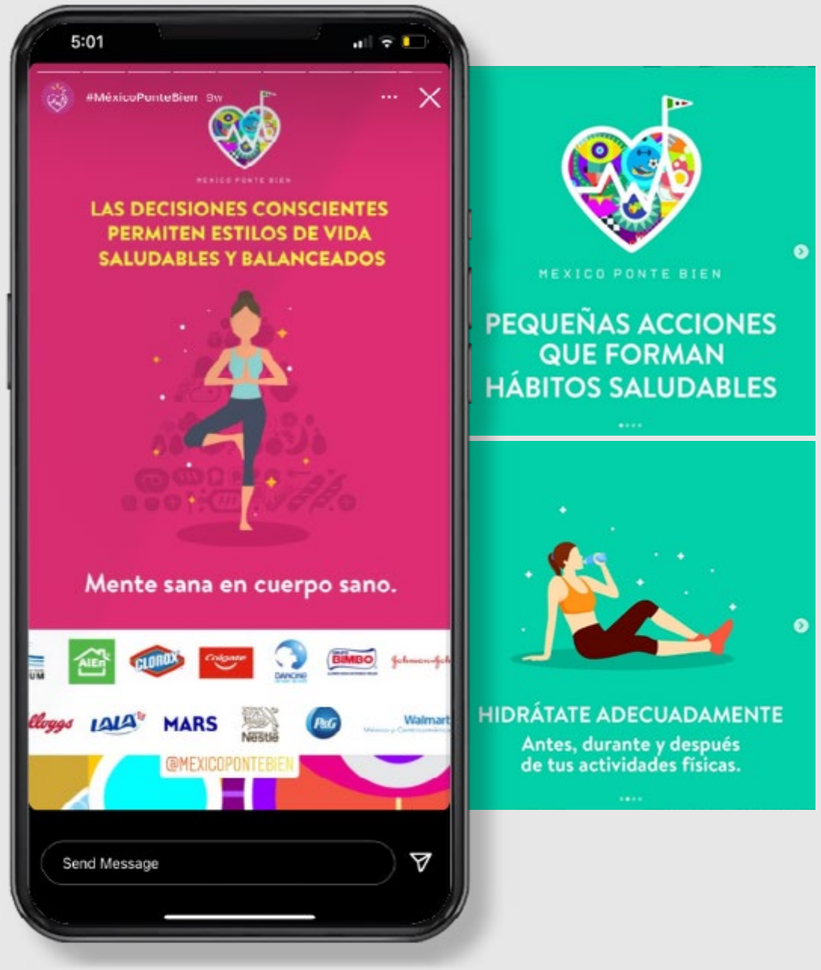
En 2019 nació México Ponte Bien, una iniciativa liderada por 12 compañías de consumo en conjunto con el Consumer Goods Forum con el objetivo de promover en nuestros clientes la importancia de tomar decisiones de compra conscientes que les permitan adoptar estilos de vida saludables.

En 2020, debido a la situación que vivimos y con el objetivo de seguir contribuyendo para mejorar la salud de la sociedad, México Ponte Bien se transformó en una plataforma digital mostrando información, herramientas y recursos que aporten en su vida diaria y la de sus familias.

MÉXICO PONTE BIEN

A través de la página web www.mexicopontebien.com, los consumidores encuentran contenidos mensuales de temas como educación nutricional, cuidado personal, cuidado del hogar y vida activa. Esto se acompaña por publicaciones en redes sociales propias de la iniciativa y de las compañías participantes.

Con proyectos colaborativos derivados de tres temas fundamentales, -vida activa, nutrición y hábitos saludables- buscamos contribuir para que las personas puedan mejorar su estilo de vida a través de la difusión de información relevante sobre la alimentación equilibrada, tamaño de porciones de alimentos adecuadas, la práctica de hábitos de cuidado personal, salud e higiene y la promoción de ideas para mantenerse activo en el día a día.



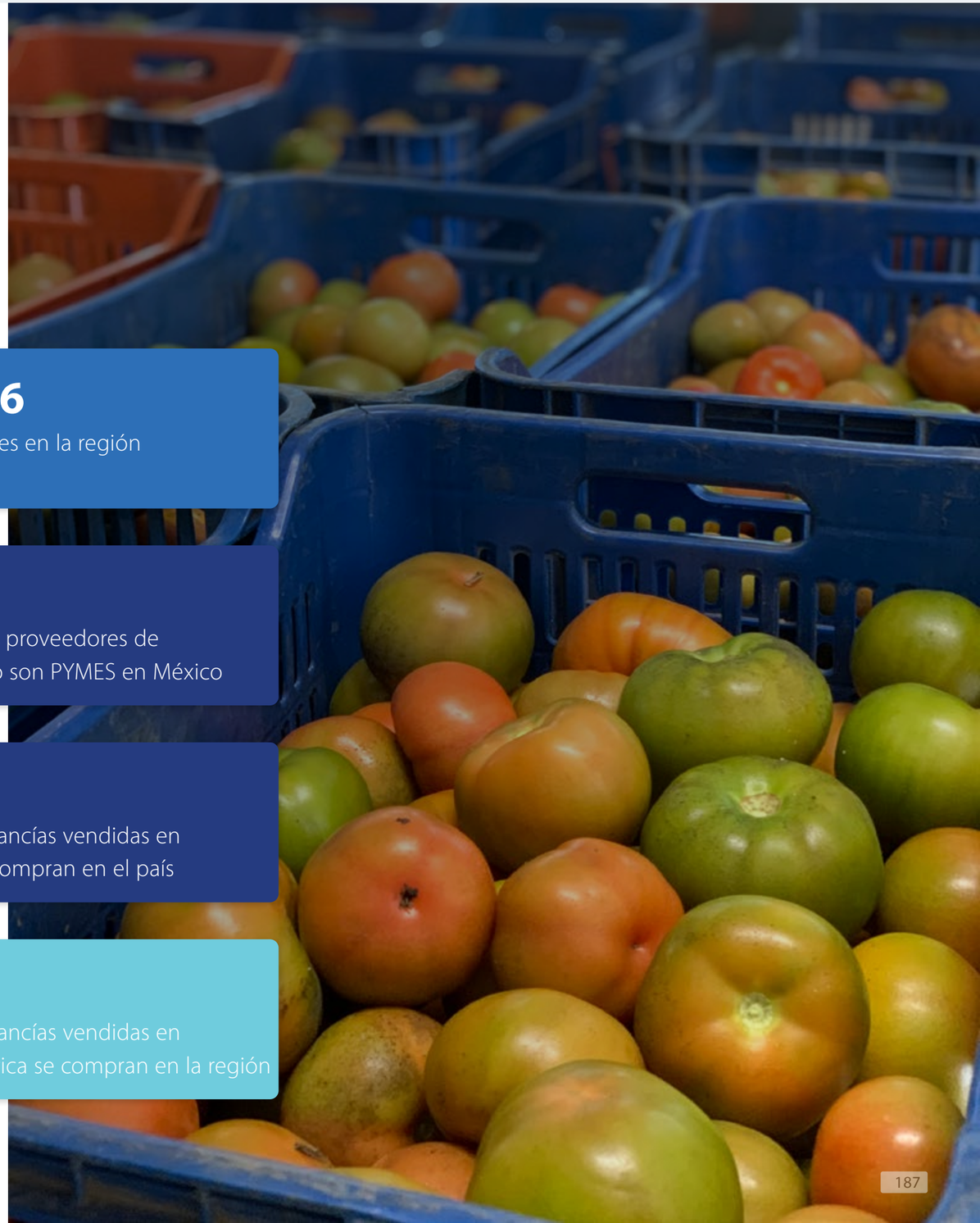
CADENA DE VALOR RESPONSABLE E INCLUSIVA

GRI **GRI 102-9, 204: 103-1, 103-2, 103-3, 204-1**
SASB **FB-FR-000.C, FB-FR-000.D**

En Walmart de México y Centroamérica tenemos el objetivo de promover una base de proveedores incluyente y generadora de oportunidades económicas para las personas y sus familias.

Colaboramos con los pequeños productores para mejorar su calidad de vida mediante mejores accesos al mercado, construcción de habilidades y capacitación en la visión comercial. De esta manera, promovemos la innovación productiva local y el crecimiento en la región.

Estamos convencidos de que nuestra cadena de abasto debe ser un reflejo de la diversidad de nuestros clientes y de las comunidades en donde vivimos y trabajamos





41,186
proveedores en la región

92%
de nuestros proveedores de autoservicio son PYMES en México

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

88%
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, 102-9**
SASB **FB-FR-000.C, FB-FR-000.D,FB-FR-430A.3, FB-FR-430A.4, FB-FR-430A.4, CG-MR-410A.3, CG-MR-410A.1, FB-FR-430A.1, CG-MR-410A.2**

Uno de los objetivos estratégicos de nuestras operaciones en la cadena de suministro es el abastecimiento responsable. Éste consiste en analizar lo que compramos más allá de los aspectos tradicionales de costo, calidad y tiempo de entrega, considerando la ética, los derechos laborales, así como cuestiones sociales y medioambientales, al momento de abastecer productos y servicios en todas las categorías de compra y regiones.

Promovemos la dignidad de todas las personas que forman parte de nuestras cadenas de suministro. Para lograrlo, en colaboración con industrias y organizaciones de todo el mundo, ayudamos a combatir el trabajo forzado y el trabajo infantil, eliminar las condiciones de trabajo inseguras y promover la dignidad de las mujeres.

Entre las acciones que realizamos está supervisar e investigar cualquier inconsistencia de la cadena de suministro, integrar prácticas de abastecimiento responsable en las decisiones de compra y participar en iniciativas para encontrar soluciones de raíz que puedan transformar cadenas de suministro completas.

Junto con nuestros proveedores, otras empresas, gobiernos y organizaciones sin fines de lucro, somos muchos los actores que estamos impulsando la responsabilidad en nuestra cadena de suministro, liderando así el camino para inspirar a otros a hacerlo también.

Dado el tamaño y la presencia de la compañía, tenemos la oportunidad de mejorar las condiciones de la cadena de suministro y lograr un cambio positivo a gran escala

INTEGRAMOS PRÁCTICAS DE ABASTECIMIENTO RESPONSABLE EN EL NEGOCIO

Capacitamos a más de 1,267 compradores y asociados del área en sus divisiones internacionales en prácticas de abastecimiento responsable por medio de herramientas digitales

Gracias a la integración de nuestros equipos de Habilitación de Negocios con nuestras oficinas del mercado minorista y centros de abastecimiento, podemos incorporar las prácticas de abastecimiento responsable en las estrategias, procesos, sistemas y decisiones de los equipos de compras. Este proceso comienza con la selección de proveedores y termina con 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 y reciben capacitación para comprender el impacto de sus decisiones en las condiciones de la cadena de suministro y la forma en la que pueden reforzar las prácticas positivas de trabajo en las instalaciones con los proveedores. Los asociados de nuevo ingreso también reciben capacitación y participan en talleres y sesiones educativas que incluyen temas tales como trabajo forzado, seguridad e higiene, así como capacitación específica para cada categoría.

Nuestros proveedores





+1,486
representantes de proveedores han completado cursos de capacitación

207
representantes de proveedores nuevos fueron capacitados

EMPODERAMOS A PROVEEDORES

Al ser nuestros proveedores los responsables de la fabricación de nuestros productos, les solicitamos que transmitan nuestras expectativas a lo largo de toda su propia cadena de suministro. Algunos de los mecanismos a través de los cuales apoyamos a los proveedores a promover la dignidad del trabajador son:

La Academia de Abastecimiento Responsable:

Proporciona a los proveedores acceso a recursos de capacitación y orientación sobre las mejores prácticas y materiales educativos desarrollados por terceros y por la compañía en varios idiomas.

Temas cubiertos:

- Guías de Auditoría
- Guía de Cumplimiento Global
- Trabajo forzado
- Seguridad e higiene
- Controles de la cadena de suministro

Tenemos previsto seguir añadiendo recursos a la Academia, tanto para los compradores como para los proveedores.

Sesiones de capacitación y sesiones especiales:

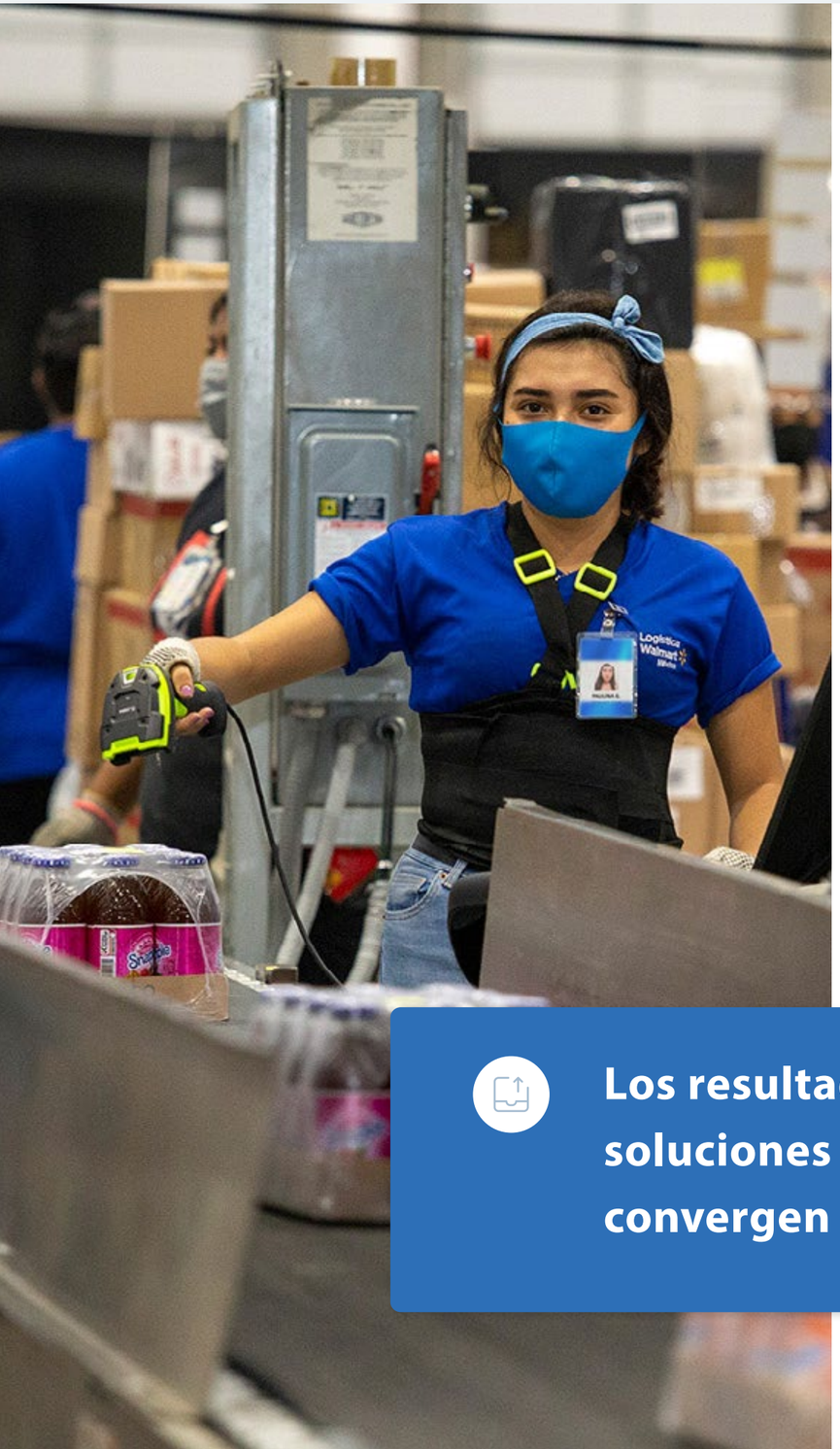
Los asociados de Abastecimiento Responsable imparten estas sesiones para los proveedores de nuevo ingreso de todo el mundo.

De igual manera, nuestros compradores de nuevo ingreso aprenden sobre el Programa de cumplimiento de abastecimiento responsable, sus políticas y alcance.

Capacitaciones de actualización:

Durante el año, nuestros proveedores reciben una capacitación de actualización o una capacitación especializada en caso de que se identifiquen riesgos específicos que necesiten ser mitigados.

Los proveedores también reciben comunicaciones periódicas que explican diferentes detalles de la política y el programa.



EVALUACIÓN DEL RIESGO DE LA CADENA DE SUMINISTRO

GRI **102-11**

Cada año, el área de Abastecimiento Responsable realiza una evaluación de riesgos que nos permite comprender mejor los riesgos de cumplimiento social en la cadena de suministro.

Entre los criterios que son considerados en la evaluación de riesgo están:

- Las áreas de la cadena de suministro más proclives y con mayor impacto en riesgos clave
- 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, considerando el impacto en las personas como el de 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 ONGs para comprender mejor los lugares y las cadenas de suministro en los que los problemas son particularmente graves

El resultado final de la evaluación varía de acuerdo con las cadenas de suministro de ciertos 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 medidas de mitigación de riesgos. Estas últimas pueden incluir cambios de políticas o procedimientos, al influenciar nuestros programas de auditoría aprobados al cambiar nuestro proceso de monitoreo y escalamiento de la cadena de suministro o al implementar nuevas iniciativas.

Los resultados nos ayudan a diseñar soluciones en países e industrias donde convergen el riesgo y la oportunidad

GOBIERNO Y POLÍTICAS

Todos los proveedores están sujetos a las Normas para Proveedores de Walmart. Dentro de los requisitos tanto para nuestros proveedores como para aquellos que les suministran se encuentran:

- **Cumplir con la ley**
- **Ser transparentes**
- **No tener trabajo forzoso o trabajo infantil**
- **Mantener un proceso justo para tomar decisiones de empleo**
- **Cumplir con todas las leyes y acuerdos aplicables con respecto a compensación y horas de trabajo**
- **Reconocer la libertad de asociación y negociación colectiva**
- **Proporcionar un ambiente de trabajo seguro**

Los proveedores son responsables del cumplimiento de estas normas en todas sus operaciones y en toda la cadena de suministro del producto, las cuales se incluyen en los contratos con los proveedores y se encuentran publicadas en siete idiomas.



ENFOQUE DE AUDITORÍA BASADO EN EL RIESGO

GRI **102-15, 102-11**

Nos esforzamos por mejorar continuamente nuestro programa de auditoría, para poder asignar mejor nuestros recursos a las instalaciones de mayor riesgo y ayudar a aumentar el cumplimiento general.

Nuestro enfoque para auditar las instalaciones de los proveedores está basado en riesgos. Asignamos más recursos a aquellas 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 nosotros.

Actualmente contamos con 6,088 proveedores con contratos activos e instalaciones asociadas para los mercados de México y Centroamérica. De acuerdo con el Sistema de Auditoría de Fábricas, hay 1,696 instalaciones activas únicas en México y Centroamérica que abastecen a varios mercados minoristas de Walmart, incluidos los mercados minoristas de México y Centroamérica.

A través de los programas para el beneficio de la industria más amplia y la cadena de suministro global, nuestro equipo del programa de auditoría colabora con nuestros proveedores aprobados para hacer mejoras y compartir las mejores prácticas.

Las auditorías se centran en una variedad de cuestiones, como:



EVALUACIONES DE LA AUDITORÍA

Evaluamos cada reporte de auditoría de las instalaciones con relación a nuestras Normas para Proveedores. Identificamos los problemas de mayor riesgo, entre ellos: trabajo forzado, tráfico de personas, trabajo infantil y 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

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

Verdes

Representan instalaciones para las cuales encontramos un cumplimiento general

Amarilla

Identifica 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

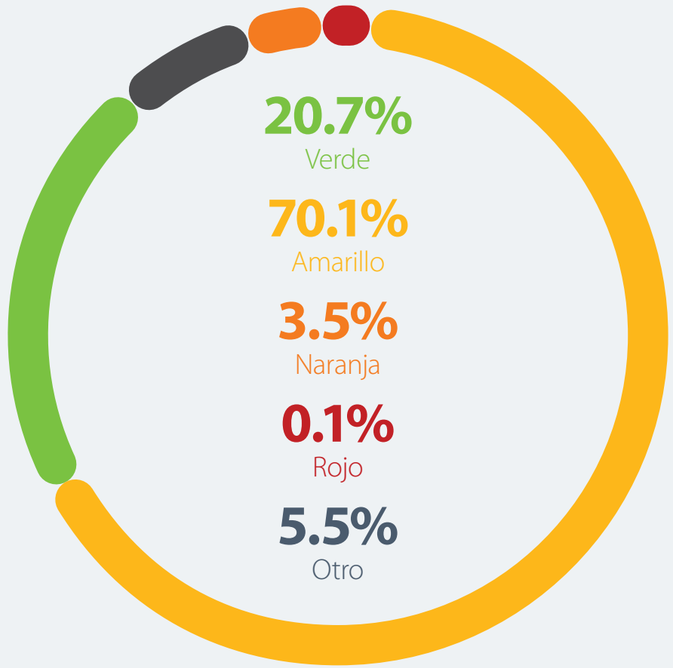
En 2020, de acuerdo con el Sistema de Auditoría de Fábricas, se realizaron 6,640 auditorías en instalaciones afiliadas a los mercados minoristas de México o Centroamérica

Podemos continuar abasteciéndonos de instalaciones con clasificación naranja siempre y cuando trabajen 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.

En 2020, 191 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.

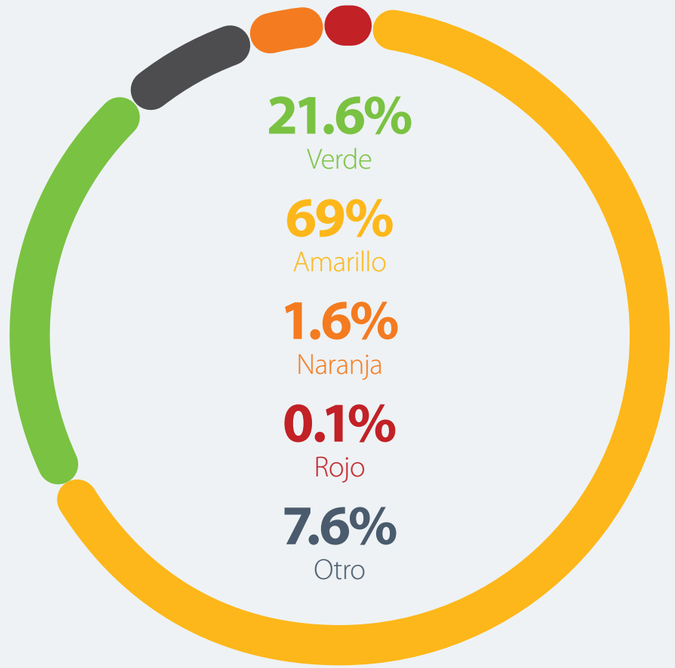
- Se encuentran hallazgos menores
- No han cumplido con cuando menos un requerimiento importante
- Se seguirá permitiendo comprar mientras se arreglan tales violaciones*
- Se puede detener temporal o permanentemente la producción de artículos para ser vendidos por Walmart**
- Otros

Resultado de auditorías
México



3,568
auditorías

Resultado de auditorías
Centroamérica



3,072
auditorías

* 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

Contamos con diversos mecanismos para plantear preocupaciones sobre violaciones de nuestras normas y para buscar remediación, siendo nuestra Línea Ética el mecanismo principal.

Utilizamos carteles como herramienta para informar a los trabajadores de la cadena de suministro sobre nuestras expectativas y la disponibilidad de canales de denuncia. Estos carteles, disponibles en 24 idiomas, se centran en los temas de mayor riesgo para los trabajadores, entre ellos, trabajo forzado, tráfico de personas, condiciones de trabajo inseguras, horas de trabajo, salarios, e intimidación y discriminación. Asimismo, incluyen los canales para informar directamente a Walmart sobre temas preocupantes. Los canales también están disponibles en nuestro sitio web corporativo.

Cada alegato 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

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 fabrican productos para la compañía.

Vigilamos las instalaciones de los proveedores mediante auditorías e investigamos supuestas violaciones de nuestras Normas para Proveedores, bajo nuestro enfoque basado en los riesgos. Esto implica que los proveedores con instalaciones de mayor riesgo, situadas en países con mayores riesgos potenciales y que suministran mercancía importada directa a Walmart, presenten auditorías 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 calendarizarla y enviar el informe completo a la compañía.

Por nuestra parte, evaluamos los hallazgos en cada informe de auditoría de instalaciones presentado.

Los incumplimientos y la falta de remediación pueden tener consecuencias, incluyendo el cierre de la relación comercial del proveedor con Walmart y/o la capacidad de una planta de producir bienes para su venta en la compañía.



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

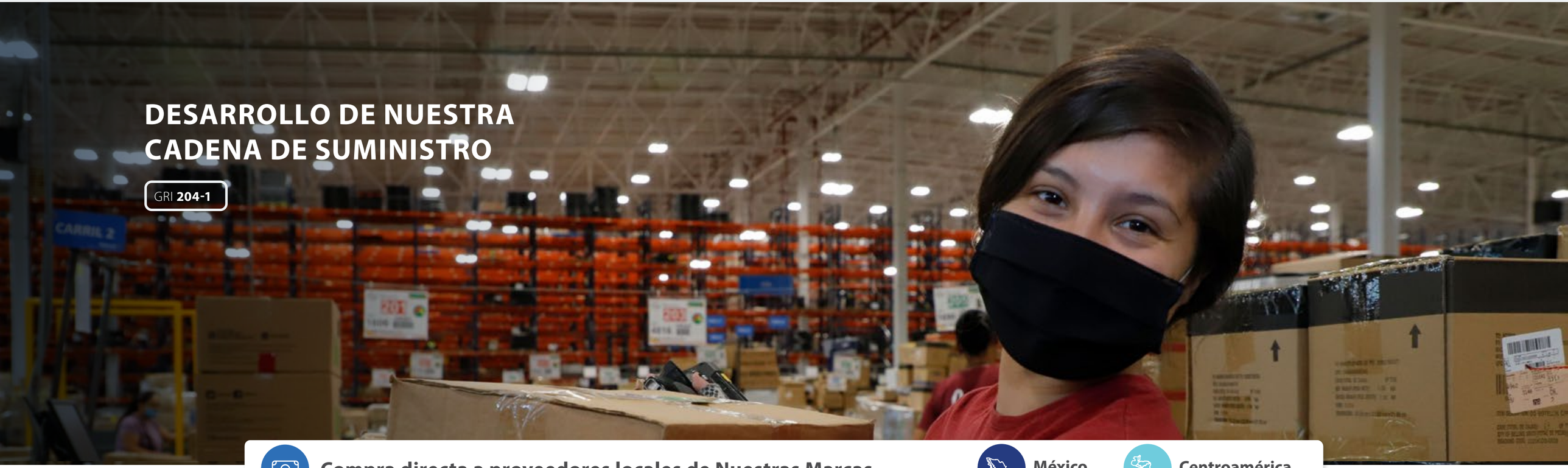
GRI **102-9**

Nuestro poder de compra se ha convertido en una herramienta de desarrollo en dos sentidos:

- Para desarrollar a diversos proveedores
- Para apoyar a los pequeños productores en condiciones vulnerables

Como está establecido en nuestra Declaración de inclusión de proveedores, firmada por el CEO de Walmart Inc., Doug McMillon, creemos que una cadena de suministro diversa nos permite ofrecer productos de mejor calidad y variedad a las comunidades a las que servimos.

Para nuestros proveedores, trabajar con Walmart significa el acceso a los más de 2 mil millones millones de clientes que compran en nuestras tiendas, clubes y sitios de *eCommerce* todos los días



DESARROLLO DE NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

GRI **204-1**

Compra directa a proveedores locales de Nuestras Marcas

México

73%

De los proveedores de autoservicio son nacionales

90%

De las ventas es de proveedores nacionales

Centroamérica

53%

De los proveedores de autoservicio son nacionales

70%

De las ventas es de proveedores nacionales

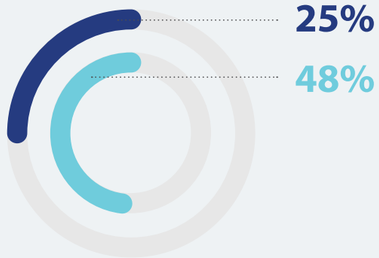
COMPRA DIRECTA A PROVEEDORES LOCALES DE PERECEDEROS

PESCADOS Y MARISCOS

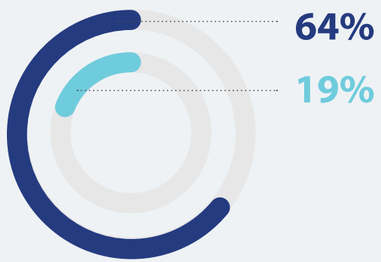
México

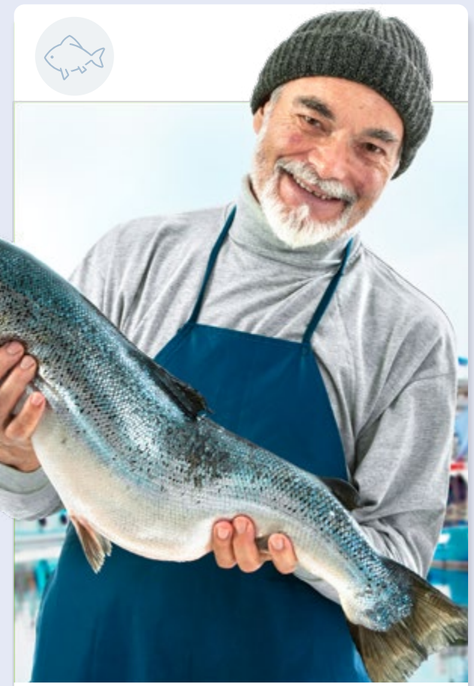
Centroamérica

Compra de producto nacional/regional



Compra directa al productor

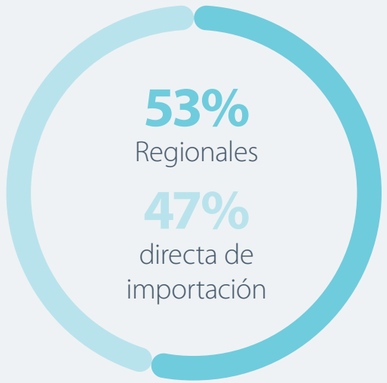




Compra a proveedores









COMPRA DIRECTA A PROVEEDORES LOCALES DE PERECEDEROS

FRUTAS Y VERDURAS



México

Centroamérica

Compra de producto nacional/regional

79.9%

65.8%

Compra directa al productor

48.9%

46.7%

Compra a proveedores

79.9%
nacionales

20%
directa de importación



77%
regionales

23%
directa de importación



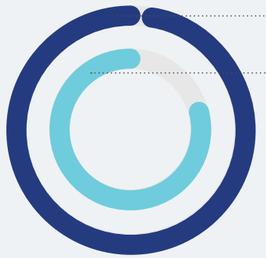
COMPRA DIRECTA A PROVEEDORES LOCALES DE PERECEDEROS

CARNES

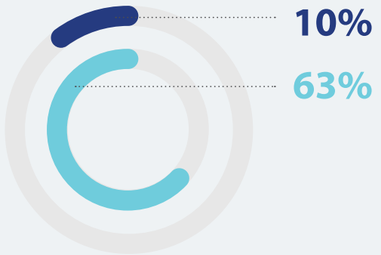
México

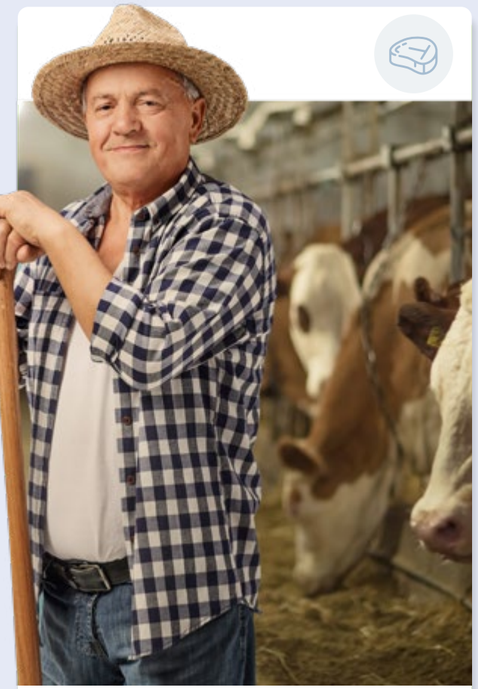
Centroamérica

Compra de producto nacional/regional



Compra directa al productor





Compra a proveedores











ADOPTA UNA PYME

Nuestro programa Adopta una PYME tiene como objetivo contribuir a que pequeños y medianos empresarios incrementen sus ventas y desarrollen sus capacidades operativas, financieras y logísticas.

Algunos de los beneficios que tienen los proveedores por ser parte de este programa son:

- Acceso a promotorías compartidas
- Cursos de capacitación sobre autoservicio
- Posicionamiento de sus productos en medios de comunicación

Esto les ayudan a tener una visión más amplia del negocio para mejorar su desempeño y así fortalecer su estrategia comercial.

- En México apoyamos a 25 proveedores quienes ofrecieron sus productos en Bodega Aurrera, Superama y Walmart a nivel nacional
- Estos proveedores se sumaron a los casi 300 que han sido impulsados en las cinco generaciones anteriores y quienes tuvieron un incremento en ventas superior al 30%
- Contamos con la participación de asociados quienes han ayudado a que las empresas puedan enfocar sus esfuerzos en el conocimiento del menudeo

Seguir impulsando este programa nos permite crecer a la par de nuestros proveedores, para contribuir juntos al desarrollo del país, en beneficio de las familias mexicanas



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.

Algunos de los beneficios de participar en este programa son:

- Tarifas preferenciales en pronto pago
- Condiciones logísticas
- Participación en eventos como ExpoWalmart
- Capacitación, promotoría y acompañamiento para el monitoreo y seguimiento de su negocio con atención personalizada

Algunos ejemplos de capacitación son los cursos en línea sobre propuesta de valor e innovación, análisis de mercado, comercialización, servicio al cliente, entre otros.

En la actualidad, el programa cuenta con 467 PYMEs de las cuales el 36% son lideradas por mujeres



TIERRA FÉRTIL

Este programa tiene como fin transformar a los pequeños y medianos agricultores en agroempresarios. Les aseguramos el acceso al mercado formal a través de compra directa, capacitación y pago seguro; les facilitamos el acceso a tecnología, a las mejores prácticas agrícolas, y garantizamos la inocuidad y la seguridad alimentaria de sus productos.

Las tres líneas de trabajo principales de este programa son:

- Compra directa al productor: le permite al productor ser una parte activa de la cadena de valor, con precios competitivos y reducción de intermediarios, asegurando el pago oportuno y mayores ingresos a los proveedores
- Capacitación y asistencia técnica: con el apoyo de asociados expertos de Walmart y de asesores externos, les brindamos capacitación y / o asistencia técnica a nuestros proveedores en diferentes áreas de conocimiento: calidad de semillas, rotación de cultivos, manejo post-cosecha, uso responsable de los recursos hídricos, Buenas prácticas de Manufactura (GMP), habilidades básicas de administración de agronegocios y asistencia financiera. Además, realizamos capacitación continua y frecuente a los productores en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA, en inglés GAP)
- Facilitar el acceso a la tecnología y el conocimiento: Se gestiona a través de ONGs con la donación directa de bienes o mediante la implementación de proyectos para facilitar herramientas, equipos, nuevas tecnologías agrícolas y recursos de inversión directa



Hemos incrementado el apoyo a nuestros proveedores gracias a la contratación de ingenieros y especialistas agrónomos que trabajan como asesores técnicos *in house*



Ellos 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.

- Durante 2020 capacitamos a más 1,895 personas, de las cuales 20% fueron mujeres, en técnicas para 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 651 pequeños y medianos productores agropecuarios, beneficiando a 9,930 familias centroamericanas. 91 de estos productores son mujeres, las cuales representan el 14% de nuestros proveedores de frutas, hierbas y vegetales
- El total de nuestras compras a estos productores fue de 1,475 millones de pesos y representaron el 55% de las frutas, vegetales y granos vendidos por nuestras tiendas en Centroamérica
- Durante 2020, trabajamos en la formación de nuestros productores agrícolas con 121 capacitaciones técnicas y contribuimos a formar las capacidades empresariales de 60 agricultores, en alianza con el Tecnológico de Costa Rica



PEQUEÑO PRODUCTOR

GRI **413-1**

A través de Fundación Walmart de México, desde 2004 apoyamos el desarrollo del campo mexicano. Otorgamos donativos monetarios para proyectos productivos en comunidades en pobreza y para el programa de desarrollo intensivo para productores agrícolas y de manufactura.

Este programa se enfoca en lo siguiente:

- Mejorar las condiciones de trabajo de los productores
- Capacitarlos en diferentes áreas del proceso productivo agrícola, logístico y empresarial
- La comercialización de sus productos en nuestras tiendas en condiciones preferenciales

A través de alianzas con otras organizaciones, brindamos capacitación, financiamiento y acceso al mercado comercial. Esto les permite desarrollar sus productos y fortalecer sus habilidades comerciales, empresariales y prácticas agrícolas, cuidando siempre el medio ambiente para comercializar sus artículos en nuestras tiendas o en cualquier otro autoservicio e incluso exportarlos.

Dentro de 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.

Gracias a este programa contribuimos a una mayor productividad, incremento de los ingresos y derrama económica, a generar empleos y a crear nuevos negocios con un enfoque especial en la inclusión de jóvenes y mujeres.

418
millones de pesos de compras a pequeños productores

1,604
empleos generados

3,568
productores beneficiados

87%
de incremento en el ingreso

CASO DE ÉXITO

Chincultik

Unión Campesina Chincultik se encuentra en el municipio de Frontera Comalapa, en la localidad San Gregorio Chamic en Chiapas.

Esta agroempresa nace de 500 limoneros que se capacitaron gracias al programa de Pequeño Productor entre 2017 y 2018. 85 productores iniciaron ventas de limón al mercado formal en 2018, logrando facturar 3.7 millones de pesos.

Durante el año 2019 los pequeños productores participantes del programa consolidaron su operación incrementando sus ventas en un 54% por 5.7 millones de pesos. Los productores, ganaron confianza en la zona de intervención y decidieron invertir en una antena y 20 radios, pues dada la lejanía de su zona, comunicarse con medios tradicionales de telecomunicación era imposible.

Durante 2020 cerraron ventas por 12.4 millones de pesos, los cuales representan un crecimiento del 117% en comparación al 2019 y generaron 595 empleos directos. Gracias a la generación de utilidades, los productores adquirieron un equipo de cómputo propio, además de un terreno con una galera donde hoy en día están arrancando la nueva temporada 2021.

Etiquetado



117%
de incremento en ventas

Limoneros



Selección



CONSTRUYENDO COMUNIDADES FUERTES

GRI **102-12, 411:103-1, 103-2, 103-3, 411-1, 413: 103-1, 103-2, 103-3, 413-1, 201-1**

En estos tiempos de contingencia, en Walmart de México y Centroamérica mantenemos nuestro compromiso de apoyar a la sociedad, contribuyendo a mejorar el desarrollo de las comunidades en donde operamos y que más nos necesitan.

En 2020, destinamos más de 1,770 millones de pesos a proyectos que crean oportunidades, mejoran la sostenibilidad y fortalecen a las comunidades, mediante una combinación de ayuda en especie y en efectivo.

En colaboración con nuestros aliados y grupos de interés, trabajamos para transformar sistemas mediante la creación de proyectos que generen oportunidades económicas para las personas y sus familias.

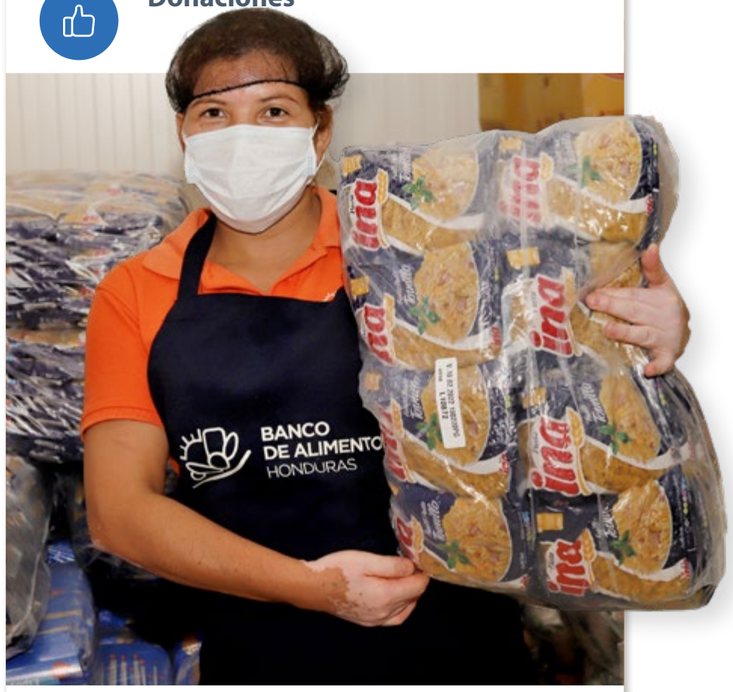


2,738,835
beneficiarios impactados

1,770
millones de pesos canalizados a través de los programas de impacto social

154
ONGs que trabajan en alianza con la compañía para maximizar el impacto y alcance de nuestros programas sociales

Donaciones



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. Esto nos permite generar alianzas con nuestros proveedores para aumentar la capacidad e impacto de nuestros programas sociales.

Debido a la pandemia, en 2020 no lanzamos la convocatoria para proyectos monetarios ya que los recursos fueron destinados a la atención de la contingencia sanitaria.

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

La estrategia de acción social se vincula al negocio principal de la empresa y a su mayor potencial para generar valor





SEGURIDAD ALIMENTARIA

2 HAMBRE CERO

La pandemia deterioró aún más la situación de poblaciones con inseguridad alimentaria, 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.

Más de 34,400 toneladas de alimento donado a 102 bancos de alimentos que benefician a más de 2 millones de personas de la región

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 ONGs 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 depende de una infraestructura sólida. Es por ello, que destinamos fondos para compra de equipo y transporte, además de brindar la experiencia y conocimientos de nuestros asociados que ayudan a las diferentes ONGs y bancos de alimentos 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.

En Centroamérica, somos socios fundadores y los principales donadores de los bancos de alimentos de 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 donativos, así como visitas y actividades a favor de estos.

- En 2020 nuestras tiendas, plantas y centros de distribución donaron más de 4,650 toneladas de alimentos a los programas de bancos de alimentos ubicados en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica, con más de 535,300 de personas beneficiadas

En colaboración con 36 proveedores de toda la región, entregamos un donativo en especie de casi 67 toneladas en productos como alimentos, cuidado personal, higiene y bioseguridad, beneficiando a más de 225,860 centroamericanos

FONDO DESPENSA MX

En México, nos sumamos como aliados operadores a la iniciativa Fondo Despensa Mx, impulsada por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), y dirigida al apoyo alimenticio de familias que perdieron o disminuyeron sus ingresos a causa de la pandemia, logrando recaudar 26.3 millones de pesos, entre aportaciones de aliados y clientes.

Asimismo, y como parte de esta iniciativa, durante los meses de noviembre y diciembre llevamos a cabo la campaña Haz Magia, dirigida, en esta ocasión, al combate del hambre. A través de esta campaña, logramos recaudar de nuestros clientes la cantidad de 220,713 pesos, mismos que fueron entregados a CEMEFI. La forma de participar fue muy sencilla, ya que nuestros clientes tuvieron la oportunidad de donar desde 5 pesos en línea de cajas en cualquiera de nuestras tiendas y clubes, o bien, realizar aportaciones a partir de 100 a través de la plataforma en línea.



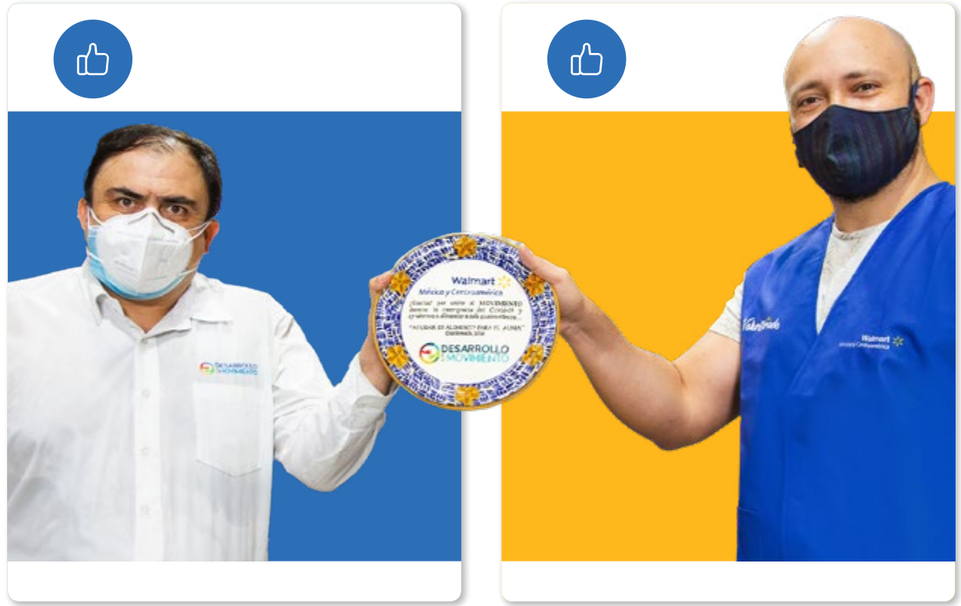
RESPUESTA A DESASTRES

Gracias a nuestro Centro de Continuidad de Operaciones (CCO) y a nuestras prácticas de planeación y operación podemos identificar, evaluar, clasificar y responder de manera oportuna a desastres naturales y eventos de seguridad que afectan nuestras operaciones, asociados y/o a las comunidades a las que servimos.

El CCO, que opera 24 horas al día los siete días de la semana, identifica los riesgos emergentes, ayuda a instalaciones y asociados a prepararse para desastres, monitorea el desarrollo de crisis y sirve como punto de clasificación para emergencias en nuestras tiendas u oficinas. Este centro activa equipos multifuncionales en toda nuestra empresa para prepararse y responder a los desastres de manera rápida y eficaz. El equipo principal incluye expertos en manejo de emergencias que capacitan regularmente a nuestros asociados.

En caso de desastres, utilizamos una serie de recursos internos, entre ellos: 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 organizaciones sin fines de lucro y de voluntarios de todo el mundo, determinamos estrategias de apoyo para las comunidades locales ante un desastre.

Asimismo, gracias a nuestra infraestructura, a la capacidad de la Cruz Roja Mexicana y al fondo revolvente de ayuda humanitaria que tenemos en marcha, logramos brindar apoyo a diferentes comunidades damnificadas en México. Durante las primeras 24 horas después de haber ocurrido un desastre natural, donamos alimentos, artículos de limpieza e higiene personal.



934 toneladas de ayuda canalizadas para apoyo a 618,263 damnificados

En Centroamérica nos enfrentamos a dos desastres naturales: el primero, la tormenta tropical Amanda, que afectó principalmente a El Salvador, y el segundo los huracanes Eta e Iota, que afectaron fuertemente a Nicaragua, Honduras y Guatemala, dejando a cientos de personas damnificadas.

A través de Walmart Centroamérica, realizamos donaciones en especie por un total de 10.6 millones de pesos, beneficiando a más de 231,000 personas con alimentos, equipos de higiene, cuidado personal, de bebé, entre otros productos de primera necesidad.

De igual forma, a través de nuestro programa Manos Amigas logramos recaudar más de 22 mil kilogramos de alimentos no perecederos y otros productos de primera necesidad, en beneficio de las personas damnificadas.



Pusimos a disposición nuestra capacidad logística y acercamiento a la proveeduría de la empresa, así como donaciones monetarias para apoyar en los siguientes desastres:

Tamaulipas: Huracán Hanna
3,375 beneficiarios promedio
8.2 toneladas

Tabasco y Chiapas: Huracán Eta
2,800 beneficiarios promedio
59.4 toneladas

Jalisco y Colima:
Tormenta Tropical Hernán
15,625 beneficiarios promedio
27.5 toneladas

Tabasco, Campeche y Yucatán:
Tormenta Tropical Cristóbal
6,000 beneficiarios promedio
16 toneladas

Oaxaca: Terremoto
2,000 beneficiarios promedio
5.5 toneladas

Centroamérica: Tormenta tropical Amanda y huracanes Eta e Iota
231,000 beneficiarios promedio
533 toneladas



7,055
participaciones de voluntarios en México

2,361
participaciones voluntarias de asociados

4,694
participaciones voluntarias de clientes y familiares

35
actividades de voluntariado

VOLUNTARIADO

Desde 2003, llevamos realizando nuestro programa de voluntariado y hemos sido testigos del impacto que tiene en la vida de las personas. Este programa representa una gran oportunidad para que nuestros asociados participen 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.

En México, tuvimos la oportunidad de realizar actividades de voluntariado solamente durante los meses de enero y febrero, ya que, a raíz de la pandemia, a partir del mes de marzo toda actividad quedó suspendida.

Lo anterior se realizó acatando las normativas establecidas por cada uno de los países, así como en apego a nuestras medidas internas en protección a los asociados.

No obstante, el apoyo a las comunidades donde opera la compañía nunca dejó de ser una prioridad, realizamos la donación de ventiladores a la Cruz Roja Mexicana para el traslado en ambulancia de pacientes graves de COVID-19, brindamos apoyo local a través de nuestras tiendas entregando más de 9 toneladas de alimentos y artículos de higiene y limpieza, y apoyamos a 23 mil adultos mayores empacadores voluntarios, entregando casa por casa más de 250 toneladas de alimento.

De esta forma, a través de estas acciones y nuestro involucramiento en distintas causas solidarias, nos mantenemos como un aliado en el desarrollo social de la región



EL DEBER:

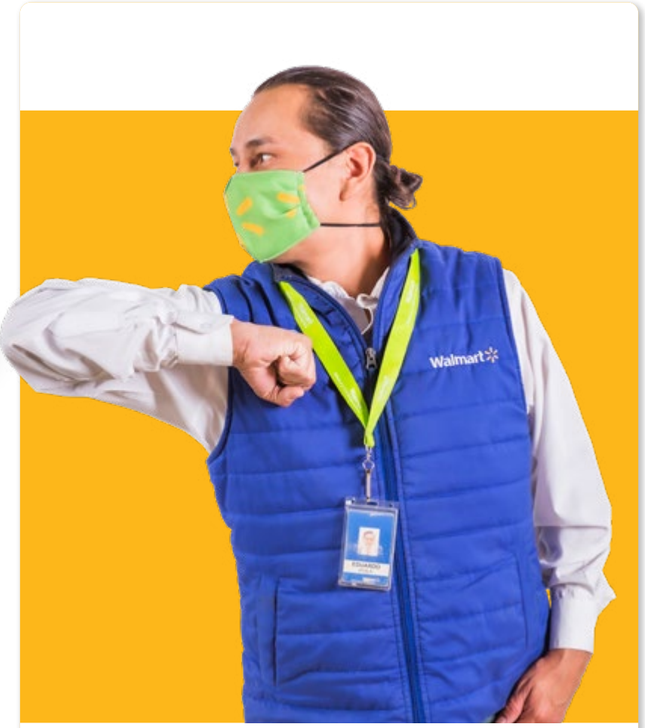
hacer lo correcto

EN TODAS NUESTRAS ACCIONES ESTA SIEMPRE NUESTRO COMPROMISO CON LA HONESTIDAD, ÉTICA Y TRANSPARENCIA

GRI-**102-17**

GRI **GRI 419: 103-1,103-2,103-3, 419-1**
SASB **FB-FR-310A.4, CG-MR-310A.3, CG-MR-330A.2, FB-FR-310A.3**





ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

Los retos a los que nos enfrentamos en 2020 nos hicieron poner, más que nunca, nuestro foco de atención en el cuidado de nuestros clientes y asociados. Transformamos el programa de Ética y Cumplimiento para asegurar que nuestras unidades fueran espacios seguros y cumplieran con todos los lineamientos necesarios para seguir operando.

Gracias al trabajo y esfuerzo de cada uno de los asociados logramos importantes avances para ser más eficientes en nuestros procesos y cuidarnos unos a otros:

En México y Centroamérica creamos más de 220 protocolos de seguridad COVID-19 de clientes y asociados por la pandemia en un lapso de cuatro meses

En Mexico, capacitamos a 141,500 asociados en 3 meses, disminuimos de tres meses a una semana la solución de denuncias éticas relacionadas con COVID-19, y migramos nuestro monitoreo de cumplimiento – incluyendo controles COVID-19- de forma presencial a virtual, logrando visitar en promedio 60 tiendas por día en todo el país

En Centroamérica se enviaron más de 390 comunicaciones corporativas relacionadas con los cuidados por la pandemia



En paralelo, continuamos trabajando para garantizar que actuar de la manera correcta sea parte de la cultura de la empresa, implementando de manera eficaz simple y ágil nuestros procesos, y apalancándonos del uso de la tecnología más innovadora. De esta manera, nos adaptamos a las circunstancias para cumplir con los objetivos planteados inicialmente en nuestro Programa de Ética y Cumplimiento, diseñado para prevenir, detectar y responder ante cualquier incumplimiento de las leyes aplicables, las políticas y los procedimientos internos. Asimismo, 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 grupos de interés.

Nuestro Programa de Ética y Cumplimiento está conformado por seis componentes básicos, los cuales nos permite mantenerlo ágil y actualizado conforme evoluciona nuestro negocio y el ambiente externo.

Los componentes básicos de nuestro Programa de Cumplimiento son:

1 Liderazgo
Evaluamos si contamos con los líderes adecuados para cada aspectodel programa

2 Evaluación de riesgos
Esos líderes llevan a cabo una evaluación de los riesgos de la empresa y medidas para manejarlos



3 Normas y controles
Los resultados de esa evaluación informan del desarrollo continuo de nuestras normas y controles

4 Sensibilización
Sensibilizamos a los asociados sobre esas normas y controles

5 Capacitación
Les ofrecemos capacitación a los asociados sobre cómo implementar y usar esas normas y controles

6 Monitoreo y respuesta
Continuamente monitoreamos y evaluamos la ejecución del programa para ofrecer indicadores que ayuden a tomar decisiones informadas



Contamos con un Vicepresidente de Ética y Cumplimiento en México y un Director en Centroamérica, a cargo de un equipo conformado por más de 350 asociados quienes dan un adecuado acompañamiento a cada uno de nuestros asociados para la implementación de dicho programa a total compañía.

De igual forma, trabajamos para identificar riesgos y mitigarlos a través de la emisión de normas y procedimientos globales y locales, compartir mejores prácticas, ofrecer capacitación, monitoreo y apoyo técnico.

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

SEGURIDAD E HIGIENE

GRI **403-1, 403-2, 403-3, 403-4 403-5, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10, 403: 103-1, 103-2, 103-3**

Adicional a las medidas sanitarias y protocolos por COVID-19 mencionados anteriormente, nos enfocamos en seguir implementando acciones que nos permitan cumplir con nuestra misión de ser la empresa más segura para comprar y trabajar, por medio de la iniciativa de Cero Accidentes.

Durante el 2020, se obtuvieron los siguientes resultados:

Reducción de accidentes de asociados y clientes en México

15% asociados

23% clientes

Reducción de accidentes de asociados y clientes en Centroamérica

22% asociados

8% clientes

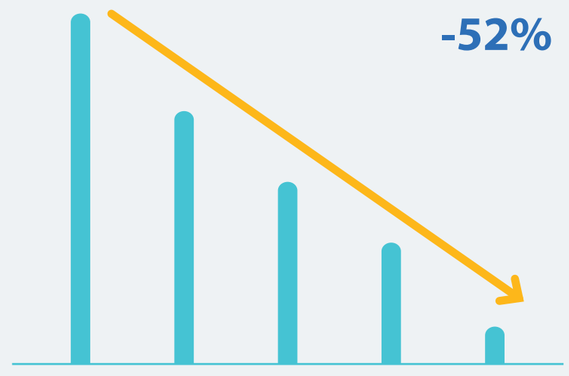
177,116
asociados capacitados

10,021
asociados forman parte de las Comisiones de Seguridad e Higiene

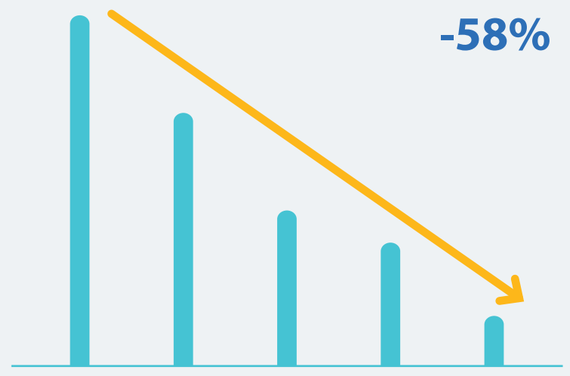


Como resultado del correcto seguimiento de las medidas de seguridad por parte de nuestros asociados en México, en los últimos 5 años, hemos logrado reducir la tasa de accidentes de asociados en tiendas

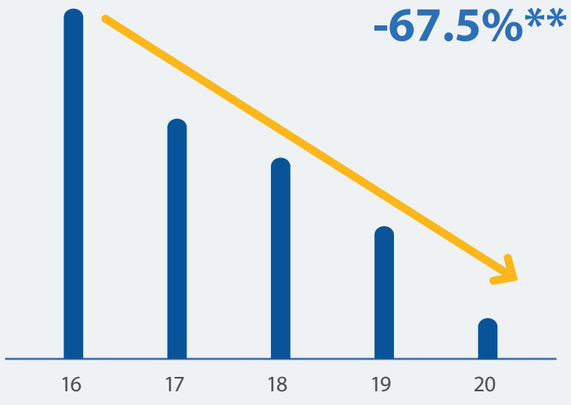
Reducción de accidentes de asociados en tienda en Centroamérica



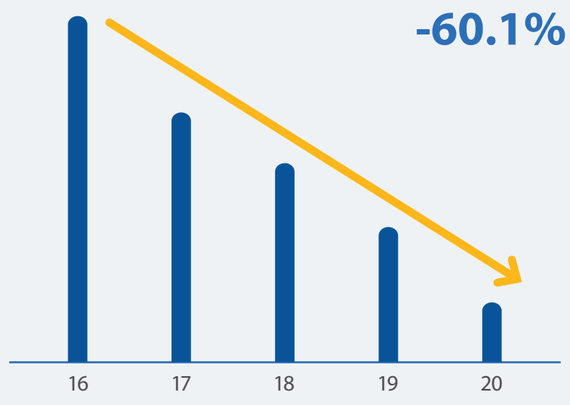
Reducción de accidentes de clientes en Centroamérica



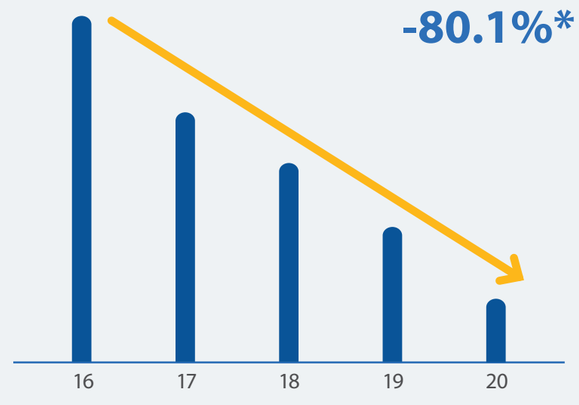
Reducción de accidentes de clientes en México



Reducción de accidentes de asociados en tienda en México



Reducción de accidentes de asociados en Cedis México



*Factor OSHA = Accidentes incapacitantes /Horas trabajadas)

**Factor tickets = Accidentes / Millón de tickets).



Para comunicar nuestros estándares y controles, elaboramos **Lecciones de Un Punto (LUP´s)** que es una forma de comunicación visual a través de la cual, de una forma simplificada, reforzamos con nuestros asociados en México los lineamientos y controles para llevar a cabo una operación segura, tales como: descarga segura, uso seguro de máquinas, normas para el uso de escaleras, permisos para trabajos peligrosos, manual para contratistas, entre otros.

KPIs Incapacidad y accidentes

	México			Centroamérica		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Días de incapacidad	86,452	67,277	61,776	29,620	19,471	9,300
Accidentes por riesgo de trabajo	7,996	7,192	5,811	1,322	999	768





PROGRAMA CERO ACCIDENTES DE CONTRATISTAS

Nuestra política Cero Accidentes no solo está enfocada en cuidar de nuestros asociados y clientes, sino también a nuestros proveedores. Este año le dimos continuidad a nuestro programa de seguridad enfocado en nuestros contratistas.

Asimismo, se implementaron diversas medidas para su protección derivado de la pandemia, tales como:

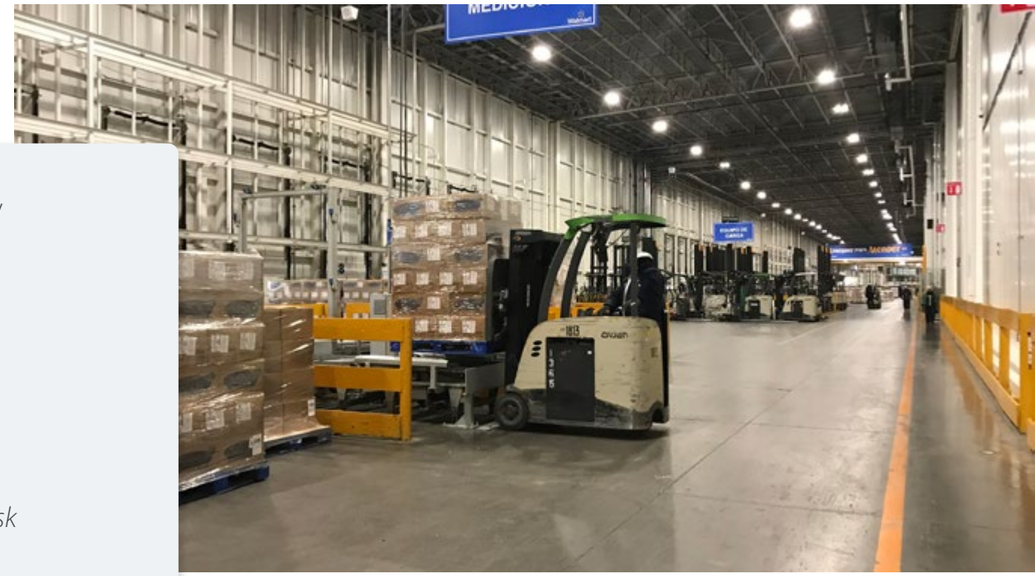
- Protocolos de prevención COVID-19 con recomendaciones e insumos para prevenir riesgos
- Pláticas de seguridad para implementar protocolos de sana distancia
- Organización de grupos para comer
- Estaciones de lavado de manos y sanitizado de calzado
- Tableros de Seguridad con publicación de infografías

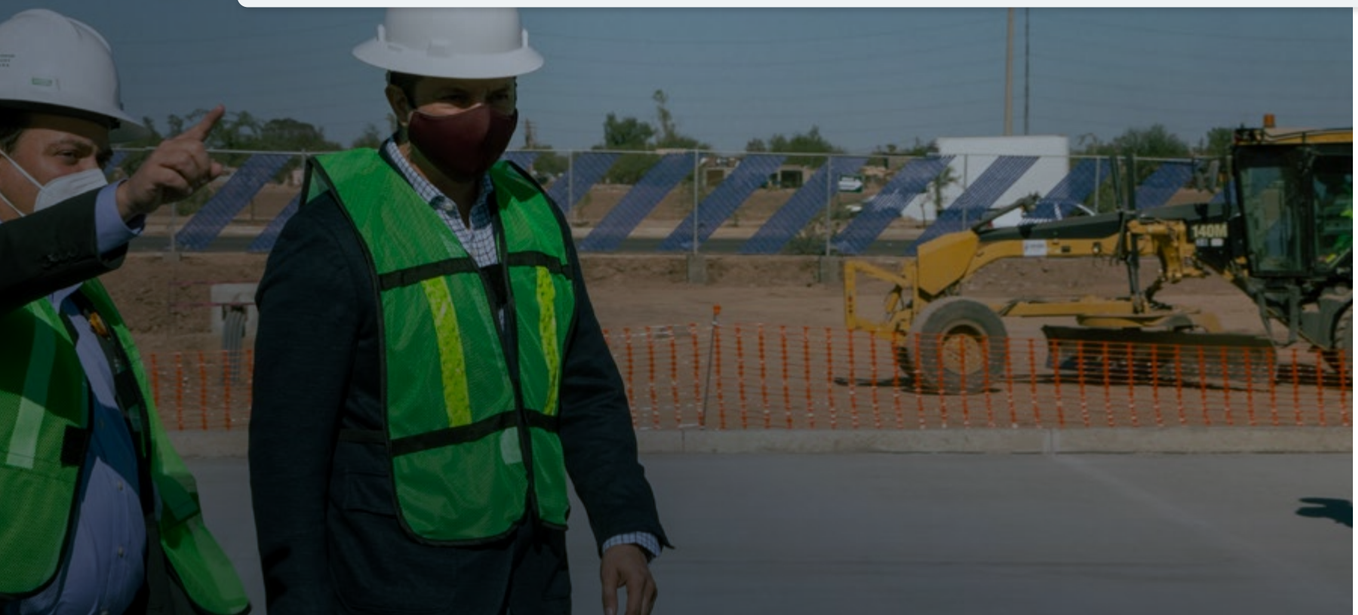


Durante 2020, se capacitaron a 4,286 contratistas, 16 residentes de obra y 138 cascos rojos, y se realizaron 180 inspecciones de seguridad e higiene a nuestros contratistas

Estándares y controles para el comportamiento de los contratistas

1. Política de seguridad
2. Manual de Seguridad en Obra
3. KPI's de Seguridad
4. Reglas de Oro para Obra
5. Entrenamiento a Liderazgo en S&H
6. Cascos Rojos de Supervisión/Obra y Cascos Rojos / 50 Contratistas
7. Entrenamiento de Seguridad a Staff y Cascos Rojos de Supervisión
8. Análisis de Riesgo por actividad JHA
9. Pláticas Diarias de Seguridad
10. Campañas de Concientización *Top Risk*
11. *Check list* de Inspección de estándares
12. Credencialización





Adicionalmente a los estándares anteriormente descritos, contamos con acciones disciplinarias que permitan garantizar la seguridad de todos los involucrados en una obra. Los contratistas de construcción y remodelaciones cuentan con cláusulas de seguridad en sus contratos, donde se detalla el tipo de sanción de acuerdo con la falta y la gravedad del accidente, que puede llegar hasta la terminación del contrato. Este programa se está ampliando para aplicar a contratistas de mantenimiento, proyectos especiales y diseño.

Ante cualquier situación que pueda representar un riesgo a la seguridad, nuestros asociados han sido capacitados para emprender acciones inmediatas y notificarlo al responsable

De igual manera, el uso del equipo de protección personal en los puestos requeridos es indispensable y se mantiene comunicación constante sobre la importancia de la seguridad para nuestra empresa.



PROGRAMA FAMILIA SEGURA

En Centroamérica, durante el 2020 en apego nuestro compromiso de mantener ambientes seguros y libres de accidentes, realizamos el lanzamiento de nuestra nueva imagen y campaña de concientización hacia la prevención de accidentes, con la que buscamos un mayor sentido de pertenencia hacia la seguridad propia, de compañeros y clientes, de igual forma realizamos un reforzamiento de las 10 reglas de seguridad específicas para cada unidad de negocio.

El programa procura generar ambientes libres de accidentes, a partir de la observación y corrección de los comportamientos inseguros, enfocados principalmente en las seis principales causas de accidentes en la región. Creamos una aplicación para que en tiendas sea más sencilla la detección de comportamientos inseguros y se automatizó el dashboard de control de observaciones, para que cada tienda cuente con información en tiempo real y se puedan tomar mejores decisiones en áreas de la prevención.





ÉTICA

Nuestra Declaración de Ética establece las pautas para que, sin importar en donde trabajemos cada uno de nosotros, tomemos decisiones honestas, justas y objetivas al operar, cumpliendo con todas las leyes y políticas internas.

La Declaración de Ética aplica a todos los asociados en todos los niveles de la organización alrededor del mundo, a todos los miembros del consejo y comités de la compañía. Asimismo, esperamos que todos nuestros proveedores, consultores y contratistas se guíen por nuestra Declaración, actuando de forma correcta y consistente.

Realizamos nuestras actividades bajo las más altas normas de ética e integridad

Para orientar a nuestros asociados a tomar decisiones éticas, ponemos a su disposición diferentes recursos:

- Capacitación anual a nuestros asociados: en 2020, impartimos más de 116 mil horas de capacitación sobre nuestra Declaración de Ética a los asociados de operaciones y staff, cubriendo el 87.7% y el 98.4% respectivamente en México y el 93% y 96.5% en Centroamérica

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

- WalmartEthics.com: este sitio web está disponible en 14 idiomas y accesible a nivel mundial y proporciona una plataforma donde las partes interesadas pueden hacer preguntas, leer nuestro Código de Conducta, reportar inquietudes éticas, así como dar seguimiento a las mismas

  GRI **406-1**

- Premio de Integridad en Acción: es un programa de reconocimiento global para los asociados que son modelos de integridad o que alientan a otros a hacerlo que consiste en que los asociados nominen candidatos y Walmart reconoce a los ganadores



MECANISMOS FORMALES DE DENUNCIA

Fomentamos que nuestros asociados se sientan con la libertad de poder expresar cualquier preocupación con la tranquilidad de que serán escuchados. Hemos establecidos diferentes mecanismos formales de denuncia, a través de los cuales nuestros asociados pueden comunicar sus inquietudes o reportar comportamientos inadecuados sin temor a sufrir represalias.

Los mecanismos de denuncia con los que contamos son:

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 ética está equipada para manejar los idiomas locales que se hablan en cada uno de los mercados donde operamos, incluido el español. Esta línea es gestionada por un tercero independiente.

Sitio web y correo electrónico:

Todos los mecanismos disponibles en nuestra Declaración de Ética.

Comunicación de Puertas Abiertas:

Es la manera más directa de expresar cualquier inquietud a un líder, a través de una comunicación abierta.

A lo largo del año, llevamos a cabo campañas de comunicación que nos ayudan a sensibilizar a nuestros asociados, para asegurar el estricto cumplimiento de nuestra Declaración de Ética

ANTICORRUPCIÓN

GRI **205:103-1,103-2,103-3, 205-2, 205-3**

Ponemos de manifiesto nuestro compromiso con mantener los más altos estándares de integridad y cumplimiento, en apego a la legislación aplicable en los mercados en los que operamos, a través de nuestra Política Global Anticorrupción y de los Procedimientos Globales Anticorrupción.

La cero tolerancia a sobornos, actos de corrupción o prácticas deshonestas de ningún tipo nos permite alcanzar nuestros objetivos con transparencia. En caso de que nuestros asociados tengan alguna sospecha o información de violación a las políticas de la compañía o cuenten con algún dato de solicitudes indebidas (aunque sean rechazadas), deben reportarlas de inmediato a los puntos de contacto de Ética Global mencionados anteriormente.

Nuestros asociados reciben capacitación en línea en anticorrupción, la cual tiene una vigencia anual. El Consejo de Administración también recibe capacitación una vez al año.

Realizamos una evaluación anual de riesgos para identificar y evaluar los riesgos asociados a la corrupción 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, permitiendo la identificación temprana, estableciendo la causa raíz y brindando la solución a las situaciones identificadas. Además, el equipo de Auditoría Interna Global también realiza auditorías periódicas e independientes de nuestro programa.



200,556 asociados de México y 17,411 de Centroamérica, completaron una capacitación anticorrupción



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 dicha política para asegurar que la conoce y que la cumplirá durante toda su relación comercial con la compañía.

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.

406 proveedores de México y 216 de Centroamérica, completaron o renovaron su capacitación anticorrupción en 2020

INOCUIDAD ALIMENTARIA

GRI **416-1**
SASB **FB-FR-250A.1, FB-FR-260A.2**

Seguimos 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 seguros de una manera que cumpla con todas las regulaciones, así como nuestras propias normas estrictas sobre este tema. Durante 2020, mantuvimos los altos estándares de Inocuidad Alimentaria en nuestros productos y reforzamos nuestros procedimientos tanto para los productos en tienda como para las entregas a domicilio.

5
unidades cuentan con la certificación Distintivo H en México

PROGRAMA AUDITORÍA SEGURIDAD ALIMENTARIA - *HIGH FIVE*

Estos principios se miden por medio de un sistema de auditorías mensuales no anunciadas, a través de proveedores expertos en seguridad alimentaria autorizados a nivel global, que llevan a cabo mediciones y monitoreo a los 5 principios básicos para el manejo higiénico de alimentos que se describen a continuación:



1 Limpio y saludable
Lavarse las manos cuando sea necesario.
No trabajar con alimentos cuando esté enfermo.
Nunca tocar alimentos listos para comer sin guantes.

2 Lavar, enjuagar, desinfectar
Lavar, enjuagar y desinfectar adecuadamente todos los alimentos, utensilios y equipos de contacto.
Almacenar adecuadamente todo el equipo, utensilios, y contenedores en los lugares designados.
Mantener limpia el área de trabajo.

3 Mantenlo frío, mantenlo caliente
Mantener los alimentos fríos / calientes a la temperatura indicada por la ley.

4 Cocinar y enfriar
Cocinar los alimentos hasta que alcancen una temperatura interna adecuada.
Enfriar rápidamente los alimentos a la temperatura que indique la ley local.

5 Evitar la contaminación cruzada
No almacenar alimentos crudos sobre cocidos o alimentos listos para comer.
Nunca preparar alimentos listos para comer en la misma superficie o con los mismos utensilios utilizados para preparar proteínas de animal cruda.



PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE FRAUDE ALIMENTARIO

Es un programa que hemos implementado para identificar que los productos que comercializamos concuerdan con la especie y con los ingredientes principales que tenemos declarados en los empaques de los productos de Nuestras Marcas. De igual forma, este programa sirve para verificar la certificación de productos denominados como orgánicos y las autenticidades de bebidas alcohólicas como lo son el tequila y el mezcal vendidos en nuestras tiendas.

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

215
análisis para la identificación de especie en nuestra materia prima cárnica y de productos de cocina, 35 México y 180 en Centroamérica

72
análisis para la verificación de la integridad de los ingredientes de los productos de marca propia (miel, leche, quesos, aceite de oliva, jugos 100% naturales y café), 35 en México y 37 en Centroamérica

272
productos orgánicos validados y certificados

155
bebidas alcohólicas validadas y certificadas



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 derivada del daño o contaminación por plaga.

Lo anterior se logra gracias a que contamos con una auditoría internacional global, no anunciada, realizada de forma mensual al sistema de plagas en tiendas, clubes y centros de distribución. Asimismo, realizamos visitas a todas las unidades al menos dos veces al mes para verificar el mantenimiento del sistema de plagas y aplicación química (en caso de requerirse), a fin de identificar y mitigar de cualquier actividad de plaga.

PROGRAMA DE GFSI *(GLOBAL FOOD SAFETY INITIATIVE)*

Somos miembros del Grupo Local México de GFSI y adicionalmente solicitamos, de forma obligatoria a los proveedores de Nuestras Marcas, certificarse en este tipo de esquemas en un periodo razonable, en caso de que no cuenten con algún sistema propio. Adicional a ello, nuestra planta de carnes ubicada en Cuautitlán está certificada en SQF L-2.

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	Centroamérica
Proveedores	335	241
Plantas	390	241
Global Markets de Buenas Prácticas	19	15
Certificación *Global Food Safety Initiative (GFSI)*	371	217
Porcentaje de plantas certificadas	95%	90%
Auditorías Buenas Prácticas de Almacenaje y Distribución a Cedis y desconsolidadores de perecederos	12	138





PROGRAMA SEGURIDAD DE ALIMENTOS PARA PDV EN CENTROAMÉRICA:

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 por las tiendas para garantizar alimentos seguros.

En 2020, lanzamos nuestra iniciativa Cuida tu tienda como a tu casa que consiste en llevar a cabo prácticas que ayudan a la tienda a garantizar alimentos seguros que refuerzan el compromiso que todos tenemos en los cuidados para las tiendas y clubes

CERTIFICACIONES EN EL MANEJO DE ALIMENTOS EN CEDIS

Desde 2019 contamos con la certificación internacional GFSI- BRC de tres Cedis, con un *score* 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
- Reducción de quejas y daños en los productos por oportunidades en cadena de frío, daños de calidad y riesgos de inocuidad
- Estandarización de procedimientos
- Cumplimento a normatividad nacional y políticas internas en materia de inocuidad y calidad de alimentos

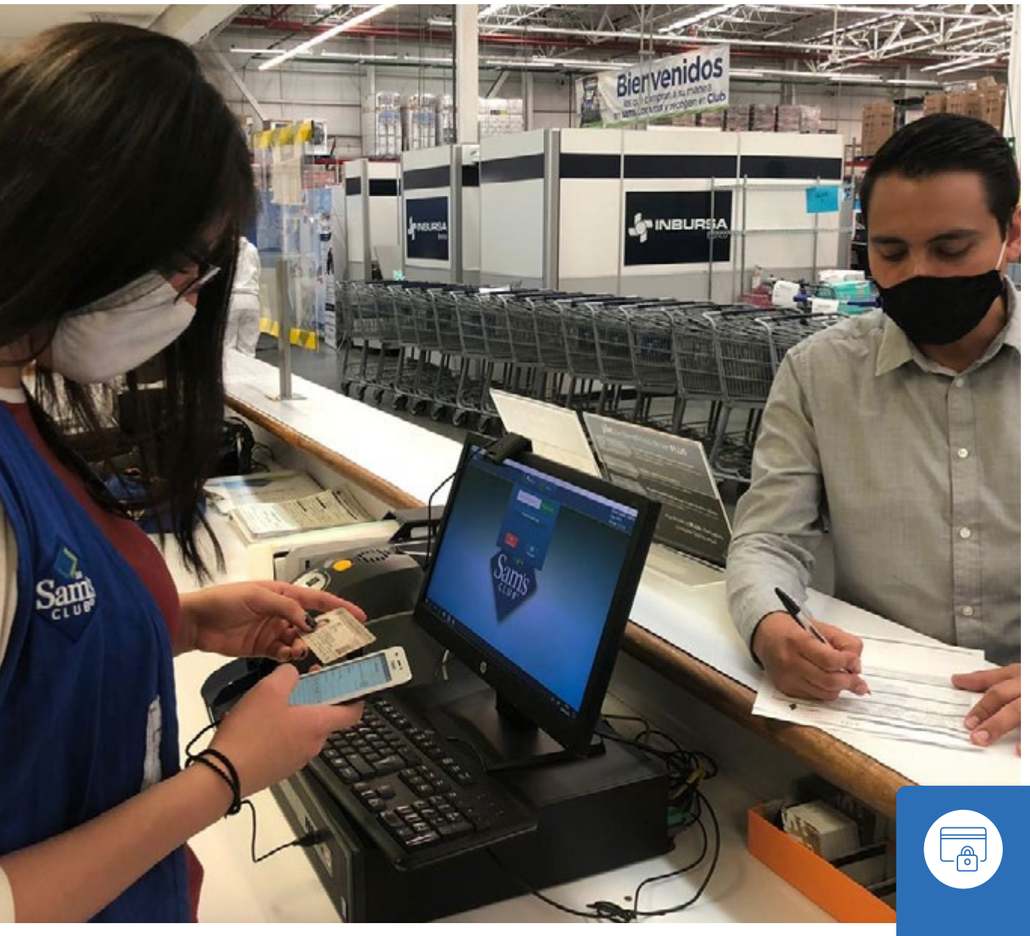
Asociada Cedis Chihuahua



Esta certificación consta de:

1. Establecimiento de un sistema y procesos enfocados en la calidad e inocuidad de los alimentos durante la operación del Cedis
2. Recorridos internos para la pre-evaluación de cumplimiento con los requerimientos del estándar BRC
3. Documentación de procesos operativos
4. Entrenamiento de personal en requerimientos del estándar y actualización de procesos operativos
5. Establecimiento de KPIs y de acciones para la mejora
6. Realización de una auditoría con una empresa externa para la verificación del cumplimiento del estándar GFSI BRC en almacenamiento y distribución de alimentos v4

GRI **418-1**
SASB **FB-FR-230A.1, CG-MR-230A.2, CG-EC-230A.2, CG-EC-220A.1, CG-EC-220A.2**



PRIVACIDAD

Tenemos la responsabilidad de mantener la privacidad y proteger los datos personales de nuestros asociados, clientes, socios y terceros. Para lograrlo, nos apegamos en todo momento a las leyes y a nuestras políticas globales.

Nuestra Política de Privacidad establece las pautas para que los asociados de Walmart de México y Centroamérica traten y protejan los datos personales a los que tienen acceso en sus funciones laborales, con el fin de garantizar la privacidad, confidencialidad y seguridad de la información desde que se obtiene y en todas las etapas del tratamiento. Asimismo, cubre los requisitos bajo los cuales la compañía recopila, usa, retiene, procesa y destruye información personal.

Para reforzar lo anterior, contamos con Avisos de Privacidad y con una Política de Retención de Registros. Cada aviso de privacidad describe la información que se recopilará y los propósitos de dicha recopilación, y es revisado recurrentemente para validar que las finalidades de uso de los datos personales ahí listadas sean las adecuadas y estén vigentes.

Tenemos disponibles mecanismos para que los dueños de los datos personales tomen decisiones informadas sobre su uso, así como los medios para que puedan ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición (ARCO, por sus siglas). También hemos desarrollado canales oficiales para que nuestros asociados o terceros reporten cualquier fuga de información personal y se tomen las medidas necesarias 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 Centroamérica recibimos una reclamación por parte de un cliente y estamos a la espera de una resolución por parte de la autoridad.

En 2020, no tuvimos incidentes confirmados sobre la violación de la privacidad o fuga de datos de nuestros clientes en México

GRI **304-1, 304-2, 304-3, 304-4, 306-3, 307: 103-1, 103-2, 103-3, 307-1**

AMBIENTAL

Durante el desarrollo de todas nuestras actividades de negocio, desde la prospección, diseño y construcción de nuevas unidades, hasta su operación, observamos el estricto cumplimiento con las obligaciones regulatorias ambientales aplicables. El programa de Cumplimiento Ambiental tiene como finalidad implementar los controles para cubrir las obligaciones relativas al impacto ambiental, generación de residuos no peligrosos y peligrosos, calidad de agua residual y emisiones a la atmósfera.

Este año, no se presentaron multas significativas ni reclamaciones ambientales en la región, es decir aquellas mayores a 10 mil dólares. En México ocurrieron 2 derrames significativos, en conjunto representaron 7,500 litros de diésel derramado que contaminaron 24.23 m^3 de suelo natural. El costo de restauración fue de 1.52 millones de pesos. En Centroamérica no hubo derrames significativos.



Por lo que respecta a la construcción de unidades nuevas, contamos con el Programa de Impacto Ambiental, a fin de establecer los controles para prevenir y mitigar impactos ambientales en los sitios donde desarrollamos las nuevas tiendas y clubes, a través de procedimientos específicos de auditorías ambientales, elaboración de estudios de impacto ambiental y vegetación existente, obtención de permisos y licencias ambientales, así como cumplimiento de las condicionantes y medidas de mitigación ambiental.

En Centroamérica, ninguna de las tiendas aperturadas en el 2020 a las que se realizaron los análisis, reporta impactos en la biodiversidad y ninguno se encuentra dentro o cerca de áreas protegidas. Tampoco se encuentran cerca de áreas de alto valor en términos de biodiversidad biológica por lo que no hay impacto.

En México en 2020 se construyó un proyecto con especies protegidas: Bodega Aurrera Avenida Nichupté, ubicada en Quintana Roo (superficie impactada: 0.021 km^2).

Por otro lado, durante el 2019 se construyeron 3 tiendas con especies protegidas y una de las cuales con vegetación forestal que actualmente están en operación:

1. **Bodega Aurrera Cabo Miramar** (superficie impactada 0.012 km^2)
2. **Mi Bodega Tanquián de Escobedo** (superficie impactada: 0.004 km^2)
3. **Bodega Aurrera Las Palmas** (superficie impactada: 0.013 km^2)

SALUD Y BIENESTAR

GRI **416-1**

Con el fin de seguir garantizando el funcionamiento óptimo de nuestras farmacias y consultorios, nuestro programa de Salud y Bienestar está enfocado en cumplir con todos los requerimientos legales, así como con las mejores prácticas de mercado.

Igualmente, establece e implementa los controles regulatorios a cumplir y participa en la validación de todos los productos que se comercializan en nuestras unidades para garantizar su calidad y correcta dispensación.

Asimismo, contamos con el Sistema Integral de Farmacia que permite agilizar el control de los medicamentos que se lleva en tiendas, de forma digital.

En México contamos con 399 consultorios y 1,413 farmacias donde se comercializan cerca de 5,000 medicamentos, suplementos y dispositivos médicos



Medimart México

+500 Medicamentos Medimart

37
proveedores

72
auditorías finalizadas a proveedores

75
plantas fabrican productos Medimart

131
análisis de productos Medimart con laboratorios autorizados por Cofepris de los parámetros de calidad

+4,500
medicamentos no Medimart

+100
proveedores de insumos no Medimart

ESTABLECIMIENTOS

1,413 farmacias

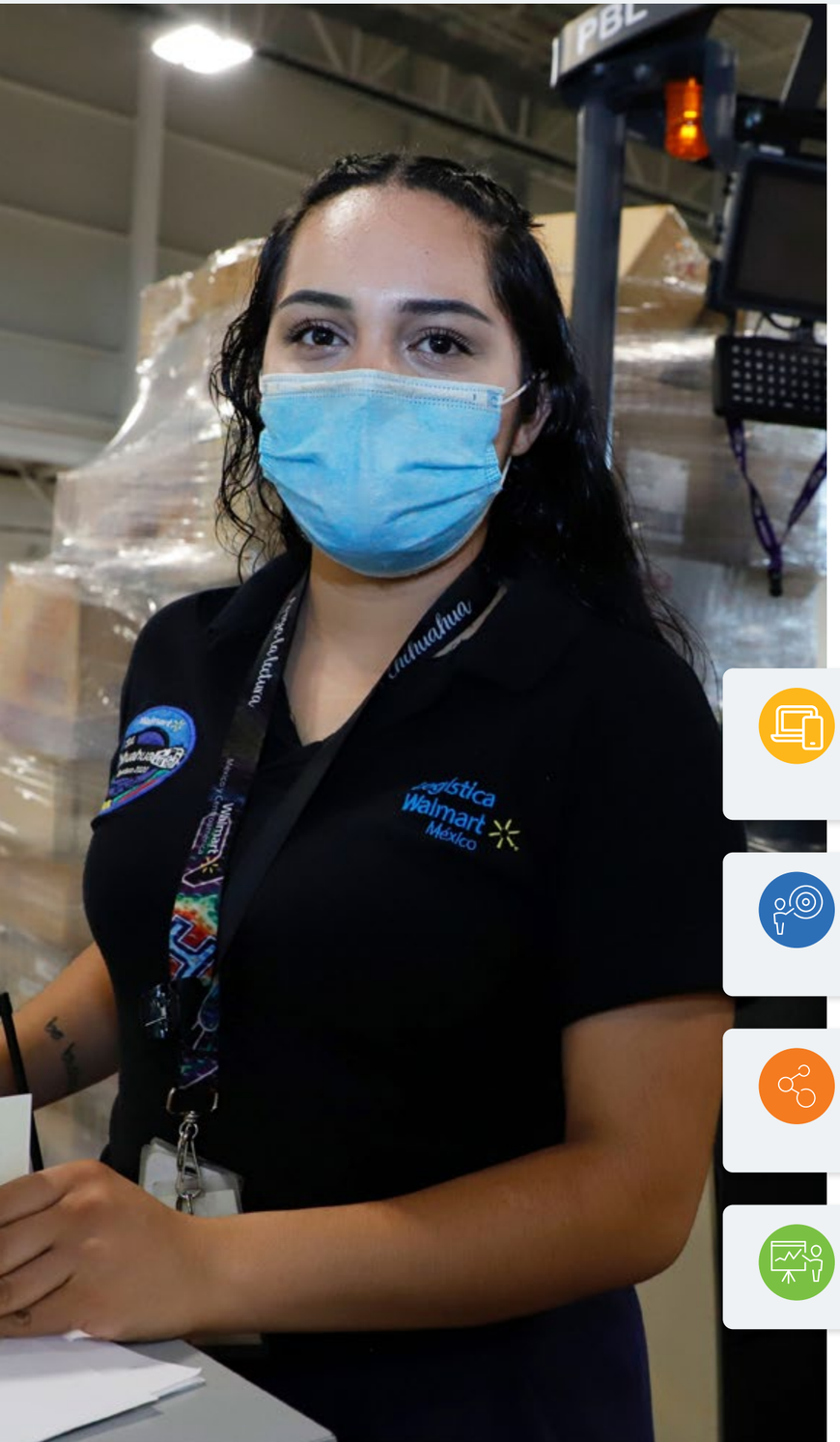
1,407
auditorías internas en farmacia

837
auditorías externas de autoridad sanitaria

399 consultorios en tiendas

177
auditorías internas a consultorios

9
auditorías externas a consultorios



PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO

Es nuestro deber tomar todas las medidas necesarias para prevenir, detectar y combatir el lavado de dinero. Alineados con las leyes aplicables, hemos desarrollado políticas, procedimientos, lineamientos y controles que nos permiten identificar 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.

Entre las principales medidas para prevenir el lavado de dinero están las siguientes:

- Herramientas tecnológicas que nos permiten realizar un monitoreo, análisis y reporte de posibles operaciones inusuales con base a riesgo
- Capacitación a nuestros asociados para que aprendan a identificar y reportar señales de alerta sobre posibles operaciones con recursos de procedencia ilícita
- Canales oficiales de reporte disponibles para que asociados y terceros puedan reportar actividades inusuales
- Monitoreo de nuestros servicios financieros para prevenir y detectar operaciones con recursos de procedencia ilícita

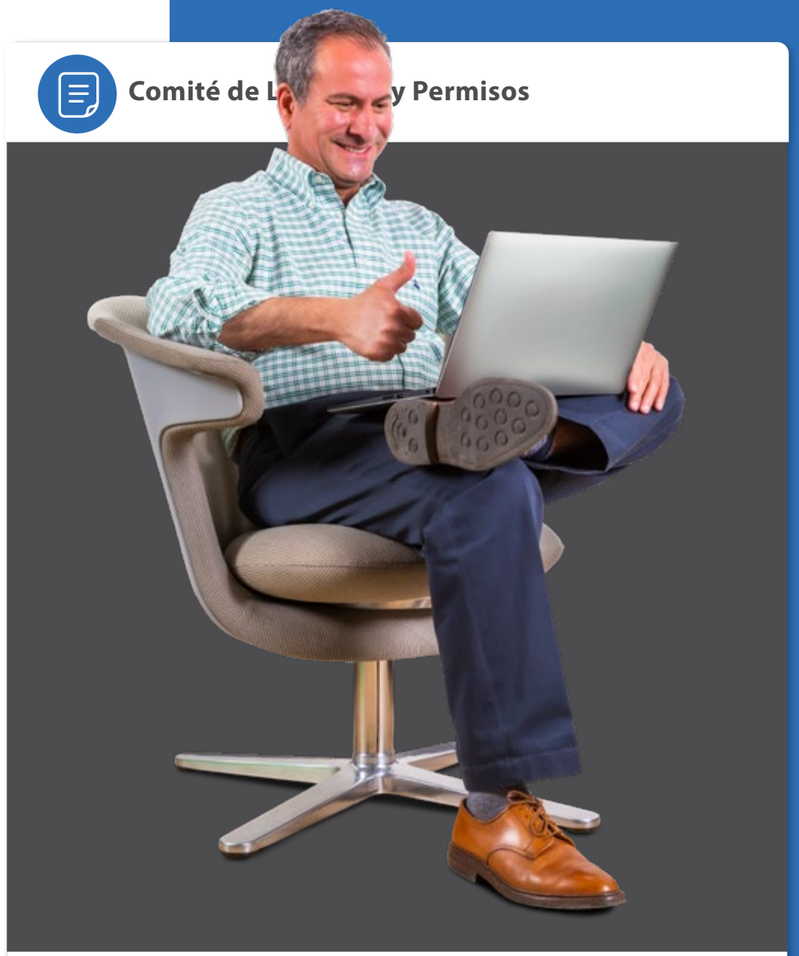
Conformamos un Comité de Prevención de Lavado de Dinero con representantes de diversas áreas, el cual sesiona de forma bimestral y cuyo objetivo es dar visibilidad sobre los principales riesgos en la materia y tomar decisiones para su mitigación.

Con el fin de seguir mitigando los riesgos actuales o potenciales hasta ahora identificados, y asegurar el cumplimiento de la legislación aplicable en materia de Prevención de Lavado de Dinero, se han implementado una serie de controles, entre los que se encuentran: debida diligencia a terceros con los cuales realizamos negocios, en función del nivel de riesgo (proveedores, *vendors*, clientes institucionales, etc.); monitoreo de transacciones de alto riesgo; el cumplimiento de obligaciones regulatorias; y el reforzamiento de temas de prevención de lavado de dinero y de fraude a través de capacitaciones y comunicaciones.

LICENCIAS Y PERMISOS

Durante el 2020, para poder construir y operar nuestras unidades requerimos de más de 29,000 licencias. Nuestro sistema de Administración Global de Licencias (GLM, por sus siglas en inglés) facilita la administración y seguimiento de estas licencias con la finalidad de reducir riesgos de vencimientos y dar trazabilidad a las licencias durante todo su ciclo, incluyendo el monitoreo de los pagos de derechos por trámites.

Entre las actividades a las que se da seguimiento se contempla 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, hasta el inicio de construcción y operación de un nuevo negocio, donde un Comité de Licencias y Permisos, constituido por asociados expertos distintos a los que hacen la gestión de obtención de licencias, analizan todos los documentos y evalúan si el proyecto cumple con toda la regulación aplicable, a fin de determinar si puede ser liberado para iniciar la construcción u operación.







SEGURIDAD DEL PRODUCTO

GRI **416-1**

Otra de nuestras obligaciones es garantizar la seguridad de los productos que vendemos a nuestros clientes. Desde cosméticos, consumibles, ropa, zapatería hasta mercancías generales, vigilamos que cumplan con la seguridad, las regulaciones y calidad establecida.

Realizamos monitoreos anuales a todas nuestras categorías clasificadas como "alto riesgo". Estos monitoreos se realizan de manera aleatoria cuando la mercancía llega a punto de venta y consisten en verificar, a través de métodos de prueba acreditados por la EMA/Cofepris, que los productos cumplen con las normas de seguridad para preservar la salud e integridad de nuestros consumidores. De igual forma, se trabajan planes de acción correctivos y preventivos en caso de hallar desviaciones con nuestros proveedores.

En 2020, se monitorearon 62 modelos de diferentes categorías como juguetes, barras multicontacto, llantas, artículos escolares y luces navideñas, encontrando el 3% con algún hallazgo, que en ningún caso se relacionó con temas de seguridad, sino con desviaciones en la información comercial del producto

Entre los protocolos de revisión están las auditorías de fábricas, certificaciones en las normas vigentes que son entregadas por los proveedores y las inspecciones a producto terminados en fábricas de proveedor, donde se revisan, entre otros, los requisitos y la seguridad de los productos, haciendo énfasis en Nuestras Marcas.

Diseñamos e impartimos 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 en su caso, elaborar planes de mejora.

A los productos textiles y de zapatería, se les realizan pruebas de laboratorio e inspecciones nacionales y en origen, revisiones en fábrica o en nuestros puntos de venta. Cuando el caso lo amerita, se aplica el proceso de retiro de productos de tiendas y clubes.

Asimismo, auditamos constantemente a los proveedores de Nuestras Marcas, para asegurar el cumplimiento de los requisitos de calidad y seguridad, tanto regulatorios, como de estándares Walmart.

18,791
inspecciones en Cedis a proveedores nacionales

2,004
inspecciones en origen a proveedores de importación

1,466
en origen a proveedores de importación *Global Sourcing*

Evaluamos constantemente a nuestros proveedores

Proveedores de Nuestras Marcas evaluados en México

GRI **416-1**

Zapatería





Mercancías generales





Textiles





LABORAL Y EMPLEO

Como parte de la responsabilidad que tenemos con nuestros asociados está el garantizarles sus derechos laborales en cuanto a salarios y pagos, beneficios, trato justo, igualitario e incluyente.

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



Para cumplir con esta responsabilidad, contamos entre otras, con las siguientes políticas:

Política de Programación y Publicación de Horarios: garantizamos a nuestros asociados sus derechos de conformidad con la normatividad laboral en cuanto a horarios de trabajo y calidad de vida

Política de Prevención de Acoso y Discriminación: garantizamos que no exista diferencia por género, edad, religión, preferencia sexual o ideología política entre los asociados, así como la prevención de acoso

Asimismo, llevamos a cabo campañas permanentes en todas las unidades para asegurar el pago de horas extras, respeto a descansos y horarios, y para evitar y prevenir el acoso y la discriminación.

COMERCIO EXTERIOR

A través de nuestro programa de comercio exterior, aseguramos que la importación y exportación de mercancías de la compañía, cumple con la normatividad aplicable de comercio exterior; igualmente, se asegura la correcta obtención de permisos, certificaciones, así como el pago de impuestos correspondientes a estas operaciones.

También, como parte de este programa, para nuestro proceso de importación de mercancías mantenemos una cadena de suministro segura y protegida, y por otra parte, cuidamos que Walmart no haga negocios ni comercialice productos originarios y provenientes de ciertos países que no convienen a los intereses de Walmart.

Con el fin de vigilar que los estándares y controles se sigan correctamente, llevamos a cabo procesos de monitoreo. Contamos con un programa específico para importaciones y realizamos el registro digital de alta de productos, donde se identifica el país de origen; adicionalmente, tenemos un protocolo de monitoreo de exportaciones y de agentes aduanales, el cual aplica para total compañía, incluyendo a *eCommerce*.



ANTIMONOPOLIO

GRI **206-1**

La Política Global sobre las Leyes de Competencia, actualizada en 2020, es un reflejo de nuestro compromiso de mantener los más altos estándares de ética y de cumplir con todas las leyes antimonopolio y de libre competencia aplicables en todos los países en donde operamos.

De igual manera, hemos establecido controles que nos permiten evitar conductas o prácticas anticompetitivas. Dentro de nuestros principales controles se encuentran los lineamientos y reglas de comportamiento, así como campañas de comunicación y capacitaciones, con el fin de garantizar que las negociaciones, el contacto con proveedores y/o competidores estén apegadas a las regulaciones en materia de competencia económica.



En 2020, se capacitó a todas las áreas comerciales de la compañía y ciertas áreas de staff, en temas de competencia económica, con la finalidad de dar a conocer los posibles escenarios que pueden ocurrir y los principios aplicables a cada uno de ellos, obteniendo un porcentaje del 96%. De manera independiente, se capacitó a vicepresidentes y altos directivos obteniendo un porcentaje del 100%.

No incurrimos en multas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.

El 23 de noviembre de 2020, recibimos una notificación por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), en el sentido de que ha iniciado una investigación de oficio en el mercado de abastecimiento y distribución al mayoreo de bienes de consumo, comercialización minorista de éstos y servicios relacionados por la presunta comisión de prácticas monopólicas relativas.

La compañía está confiada en que su actuar siempre se ha apegado a la legislación aplicable, y que su participación en el mercado mexicano siempre ha resultado en precios más bajos para el consumidor, particularmente beneficiando a las familias mexicanas de más bajos ingresos, y en zonas remotas del país que no han sido atendidas por otros; lo que demostraremos ante las instancias correspondientes y en los foros adecuados, en los que ejerceremos nuestros derechos.



SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

SASB **FB-FR-230A.2, CG-MR-230A.1, CG-EC-230A.1**

Creamos el programa de seguridad de la información para proporcionar a nuestro portafolio de marcas por todo el mundo, servicios de seguridad exhaustivos, rentables y basados en riesgo

Nos aseguramos de proteger la información y sistemas de información contra su acceso, uso, divulgación, alteración, modificación o destrucción no autorizados, proporcionando así confidencialidad, integridad y disponibilidad. Nuestro objetivo es mantener la seguridad de la información de la compañía a través de la mejor comprensión de este tema y las directivas por parte de los asociados y socios de negocio.

Asimismo, nos aseguramos de seguir las mejores prácticas para la identificación de riesgos, protección de información, detección de actividades sospechosas, así como estar preparados para la respuesta a incidentes a futuro.

Disponemos de políticas, normas, procedimientos y guías de la seguridad de la información con el fin de regular y concientizar a los asociados y proveedores sobre la importancia de la información y los recursos tecnológicos que utilizamos en la compañía. También impartimos capacitación a nuestros asociados para sensibilizarlos sobre la importancia de adoptar conductas alineadas a nuestras directivas de seguridad de la información.

Seguridad en cada transacción



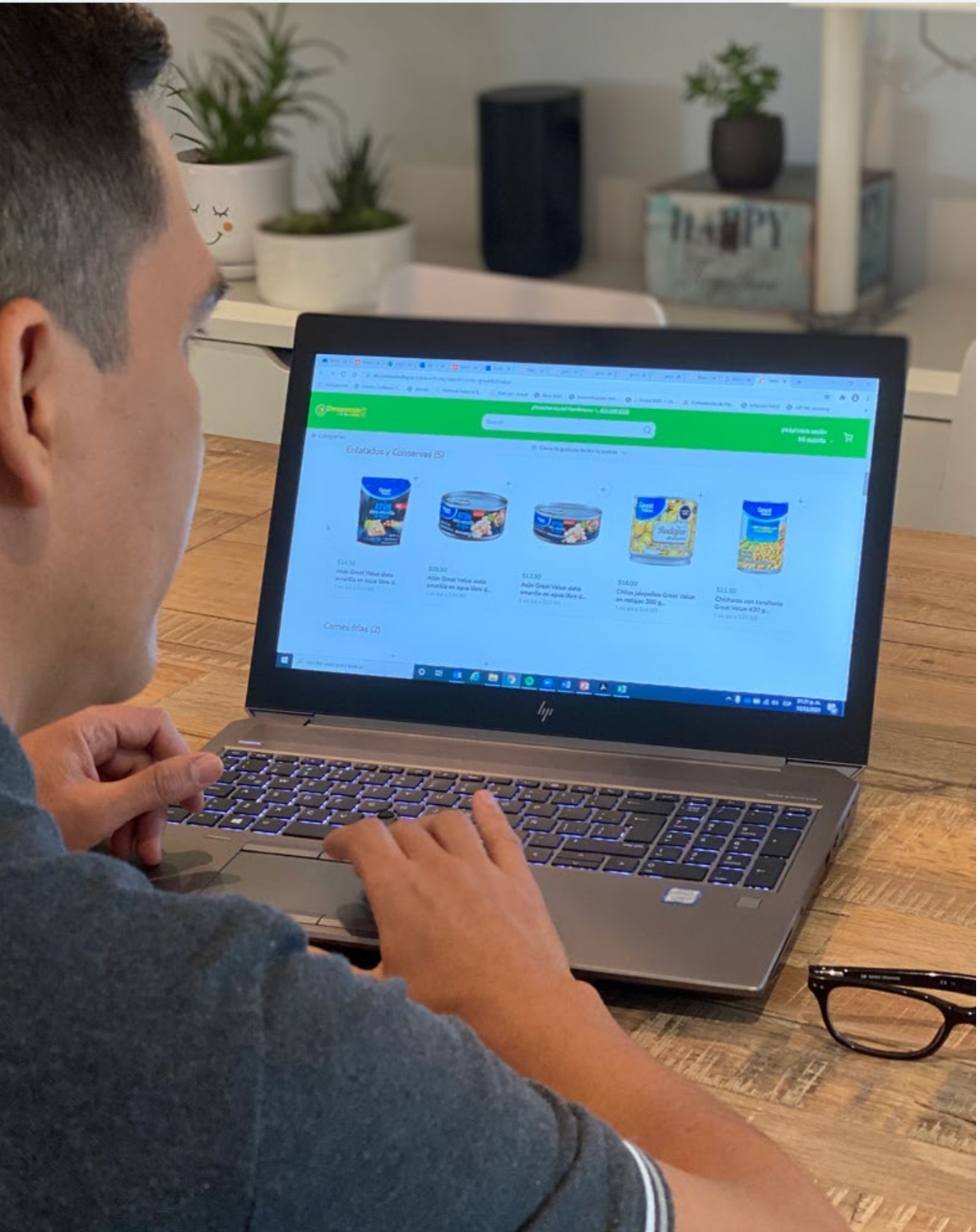
Identificamos y gestionamos vulnerabilidades presentes en los activos de información en la empresa, considerando elementos como: calendarización de análisis de vulnerabilidades, documentación de resultados y clasificación de vulnerabilidades basando su prioridad de atención en el riesgo que implican. Asimismo, proporcionamos los lineamientos para el diseño de planes de remediación de vulnerabilidades, los protocolos de pruebas de penetración para activos críticos y documentación de resultados de pruebas, solicitando la corrección de las oportunidades detectadas.

Nuestro Comité de Auditoría y Prácticas Societarias está comprometido con la estrategia de seguridad de la información, por lo que el proceso de revisión es parte fundamental de sus actividades. Cada cuatro meses se revisan iniciativas, tendencias, riesgos, y estrategias de mitigación. Adicionalmente, cada mercado en donde operamos cuenta con un líder de seguridad de la información que también es parte del comité que revisa y define la estrategia de ciberseguridad.

Nuestro ecosistema es complejo, ya que manejamos millones de transacciones por segundo. Cada año recibimos más de 1,500 millones de ciberataques. Es por ello que contamos con planes de continuidad del negocio que nos permiten establecer controles que brinden herramientas y recursos necesarios para ejecutar nuestras actividades después de una contingencia que comprometa la operatividad al impactar los pilares de la continuidad: asociados, instalaciones, sistemas y terceros.

En 2020 modernizamos nuestro ecosistema tecnológico e implementamos capacidades seguras y sostenibles para el futuro. Mejoramos la infraestructura de computación y comunicaciones en tiendas, centros de distribución y oficinas. De igual forma, implementamos un monitoreo proactivo de seguridad y corregimos controles de acceso para aplicaciones clave.

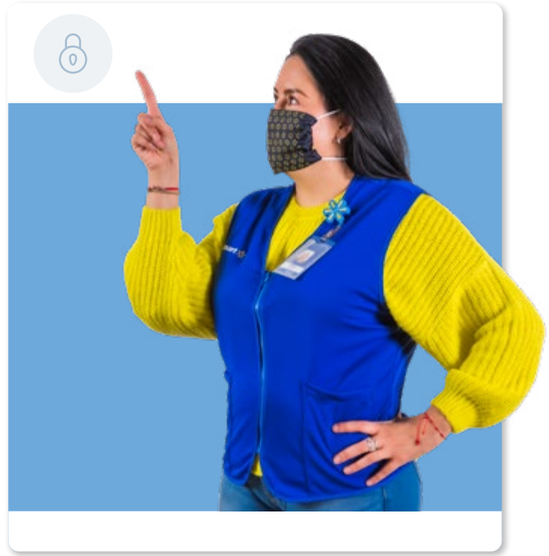
Con respecto a la prevención de fraudes, tuvimos el doble de auditorías que en 2019. En materia de seguridad, se incrementaron las solicitudes de información de revisiones internas y externas. Adicional al plan de auditoría interna, se atendieron revisiones de cumplimiento para *Sarbanes & Oxley, Payment Card Industry y NIST Cybersecurity Framework*.

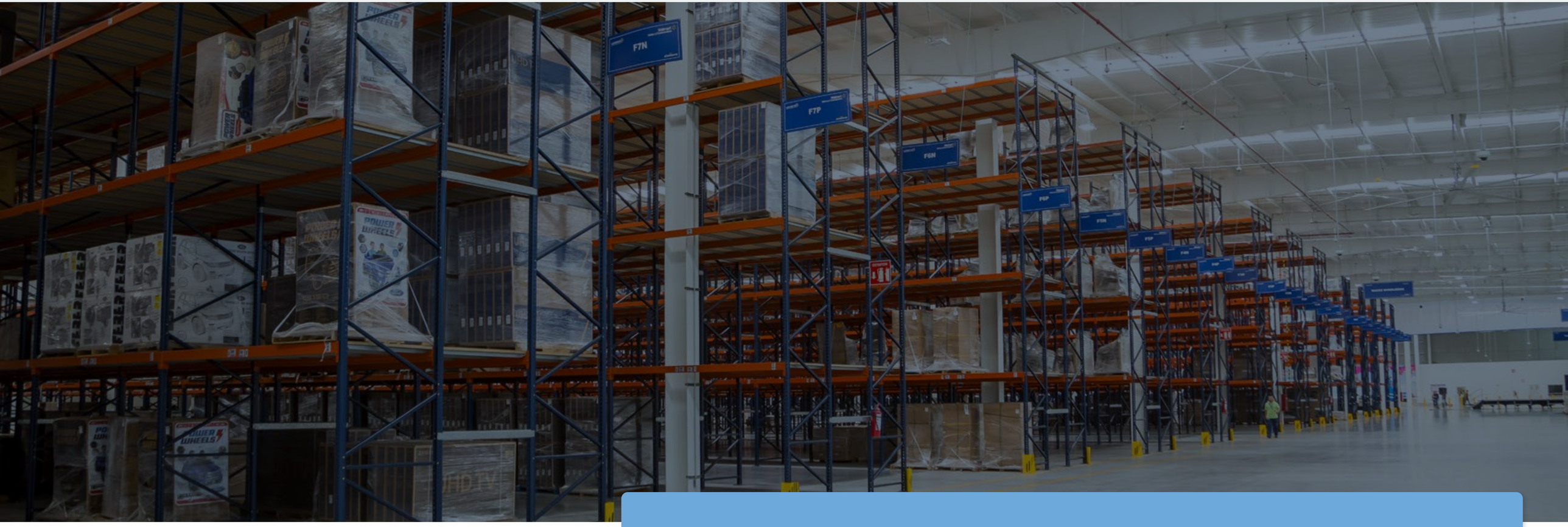


CIUDADANÍA DIGITAL

En 2020 continuamos trabajando en nuestra nueva área global llamada Ciudadanía Digital. Esta área se centra en asegurar el manejo de datos y tecnología, basado en nuestro objetivo de ser la cadena omnicanal más confiable.

Ciudadanía Digital asesora a la compañía 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. Es responsable, no solo en materia legal sobre el uso de datos o tecnología de una manera particular, sino también sobre el efecto de su uso en nuestra relación de confianza con nuestros clientes y partes interesadas.

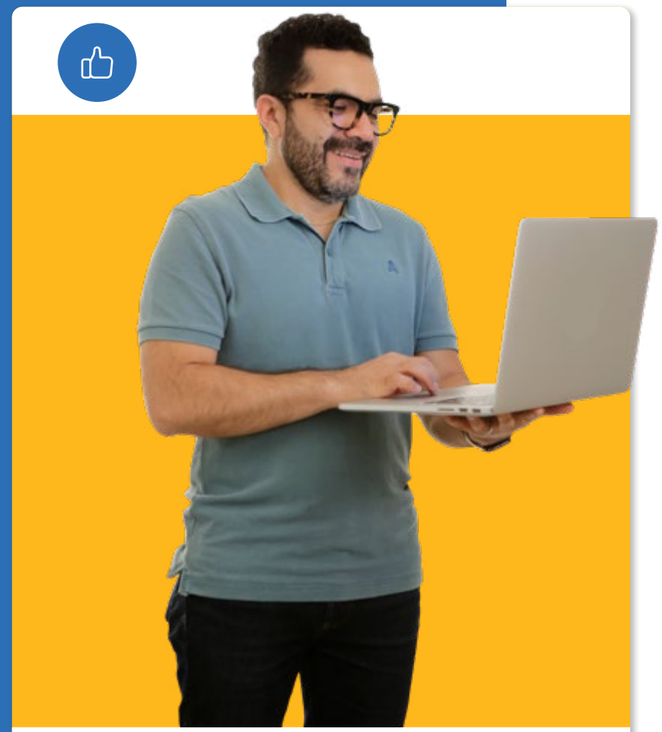




EVALUACIÓN DE RIESGOS

GRI **102-111,102-15, 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, fraudes, seguridad e higiene

INFRAESTRUCTURA

- Disponibilidad de activos



Se considera la importancia de las ocho categorías de riesgos más relevantes:

1 **Cumplimiento regulatorio**
Cumplimiento con leyes y reglamentaciones

2 **Certeza financiera**
Efectividad de los reportes financieros de la compañía

3 **Confianza del Cliente**
Acciones o condiciones que deterioran la confianza que el cliente tiene en la marca y la visión de nuestra compañía o en nuestra posición dentro de la comunidad

4 **Impacto causado por áreas de apoyo operativo al negocio**
Interrupciones que resultan de los procesos internos inadecuados o fallidos , la gente y los sistemas dentro de las funciones de apoyo al negocio

5 **Impacto de las áreas operativas en el negocio central**
Pérdidas (comprende los riesgos en el desempeño y las condiciones financieras) como resultado de procesos internos inadecuados o fallidos, la gente, y los sistemas que apoyan las funciones del negocio central

6 **Estratégica**
Relacionada con metas de alto nivel, en apoyo a y alineadas con la visión de la compañía

7 **Cumplimiento Interno**
Cumplimiento con las políticas y procedimientos de la compañía, contratos, ética y normas de conducta del negocio, y otras normas corporativas voluntarias

8 **Eficiencia y Efectividad**
Optimización de los recursos de la compañía para apoyar la misión del negocio y la retribución a los accionistas

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 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

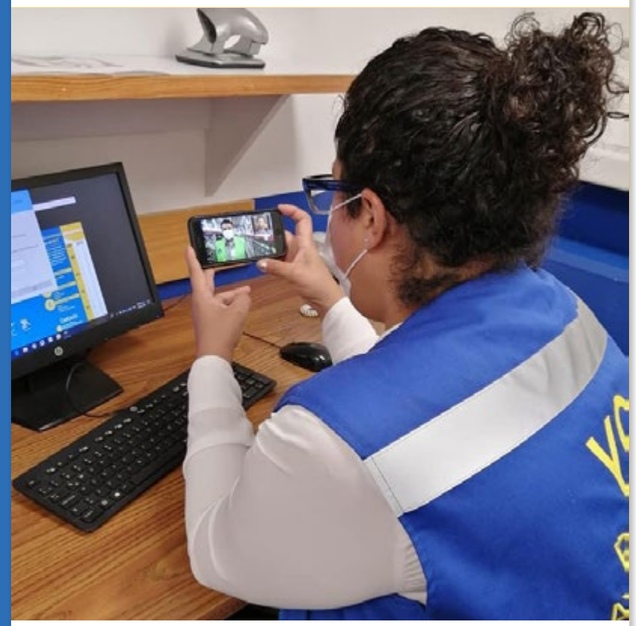
Requisitos de cumplimiento
La habilidad de la organización para cumplir con leyes, regulaciones y políticas, frecuencia con la que se presentan actos fraudulentos, ilegales o de falta de ética, leyes cambiantes, pasivos y litigios recurrentes, productos o manejos inseguros, etc

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



ENTERPRISE RISK MANAGEMENT

Paralelamente, durante 2020 implementamos la iniciativa llamada *Enterprise Risk Management* (ERM), enfocada a determinar los principales riesgos de la compañía y a priorizar los mismos. Esta iniciativa tiene el objetivo de realizar un registro consolidado de riesgos del negocio, definir su probabilidad e impacto, y con base en esto, definir planes de mitigación.

Para realizar este proceso, creamos una lista de riesgos alineados a 5 macro áreas, que nos permiten identificar el tipo de riesgo, la materialización del mismo, desarrollar un plan de acción para mitigarlo y designar a las áreas responsables de gestionarlo.

1. **Estratégico**
2. **Operacional**
3. **Regulatorio y Cumplimiento**
4. **Financiero**
5. **Reputacional**



Asimismo, trabajamos con equipos dedicados conformados por propietarios y gestores de riesgos, cuyas principales responsabilidades son las siguientes:

- Supervisar la gestión de los principales riesgos
- Asegurar que las estrategias para gestionar los riesgos hayan sido desarrolladas
- Dirigir la identificación, recopilación y la evaluación de riesgos para cada unidad de negocio
- Detectar, priorizar y escalar los riesgos emergentes
- Identificar y administrar proactivamente los principales riesgos funcionales
- Informar sobre el progreso de los planes de mitigación

DECLARACIÓN SOBRE LOS DERECHOS HUMANOS

GRI **411:103-1, 103-2, 103-3, 411-1 412:103-1,103-2,103-3**



Sam Walton, fundador de Walmart, quería su empresa para ayudar a las personas a ahorrar dinero y vivir mejor. Como un minorista, Walmart toca la vida de muchos, desde nuestros asociados a los proveedores que brindan los productos y servicios que vendemos, a los clientes y ciudadanos de las comunidades donde operamos.

Creemos que es responsabilidad de las empresas respetar los derechos humanos, y aspiramos a utilizar nuestras capacidades e influencia para lograr resultados y cambios positivos. Nuestro enfoque de los derechos humanos se basa en nuestra cultura y nuestros valores - servicio al cliente, respeto por el individuo, búsqueda de excelencia y actuar con Integridad.

En 2018, publicamos nuestra Declaración sobre Derechos Humanos

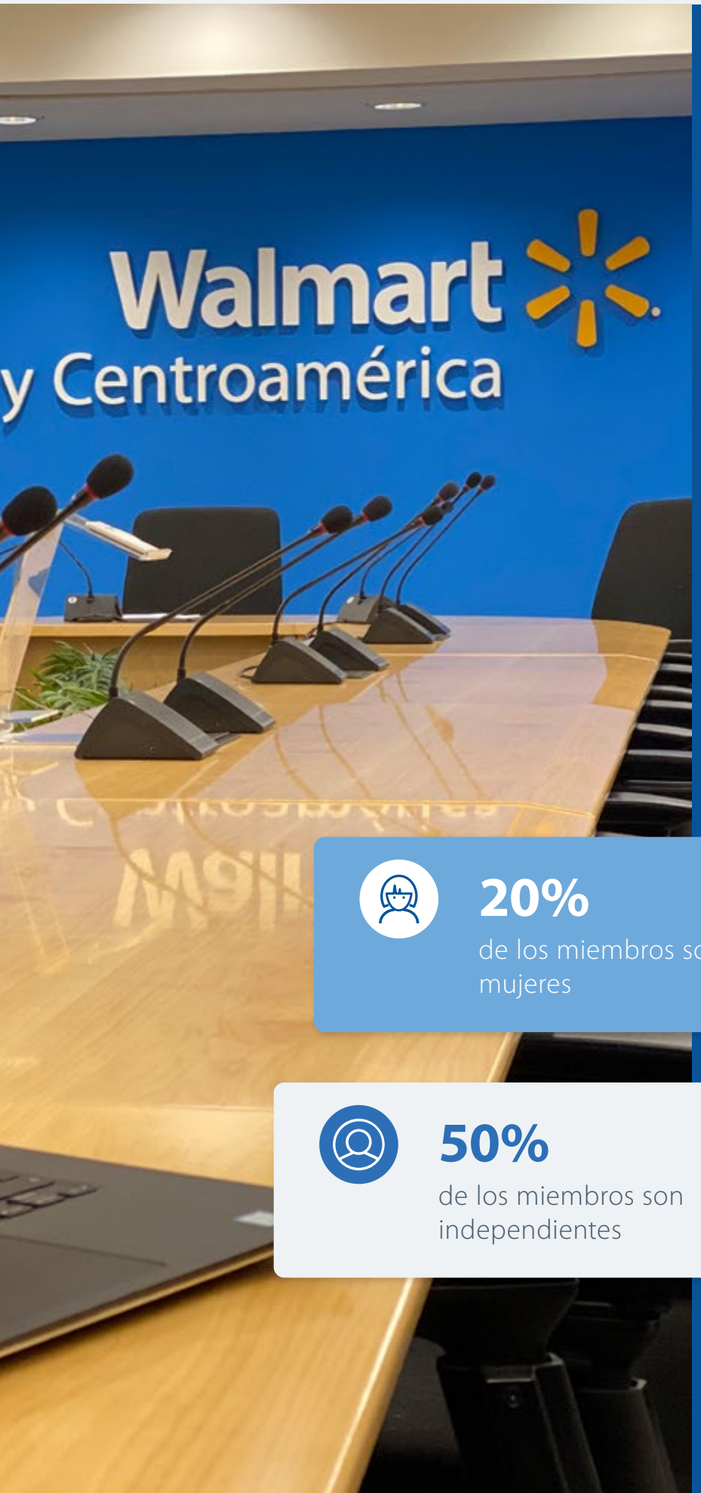
Nuestra Declaración confirma nuestro respeto por los derechos humanos y articula nuestra cultura y valores, basándonos en instrumentos internacionales, como los Principios Rectores de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos (UNGP) y la Declaración de 1998 de la Organización Internacional del Trabajo sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo. Si deseas conocer nuestra Declaración de Derechos Humanos da clic aquí



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



CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

GRI **102-22, 102-24, 405-1**
SASB **CG-EC-330a.3, CG-MR-330a.1**

20%
de los miembros son mujeres

50%
de los miembros son independientes

Composición y periodicidad

- 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 2020, 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 2020 se reunieron en 11 ocasiones. El promedio de asistencia a las reuniones fue de 89.9%

Presidente
GRI **102-23**

Enrique Ostalé, miembro desde 2013

Miembros

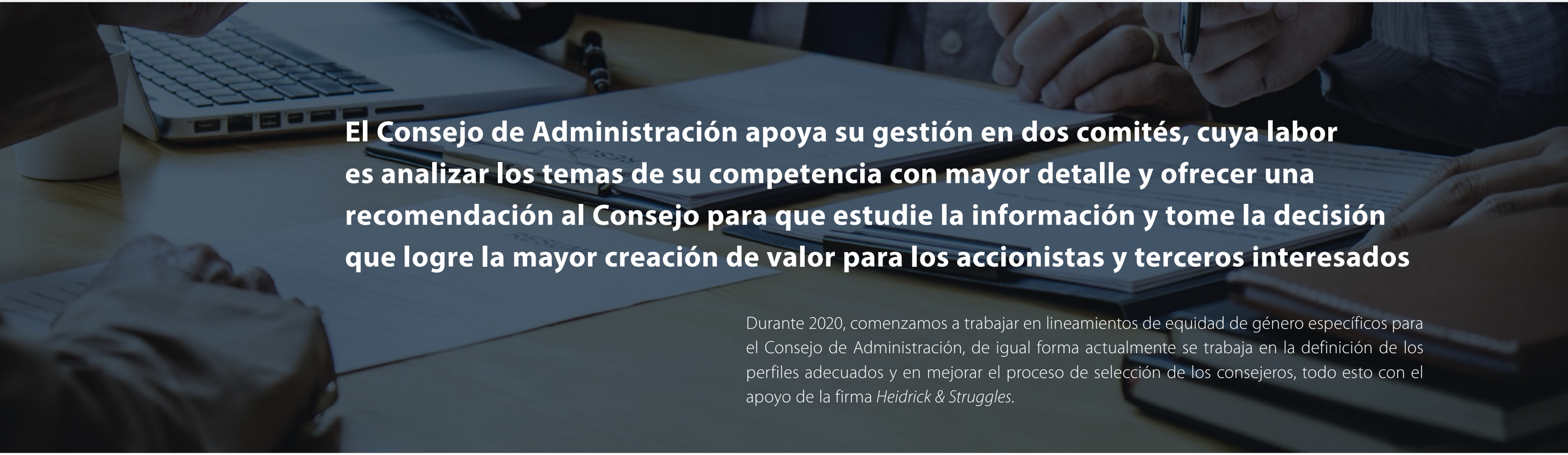
	Miembro desde:
Adolfo Cerezo*	2012
Ernesto Cervera*	2014
Kirsten Evans	2018
Guilherme Loureiro	2016
Richard Mayfield	2015
Roberto Newell*	2014
Christopher Nicholas	2019
Eric Perez Grovas*	2014
Blanca Treviño*	2006

Miembros al 31 de diciembre de 2020

* Consejeros independientes

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



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

Durante 2020, comenzamos a trabajar en lineamientos de equidad de género específicos para el Consejo de Administración, de igual forma actualmente se trabaja en la definición de los perfiles adecuados y en mejorar el proceso de selección de los consejeros, todo esto con el apoyo de la firma *Heidrick & Struggles*.

PRINCIPALES RESPONSABILIDADES:

GRI **405-1, 102-20, 102-22, 102-26, 102-27**

- **Elegir** al Presidente Ejecutivo y Director General
- Trabajar con la Dirección General para **desarrollar las estrategias** generales de la Sociedad y de sus subsidiarias
- Aprobar las **políticas de información y comunicación** con los accionistas y el mercado
- 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**

BIOGRAFÍAS DE LOS MIEMBROS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Enrique Ostalé

Recientemente jubilado como Vicepresidente Ejecutivo, Presidente y Director General de Walmart América Latina, Reino Unido y África, es el actual 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*.

Enrique 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 Líder 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 cofundador 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

Vicepresidenta 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 Vicepresidenta 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 omnicanales. 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.

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.

Richard Mayfield

Director General Regional de Walmart de México y Centroamérica, Canadá y el Reino Unido.

Previo a este cargo, fue Vicepresidente Senior y CFO de Walmart Europa, Medio Oriente y África (EMEA), Estrategia Internacional, Adquisiciones y Fusiones y Servicios Financieros.

Richard se unió a Walmart Inc. en enero 2012 como Director Financiero de ASDA, tiene experiencia en roles de liderazgo en las áreas financieras y de estrategia en la industria minorista incluyendo *Kingfisher, House of Fraser y Waitrose,* así como experiencia en consultoría estratégica con *L.E.K. Consulting*.

Richard es Economista, tiene una Licenciatura en Economía por la Universidad de *Cambridge* y también es miembro de *"Royal Society of the Arts"* de esa universidad.

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).

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 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

Cofundadora, Presidenta 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 Vicepresidenta 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.



COMITÉS DE AUDITORÍA Y DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

GRI **405-1, 102-22, 102- 36**

Los integran 5 consejeros, todos ellos independientes

Presidente
GRI **102-23**
- Adolfo Cerezo

Miembros
- Ernesto Cervera
- Roberto Newell
- Eric Pérez-Grovas
- Blanca Treviño

Miembros al 31 de diciembre, 2020

Principales responsabilidades

- 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
- 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

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



CONSEJO DE FUNDACIÓN WALMART DE MÉXICO

GRI **405-1, 102-20, 102-22**

Consejeros Propietarios

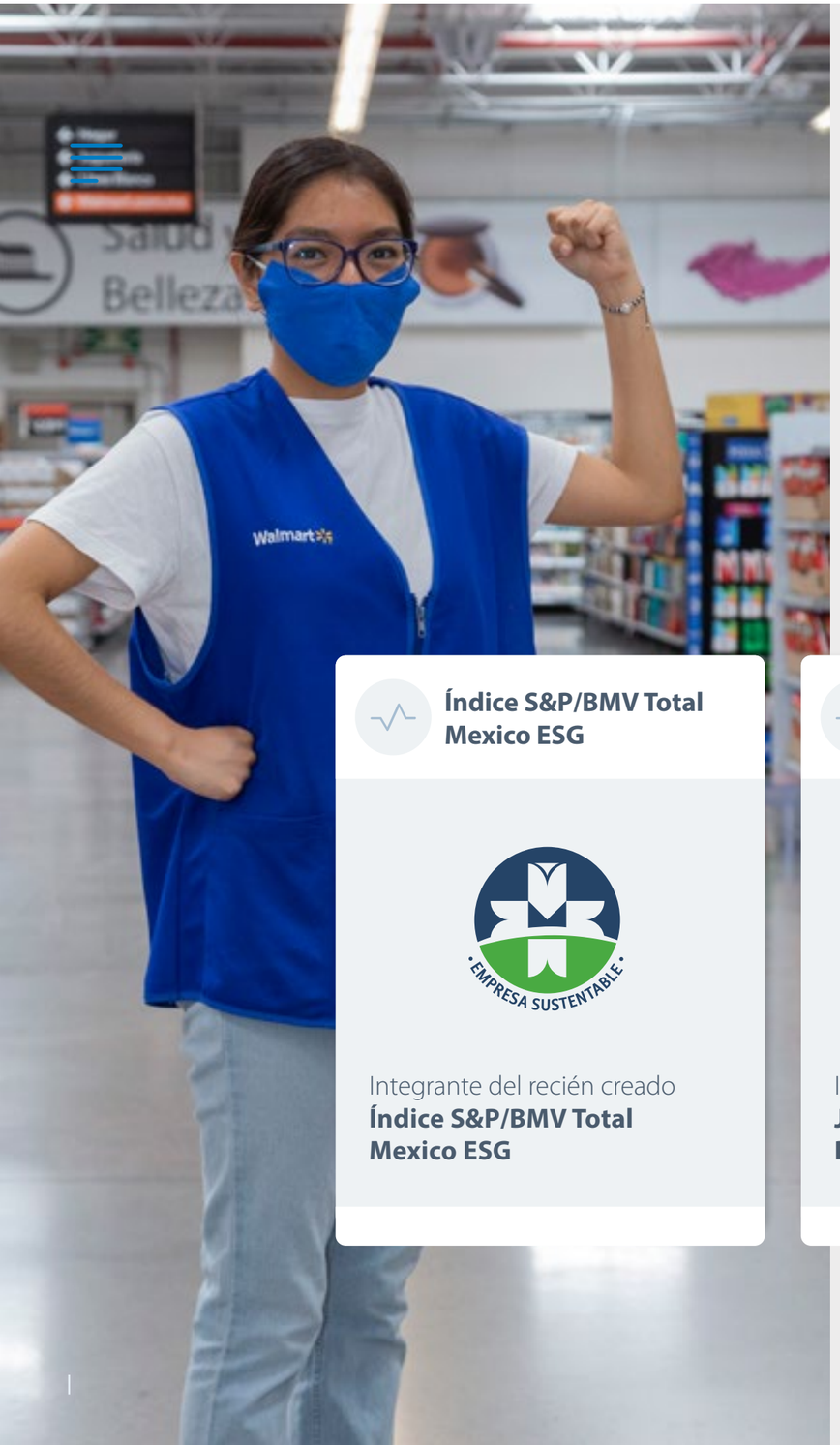
- Guilherme Loureiro
- Roberto Delgado Gallart*
- Kathleen McLaughlin
- Alberto Sepúlveda
- José Luis Torres*
- Adriana Velázquez
- Jorge Familiar Haro*
- Marinela Servitje *
- Cristian Barrientos
- Eduardo de la Garza

Miembros al 31 de diciembre, 2020

*Consejeros independientes.



Fundación Walmart México



ÍNDICES, RECONOCIMIENTOS Y RANKINGS

Como muestra de nuestro compromiso con hacer lo correcto y atender los temas ambientales, sociales y económicos, en 2020 continuamos formando parte de diversos índices y acreedores a múltiples distintivos.

ÍNDICES

Índice S&P/BMV Total Mexico ESG

EMPRESA SUSTENTABLE

Integrante del recién creado **Índice S&P/BMV Total Mexico ESG**

Índice *Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance*

Member of
Dow Jones Sustainability Indices
Powered by the S&P Global CSA

Integrante del Índice **Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance**

Índice Bloomberg de Equidad de Género

Bloomberg
Gender-Equality Index
2021

Integrante del Índice Bloomberg de Equidad de Género, por 4.° año consecutivo

Índice *FTSE4 Good Emerging*

FTSE4Good

Integrante del Índice *FTSE4Good Emerging,* por 5.° año consecutivo

RECONOCIMIENTOS EN MÉXICO

Top ten de las mujeres más destacadas en México

Reconocimiento Top ten de las mujeres más destacadas en México a **Gisela Noble,** Directora de Fundación Walmart de México

Premio Éntrale 2020

Reconocimiento Premio Éntrale 2020, por la creación de ambientes incluyentes

Las abogadas más influyentes

Reconocimiento Las abogadas más Influyentes otorgado a Adriana Velázquez Villaseñor, Vicepresidenta de Ética y Cumplimiento de Walmart México

Marcas de Confianza 2020

Reconocimiento Marca de Confianza 2020 otorgado otorgado a Walmart de México y Centroamérica por Selecciones, *Reader's Digest*.

Empresa Socialmente Responsable

Distintivo Empresa Socialmente Responsable, otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía, por 20.° años consecutivos

Líderes de Sustentabilidad

Reconocimiento Líderes de la Sustentabilidad otorgado a **Claudia De la Vega**, Directora de Asuntos Corporativos

Mejores lugares para trabajar LGBT 2020

Certificación Mejores lugares para trabajar LGBT 2020

Titanes de la tecnología 2020

Reconocimiento Titanes de la tecnología 2020 otorgado a **Guilherme Loureiro**, Presidente Ejecutivo y Director General de Walmart de México y Centroamérica

RANKINGS EN MÉXICO

EXPANSIÓN

- 3.° en las 500 empresas más importantes en México
- 6.° en Súper Empresas 2020

AMITAI

- 3° en Las empresas más éticas en la categoría Filosofía Ética del Negocio

mejores empleos

- 5.° en Las 50 empresas con los mejores empleos

KANTAR

- 3.° en Las 30 marcas mexicanas más valiosas del 2020 por el formato Bodega Aurrera

las empresas verdes.

- 1.° en Informe: Avance de las empresas en los ODS
- 4.° en Empresas filantrópicas y fundaciones
- 5.° en Empresas Verdes 2020

GRUPO MUNDO EJECUTIVO

- 1.° en Las empleadoras más importantes del país
- 6.° en Top 10 empresas de comercio más importantes en México
- 6.° en Las 1,000 empresas más importantes de México

merco RESPONSABILIDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO

- 1.° en sector autoservicio
- 2.° en Las 100 empresas con mejor responsabilidad y gobierno corporativo en México

Merca2.0 mercadotecniapublicidadmedios

- 5.° en *eCommerce* Merca2.0 a Walmart.com.mx
- 8.° en *eCommerce* Merca2.0 a Sams.com.mx
- 9° en 500 marcas digitales

merco EMPRESAS Y LÍDERES

- 1.° en Las 100 empresas con mejor reputación en México dentro del sector de autoservicio
- 3.° en Las 100 empresas con mejor reputación en México

PQR Planning Quant

- 9.° en Marcas solidarias en la pandemia



RECONOCIMIENTOS EN CENTROAMÉRICA

Costa Rica

Reconocimiento por apoyar la inclusión laboral de las personas con discapacidad, en el marco del Día Mundial de las personas con síndrome de Down

Nicaragua

Reconocimiento por participar en la Feria Virtual del Empleo

Honduras

Reconocimiento Empresa Socialmente Responsable, por 13.° año consecutivo

COMENTARIOS Y ANÁLISIS DE LA ADMINISTRACIÓN



Este año demostramos que nuestro negocio es resiliente, que innovamos constantemente y trabajamos con disciplina para poder seguir ganando la lealtad de nuestros clientes y entregando resultados de forma simultánea.

En 2020 las circunstancias nos obligaron a trabajar de forma remota, y al mismo tiempo, más cercanos e integrados que nunca con nuestros asociados en tiendas, clubes y Cedis. Estamos muy satisfechos con la forma en que nuestros asociados están adoptando la agilidad como forma de trabajo, con nuestro avance en omnicanal y con cómo logramos mantener a nuestros clientes y asociados en el centro de todas nuestras decisiones.

Siendo fieles a nuestro propósito de ayudar a las personas a ahorrar dinero y vivir mejor, ahora todos nuestros formatos cuentan con una oferta omnicanal que permite a nuestros clientes hacer sus compras de manera sencilla y mantenerse seguros en estos tiempos sin precedentes.

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 2020, operamos 3,489 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.

MÉXICO

Durante el año, los ingresos totales aumentaron 8.0%.

A lo largo del año, trabajamos con nuestros proveedores para continuar brindando los precios más bajos a nuestros clientes a través de programas como "Los Esenciales". Fuimos capaces de expandir nuestro diferencial de precio en 50 puntos base y expandir el margen bruto en 20 puntos base en el total año.

Estamos satisfechos con la forma en la que el equipo logró mantener la disciplina operativa, a pesar del entorno de gastos elevados que experimentamos. Excluyendo los efectos no recurrentes, los gastos como porcentaje a ventas fueron bastante similares a los niveles de 2019.

En conjunto, los resultados 2020 sin efectos no recurrentes fueron positivos. La utilidad de operación creció 9.5%, 150 puntos base por arriba del crecimiento de los ingresos totales y fuimos capaces de mantener nuestro margen de EBITDA de doble dígito de 11.4%.

Durante el año, las ventas a unidades iguales aumentaron 6.7%, lo que llevó a un acumulado de dos años de 11.1%.

DESEMPEÑO POR REGIÓN

Durante el año todas las regiones en México crecieron en ventas a unidades iguales. Las regiones Norte y Metropolitana tuvieron el mayor desempeño, seguidas por las regiones Sur y Centro.

DESEMPEÑO POR FORMATO

Sam's Club continúa siendo el formato de mayor crecimiento en ventas a unidades iguales, seguido por Walmart, Superama y Bodega.

DESEMPEÑO POR DIVISIÓN

Hablando del crecimiento en ventas a unidades iguales por categoría, Alimentos y Consumibles y Mercancías Generales tuvieron el mayor crecimiento como resultado del incremento en el consumo en casa.





OMNICANAL MÉXICO

SASB **CG-EC-000.B, CG-EC-000.C, CG-EC-000.A**

Si bien nuestro crecimiento en ventas a unidades iguales sigue siendo sólido y sostenible, la contribución de *eCommerce* al crecimiento de ventas totales se está acelerando.

Durante el año, la contribución incrementó 5 veces contra 2019, alcanzando 260 puntos base. El crecimiento en ventas de *eCommerce* fue de 171% durante el año.

Las ventas de *eCommerce* representaron 3.8% de las ventas en México durante el año completo, 2.5 veces la penetración que tuvimos en 2019.

DESEMPEÑO RESPECTO AL MERCADO

Hemos podido crecer por arriba del mercado medido por ANTAD de autoservicios y clubes durante 6 años consecutivos. En 2020, ampliamos consecutivamente el diferencial de crecimiento de ventas a unidades iguales vs. ANTAD, cerrando el año con 130 puntos base de diferencial.

Nuestra propuesta de Precios Bajos Todos los Días continúa ganando fuerza, y nuestros esfuerzos por operar con disciplina y mejorar continuamente nuestros niveles de servicio nos están permitiendo ganar la lealtad de nuestros clientes.

CENTROAMÉRICA

Nota: los porcentajes de crecimiento en ventas relacionados a Centroamérica son sin efecto de tipo de cambio.

El crecimiento en ingresos continúa siendo menor, dado el ambiente macroeconómico de la región y las restricciones vigentes que se han implementado para contener la pandemia del COVID-19. El equipo hizo un gran trabajo en el ajuste a la propuesta comercial para incrementar la oferta de productos esenciales y reforzando nuestra posición de precio para generar ventas. A pesar de las inversiones en precio, trabajamos junto con los proveedores y fuimos capaces de mantener un margen bruto de 24.2% en la región.

El equipo fue capaz de mantener los gastos bajo control en tiempos tan retadores. Fuimos capaces de apalancar gastos en 10 puntos base durante el año, a pesar de los costos adicionales en los que incurrimos ocasionados por la pandemia. Este es un ejemplo de nuestro compromiso con el control de gastos y disciplina.

Como resultado, el margen EBITDA se expandió 20 puntos base en el año.

Revisando el desempeño por país, seguimos enfrentándonos a un entorno desafiante, sin embargo, estamos logrando crecer por arriba del mercado y ganando participación en la mayoría de los países.

Nicaragua, El Salvador y Guatemala crecieron sus ventas a unidades iguales; por su parte, Costa Rica y Honduras tuvieron un menor desempeño dado el ambiente macroeconómico de la región y a los impactos de la pandemia, con sus restricciones de operación.

OMNICANAL CENTROAMÉRICA

Queremos destacar el progreso omnicanal en Centroamérica, el cual nos permitió servir a nuestros clientes a pesar de estos tiempos sin precedentes, es impresionante como el equipo ha estado a la altura del reto y otorgó un servicio esencial a nuestros clientes.

Convertimos el desafío en oportunidad y habilitamos *On Demand* y *pickup* para seguir brindando un servicio esencial, ahora en línea.

Nuestra propuesta omnicanal ha tenido buena respuesta, para proporcionar una idea del potencial, las ventas de *eCommerce* ya representan 1% de las ventas totales, y en algunas tiendas han alcanzado una participación del 20% del total de su venta.

Continuaremos enfocándonos en los niveles de servicio y en brindar la mejor experiencia de compra; creemos que es fundamental continuar invirtiendo para mejorar nuestra propuesta de valor omnicanal, para seguir ganándonos la lealtad de nuestros clientes.



NUEVAS TIENDAS

Seguimos invirtiendo en México y en Centroamérica a pesar de encontrarnos en un entorno incierto, ya que creemos en el potencial a largo plazo de la región.

Reanudamos el crecimiento de tiendas nuevas a un ritmo más rápido. Seguimos las recomendaciones de las autoridades para la construcción y nos aseguramos de que las condiciones fueran seguras, de tal forma que, durante el año, abrimos 82 tiendas nuevas: 63 en México y 19 en Centroamérica. Esto incluyó dos nuevos Walmart Express, que obtuvieron resultados sorprendentes en su mes de apertura. Estamos muy entusiasmados con el potencial de este formato.

En el año, la contribución de tiendas nuevas al crecimiento de ventas totales fue del 1.5%.

SITUACIÓN FINANCIERA, LIQUIDEZ Y DISTRIBUCIÓN DE CAPITAL

Es en estos momentos cuando nuestra solidez financiera se vuelve aún más importante.

La generación de flujo operativo ha aumentado anualmente 9.2% (CAC del 2010 al 2020) y continuaremos enfocándonos en mejorar aún más nuestra posición de efectivo mediante un manejo disciplinado del negocio, para que podamos continuar invirtiendo y generando retornos.



CAPEX 2020

El año pasado no pudimos implementar nuestros planes de inversión como esperábamos, pero logramos hacer inversiones estratégicas para posicionar mejor a nuestro negocio, mientras continuamos generando retornos.

Invertimos 16,728 millones de pesos: 43% de la inversión se destinó a la remodelación y mantenimiento de tiendas existentes, 27% a la apertura de tiendas nuevas, 16% en *eCommerce* y tecnología y 14% al rediseño de la red logística.

Decidimos enfocar nuestra inversión en proyectos omnicanal, de automatización y de tecnología para acelerar la implementación de nuestra estrategia.

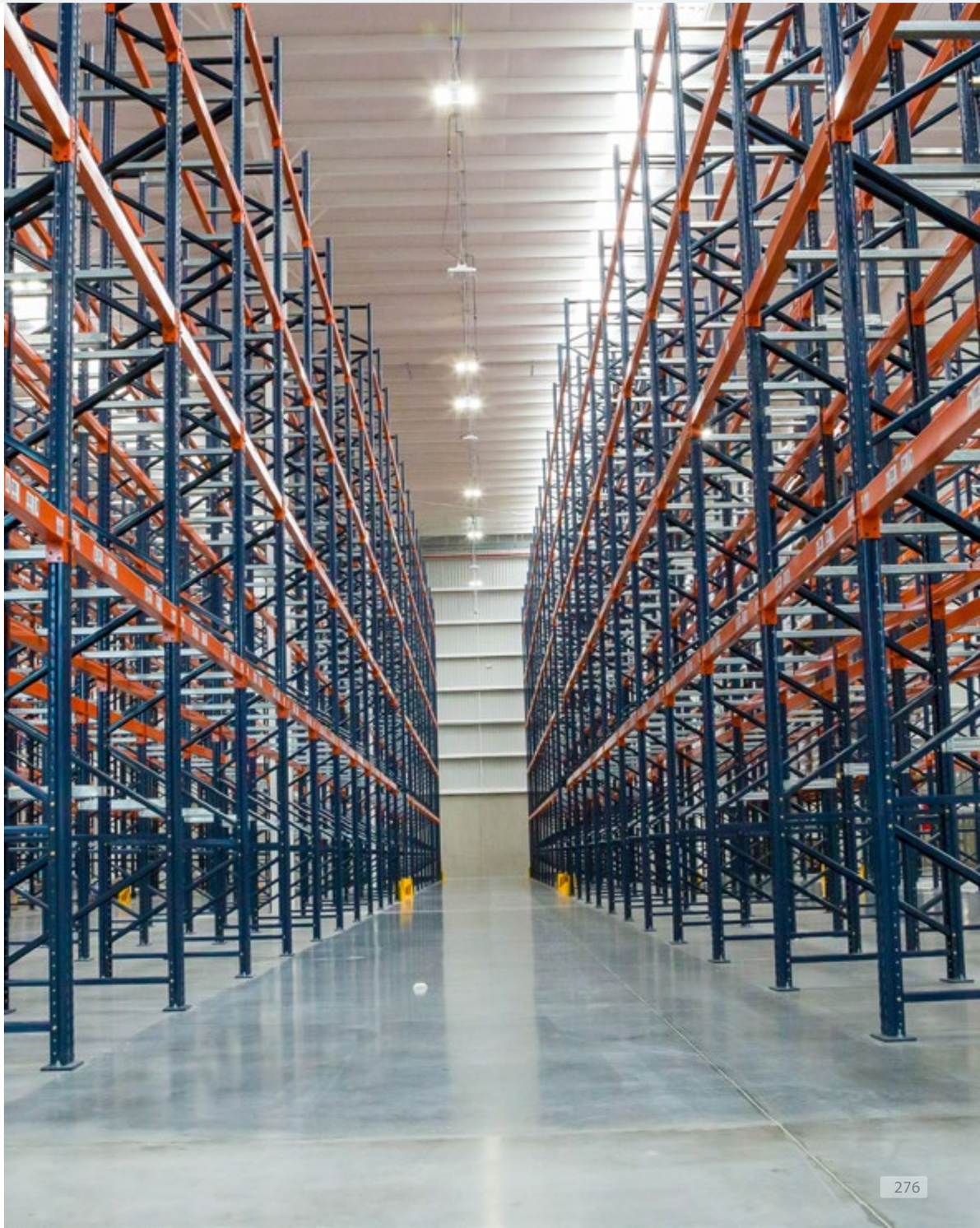
DIVIDENDOS

Estamos comprometidos a brindar retornos consistentes a los accionistas, mientras invertimos para el futuro.

El 17 de febrero de 2021, el Consejo de Administración de Walmex acordó recomendar una propuesta a los accionistas de un dividendo ordinario de 0.90 pesos por acción y un dividendo extraordinario de 0.73 pesos por acción; los dividendos totales suman 1.63 pesos por acción que se entregarán en dos pagos, uno en noviembre y el otro en diciembre de 2021.

Esperamos que la propuesta se apruebe en la Asamblea Anual de Accionistas que se celebrará el 23 de marzo de 2021.

También generamos retornos en forma de ganancias de capital. Durante los últimos cinco años, nuestras acciones han alcanzado un nuevo máximo todos los años, a pesar de la volatilidad en el entorno.



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 2020.

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.

Si bien el 2020 trajo consigo varios retos derivados de la pandemia, eso derivó al mismo tiempo en eficiencias y maneras diferentes de hacer las cosas. 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:

1. **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 trasferencia, cuyos conceptos son mencionados en la nota 12 de los Estados Financieros.

   c) De la propuesta de actualización del plan de compensaciones, dentro del cual se incluyen incentivos tanto para el corto como largo plazo, 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.

2. **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 2020, 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 2020 y sus modificaciones.

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 2020.

Atentamente,

Ing. Adolfo Cerezo.

Presidente de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias.

Ciudad de México, a 17 de febrero de 2021.

2020

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

ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019 con informe de los auditores independientes

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

INFORME DE LOS AUDITORES 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 2020, 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 2020, 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.

EVALUACIÓN DE DETERIORO DE INMUEBLES Y EQUIPO, ACTIVOS POR DERECHO DE USO, PROPIEDADES DE INVERSIÓN E INTANGIBLES

Descripción y por qué se consideró como asunto clave de auditoría

Hemos considerado como un asunto clave de auditoría el análisis de deterioro de inmuebles y equipo, activos por derecho de uso, propiedades de inversión e intangibles, debido a que la determinación del valor de recuperación es compleja, involucra un alto grado de juicio de la Administración de la Compañía y requiere que se realicen juicios y supuestos significativos que se ven afectados por condiciones futuras, como la rentabilidad y condiciones económicas, tasas de descuento, márgenes operativos, el costo promedio ponderado de capital, tasa de

capitalización y otros, los cuales son sensibles y se ven afectados por los cambios económicos y condiciones de mercado, entre otros factores. Adicionalmente, el cálculo del valor de recuperación conlleva el riesgo de que los flujos de efectivo futuros utilizados en su determinación difieran de las expectativas, o que los resultados sean distintos a los valores originalmente estimados. En adición, los saldos de los activos de larga duración sujetos a la determinación del valor de recuperación para las pruebas de deterioro son significativos al 31 de diciembre de 2020.

En las Notas 3 y 8 a 11 de los estados financieros consolidados adjuntos se incluyen las revelaciones sobre la evaluación de deterioro de los inmuebles y equipo, activos por derecho de uso, propiedades de inversión e intangibles.

Cómo respondimos al asunto clave de auditoría

Evaluamos el diseño y probamos la efectividad de los controles significativos con respecto al proceso de análisis de deterioro de los activos de larga duración al 31 de diciembre de 2020.

Analizamos los supuestos e hipótesis utilizados por la Administración de la Compañía para la identificación y agrupación de los activos de larga duración en cada unidad generadora de efectivo (UGE).

Evaluamos las proyecciones financieras de flujos de efectivo futuros utilizadas por la Administración de la Compañía en el análisis de deterioro de cada UGE que consideramos en nuestro alcance, verificando la información con la que se prepararon dichas proyecciones y analizando su consistencia con las tendencias históricas y los planes de negocio futuros. Evaluamos la composición de las UGE y los activos sujetos al análisis de deterioro asignados dentro de cada UGE. Analizamos los supuestos clave, considerando la sensibilidad de dichos supuestos. Involucramos a nuestros especialistas de valuación, para asistirnos en la evaluación de la razonabilidad de los supuestos clave y la metodología utilizada por la Administración de la Compañía en su análisis de deterioro según la Norma Internacional de Contabilidad ("NIC") 36, Deterioro del valor de los activos. Recalculamos de manera independiente los cálculos aritméticos de los modelos de valuación utilizados y analizamos la uniformidad de la definición de UGE aplicado por la Compañía.

Obtuvimos evidencia del estudio de deterioro que realizó la Administración de la Compañía sobre sus activos de larga duración y evaluamos la competencia, capacidades técnicas y objetividad de los especialistas valuadores externos de la Administración.

También evaluamos lo adecuado de las revelaciones relacionadas con la identificación y determinación del valor de recuperación de los inmuebles y equipo, activos por derecho de uso, propiedades de inversión e intangibles de los estados financieros consolidados adjuntos al 31 de diciembre de 2020.

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 2020. 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 sí 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 17 de febrero de 2021

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

ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES

(Miles de pesos)

GRI **102-5**

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2020	2019
Ventas netas	**$ 696,710,854**	$ 641,824,646
Otros ingresos (Nota 19)	**5,023,310**	5,021,788
Total ingresos	**701,734,164**	646,846,434
Costo de ventas	**(539,694,249)**	(498,795,631)
Utilidad bruta	**162,039,915**	148,050,803
Gastos generales (Nota 20)	**(105,041,809)**	(94,426,416)
Utilidad antes de otros productos y gastos	**56,998,106**	53,624,387
Otros productos	**1,069,547**	1,113,372
Otros gastos	**(620,372)**	(735,073)
Utilidad de operación	**57,447,281**	54,002,686
Ingresos financieros (Nota 21)	**3,512,917**	2,260,056
Gastos financieros (Nota 21)	**(11,496,111)**	(7,060,623)
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	**49,464,087**	49,202,119
Impuestos a la utilidad (Nota 16)	**(16,029,226)**	(11,304,347)
Utilidad neta consolidada	**$ 33,434,861**	$ 37,897,772

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2020	2019
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	**$ (423,816)**	$ (496,214)
Partidas que pueden reclasificarse posteriormente a resultados:		
Resultado por conversión de monedas extranjeras	**(305,573)**	(281,475)
Otras partidas de resultado integral	**(729,389)**	(777,689)
Utilidad integral	**$ 32,705,472**	$ 37,120,083
Utilidad básica por acción (en pesos)	**$ 1.915**	$ 2.170

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

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

ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

(Miles de pesos)

	Al 31 de diciembre de	
	2020	2019
Activos		
Activos circulantes:		
Efectivo y equivalentes de efectivo (Nota 5)	$ **35,670,360**	$ 30,857,090
Cuentas por cobrar, neto (Nota 6 y 12)	**16,993,754**	13,716,962
Inventarios (Nota 7)	**68,360,474**	67,553,214
Pagos anticipados y otros	**700,350**	1,777,900
Suma activos circulantes	**121,724,938**	113,905,166
Activos no circulantes:		
Inmuebles y equipo, neto (Nota 8)	**134,828,617**	132,119,505
Activos por derecho de uso (Nota 9)	**50,319,784**	49,675,185
Propiedades de inversión, neto (Nota 10)	**6,305,920**	6,644,218
Activos intangibles, neto (Nota 11)	**37,552,016**	37,083,590
Activos por impuestos diferidos (Nota 16)	**9,108,261**	7,908,566
Otros activos no circulantes	**2,043,565**	1,836,039
Suma activos	**361,883,101**	349,172,269

	Al 31 de diciembre de	
	2020	2019
Pasivos y capital contable		
Pasivos a corto plazo:		
Cuentas por pagar	**$ 92,356,297**	$ 87,115,823
Pasivos por arrendamiento a corto plazo	**3,216,799**	3,044,328
Otras cuentas por pagar (Nota 13)	**24,840,589**	21,117,370
Impuestos a la utilidad	**2,656,232**	2,221,427
Suma pasivos a corto plazo	**123,069,917**	113,498,948
Pasivos a largo plazo:		
Pasivos por arrendamiento y otros pasivos a largo plazo (Nota 15)	**60,706,593**	58,698,700
Pasivos por impuestos a la utilidad (Nota 16)	**6,402,935**	6,741,568
Beneficios a los empleados (Nota 17)	**2,584,963**	2,088,286
Suma pasivos	**192,764,408**	181,027,502
Capital contable (Nota 18):		
Capital social	**45,468,428**	45,468,428
Utilidades acumuladas	**111,361,546**	108,860,208
Otras partidas de utilidad integral	**14,411,368**	15,140,757
Prima en venta de acciones	**4,543,745**	4,318,104
Fondo para el plan de acciones al personal	**(6,666,394)**	(5,642,730)
Suma capital contable	**169,118,693**	168,144,767
Suma pasivos y capital contable	**$ 361,883,101**	$ 349,172,269

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

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

ESTADOS CONSOLIDADOS DE CAMBIOS EN EL CAPITAL CONTABLE

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2020 y 2019
(Miles de pesos)

	Utilidades acumuladas						
	Capital social	Reserva	Utilidades	Otras partidas de utilidad integral	Prima en venta de acciones	Fondo para el plan de acciones al personal	Suma capital contable
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
Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal					**225,641**	**(1,023,664)**	**(798,023)**
Dividendos decretados			**(30,933,523)**				**(30,933,523)**
Utilidad integral			**33,434,861**	**(729,389)**			**32,705,472**
Saldos al 31 de diciembre de 2020	**$ 45,468,428**	**$ 9,104,745**	**$ 102,256,801**	**$ 14,411,368**	**$ 4,543,745**	**$ (6,666,394)**	**$ 169,118,693**

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

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

ESTADOS CONSOLIDADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO

(Miles de pesos)

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2020	2019
Actividades de operación		
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	**$ 49,464,087**	$ 49,202,119
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Depreciación y amortización	**17,939,624**	17,002,507
Pérdida por bajas de inmuebles, equipo y deterioro	**(58,314)**	126,777
Gasto de compensación por opciones de acciones	**386,922**	330,777
Intereses a favor	**(986,291)**	(1,218,688)
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
Intereses a cargo de pasivos por arrendamiento	**6,409,888**	6,209,972
Fluctuación cambiaria no realizada	**(615,274)**	112,162
Provisión por obligaciones laborales	**585,943**	496,173
Intereses a cargo	**94,861**	244,617
Flujo proveniente de resultados	**73,221,446**	72,506,416
Variaciones en:		
Cuentas por cobrar	**(2,711,141)**	(1,980,704)
Inventarios	**(562,523)**	(4,385,071)
Pagos anticipados y otros activos	**706,083**	106,526
Cuentas por pagar	**4,938,201**	2,153,057
Otras cuentas por pagar	**2,703,941**	(912,022)
Impuestos a la utilidad pagados	**(16,191,826)**	(9,450,296)
Beneficio a los empleados	**(731,115)**	(681,411)
Flujos netos de efectivo generados en actividades de operación	**61,373,066**	57,356,495

	Por los años terminados el 31 de diciembre de	
	2020	2019
Actividades de inversión		
Activos de larga duración de vida definida	**$ (16,728,102)**	$ (20,574,830)
Intereses cobrados	**986,291**	1,218,688
Cobros por venta de inmuebles y equipo	**397,872**	218,959
Fondo para el plan de acciones al personal	**(1,184,945)**	(543,916)
Flujos netos de efectivo utilizados por actividades de inversión	**(16,528,884)**	(19,681,099)
Actividades de financiamiento		
Pago de dividendos	**(30,933,523)**	(35,957,290)
Intereses pagados	**(94,861)**	(244,617)
Pagos de pasivos por arrendamiento	**(8,675,223)**	(8,076,297)
Flujos netos de efectivo utilizados por actividades de financiamiento	**(39,703,607)**	(44,278,204)
Efectos por cambios en el valor del efectivo	**(327,305)**	(1,369,700)
Incremento (decremento) neto de efectivo y equivalentes de efectivo	**4,813,270**	(7,972,508)
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del año	**30,857,090**	38,829,598
Efectivo y equivalentes de efectivo al fin del año	**$ 35,670,360**	$ 30,857,090
Transacciones que no generan flujo de efectivo:		
Altas de activos por derechos de uso	**$ 1,819,675**	$ 2,447,597
Modificaciones y actualizaciones	**2,853,228**	5,670,229

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

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

NOTAS SOBRE LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019
(Miles de pesos, excepto en donde se indique algo diferente)

GRI **102-5**

1. INFORMACIÓN CORPORATIVA Y EVENTOS RELEVANTES

a) Información corporativa

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 2020 de 2,088 tiendas de descuento Bodega Aurrerá, 287 hipermercados Walmart, 89 supermercados Superama, 6 supermercados Walmart Express y 164 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 2020 de 563 tiendas de descuento Despensa Familiar y Palí, 100 supermercados Paiz, La Despensa de Don Juan, La Unión y Más x Menos, 157 Bodegas, Maxi Bodega y Maxi Palí; y 35 hipermercados Walmart y se localizan en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

b) Transacciones y eventos relevantes

El 25 de mayo de 2020, **WALMEX** realizó el pago total de $8,079 millones de pesos al Servicio de Administración Tributaria (SAT) para concluir asuntos fiscales sustanciales (incluyendo lo relativo a la venta de la división de restaurantes de VIPS a Alsea). Este monto está reconocido en los siguientes rubros de los estados financieros por el año terminado el 31 de diciembre de 2020: gastos generales (IVA) por $1,813 millones; gastos financieros (recargos) por $2,406 millones; impuestos a la utilidad (ISR) por $3,856 millones e impuesto sobre la renta por recuperar (balance general) por $4 millones.

2. NUEVOS PRONUNCIAMIENTOS

a) NIIFs nuevas y revisadas que entraron en vigor el 1 de enero de 2020

Modificaciones a la NIIF 3, "Combinación de negocios"

El Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB por sus siglas en inglés) 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. Estas modificaciones no tuvieron impacto en los estados financieros consolidados de WALMEX.

Modificaciones a las NIIF 7, NIIF 9 y NIC 39 "Reforma de la tasa de interés de referencia"

Las modificaciones a la NIIF 9 y la NIC 39 "Instrumentos financieros: reconocimiento y medición" proporcionan una serie de exenciones que se aplican a todas las relaciones de cobertura que se ven directamente afectadas por la reforma de la tasa de interés de referencia. Una relación de cobertura se ve afectada si la reforma da lugar a incertidumbre sobre el momento y / o el monto de los flujos de efectivo basados en índices de referencia de la partida cubierta o del instrumento de cobertura. Estas modificaciones no tienen impacto en los estados financieros consolidados de la Compañía al no tener relaciones de cobertura de tipos de interés.

Modificaciones a las NIC 1, "Presentación de estados financieros" y NIC 8, "Políticas contables, cambios en las estimaciones contables y errores"

Las modificaciones proporcionan una nueva definición de "material" que establece que "La información es material o tiene importancia relativa si su omisión, expresión inadecuada u ocultamiento de información podría esperarse razonablemente que influya sobre las decisiones que los usuarios principales de los estados financieros con propósito general toman a partir de los estados financieros". Las modificaciones aclaran que la materialidad dependerá de la naturaleza o magnitud de la información, ya sea individualmente o en combinación con otra información, en el contexto de los estados financieros. Estas modificaciones no han tenido impacto en los estados financieros consolidados de **WALMEX** ni se espera que se produzcan en el futuro.

Modificaciones al marco conceptual para la información financiera

El Marco Conceptual no es un estándar y ninguno de los conceptos contenidos en él prevalece sobre los conceptos o requisitos de ningún estándar. El propósito del Marco Conceptual es ayudar al IASB en el desarrollo de estándares, ayudar a los preparadores a desarrollar políticas contables consistentes donde no exista un estándar aplicable en su lugar y ayudar a todas las partes a comprender e interpretar los estándares. Esto afectará a aquellas entidades que desarrollaron sus políticas contables con base en este Marco. El Marco Conceptual revisado incluye algunos conceptos nuevos, definiciones actualizadas y criterios de reconocimiento para activos y pasivos y aclara algunos conceptos importantes. Estas modificaciones no han tenido impacto en los estados financieros consolidados de la Compañía.

Modificaciones a la NIIF 16 Concesiones de rentas relacionadas con el Covid-19

El 28 de mayo de 2020, el IASB emitió la modificación a la NIIF 16 por las concesiones de rentas relacionadas con Covid-19. Estas modificaciones orientan a los arrendatarios sobre la contabilización de modificaciones de arrendamientos para concesiones de rentas que surjan como consecuencia directa de la pandemia Covid-19. Un arrendatario puede optar por no evaluar si una concesión de renta relacionada con Covid-19 de un arrendador es una modificación de arrendamiento.

La enmienda se aplica a los períodos anuales de presentación de informes que comiencen a partir del 1 de junio de 2020 y permite su aplicación temprana en los estados financieros. Esta modificación no ha tenido impacto significativo en los estados financieros consolidados de la Compañía.

b) NIIFs que han sido emitidas pero que aún no entran en vigor

NIIF 17, "Contratos de Seguro"

Esta NIIF reemplazará a la NIIF 4, "Contratos de seguro" 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 los 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 períodos de presentación de informes que comiencen a partir del 1 de enero de 2023, con cifras comparativas requeridas. Se permite la aplicación anticipada, siempre que la entidad también aplique la NIIF 9 y la NIIF 15 en o antes de la fecha en que se 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.

Modificaciones a la NIC 1, "Clasificación de pasivos como corrientes o no corrientes"

En enero de 2020, el IASB emitió modificaciones a los párrafos 69 a 76 de la NIC 1, los cuales especifican los requisitos de clasificación de los pasivos en corrientes o no corrientes. Dichas modificaciones incluyen:

- Cambios en los criterios para clasificar un pasivo en corriente y no corriente.
- Consideraciones sobre derecho sustancial para diferir la liquidación del pasivo.
- Definición de liquidación y posibilidad de realizar la liquidación de pasivos con efectivo u otros recursos económicos o con instrumentos de patrimonio propio de la entidad.
- Nuevas revelaciones por diferimiento de pasivos.

La clasificación como pasivo corriente o no corriente no se verá afectada por la probabilidad de que una entidad ejerza su derecho de diferimiento o no.

Las modificaciones son efectivas para los períodos anuales de presentación de informes que comiencen a partir del 1 de enero de 2023 y deben ser aplicadas retrospectivamente. La Administración de la Compañía está evaluando actualmente el impacto que tendrán las modificaciones en la práctica y si los acuerdos de préstamo existentes pueden requerir renegociación.

Referencia al marco conceptual - Modificaciones a la NIIF 3, "Combinaciones de Negocios"

En mayo de 2020, el IASB emitió modificaciones a la NIIF 3, "Combinaciones de negocios. Estas modificaciones están destinadas a reemplazar una referencia al Marco para la Preparación y Presentación de Estados Financieros, emitida en 1989, con referencia al Marco Conceptual de Informe financiero emitido en marzo de 2018 sin cambiar significativamente sus requisitos.

El IASB también agregó una excepción al principio de reconocimiento de la NIIF 3 para evitar el problema de potenciales ganancias o pérdidas que surgen de pasivos y pasivos contingentes que estarían dentro del alcance de la NIC 37 o CINIIF 21 "Gravámenes", si se incurren por separado.

Al mismo tiempo, el Consejo decidió aclarar las guías existentes en la NIIF 3 para activos contingentes que no se verán afectados por la sustitución de la referencia al Marco para la Preparación y Presentación de Declaraciones.

Las modificaciones son efectivas para los períodos anuales de presentación de informes que comiencen a partir del 1 de enero de 2022 y se aplican prospectivamente.

No se espera que las modificaciones tengan un impacto material en los estados financieros consolidados de la Compañía.

Modificaciones a la NIC 16 "Propiedades, planta y equipo – Ingresos antes del uso previsto"

En mayo de 2020, el IASB emitió modificaciones a las NIC 16 Propiedades, planta y equipo, respecto de ingresos antes del uso previsto, que prohíbe a las entidades deducir del costo de un elemento de propiedad, planta y equipo; cualquier producto de la venta de artículos producidos mientras se lleva ese activo a la ubicación y condición necesarias para que sea capaz de operar de la manera prevista por la gerencia. En cambio, una entidad debe reconocer el producto de la venta de dichos artículos, y los costos de producción de esos artículos directamente en resultados.

La enmienda es efectiva para los períodos anuales que comienzan a partir del 1 de enero de 2022 y debe aplicarse retrospectivamente a elementos de propiedades, planta y equipo que estén disponibles para su uso en o después del comienzo del primer período presentado cuando la entidad aplica por primera vez la modificación.

No se espera que las modificaciones tengan un impacto material en los estados financieros consolidados de la Compañía.

Modificaciones a la NIC 37 "Contratos onerosos – Costos de cumplir un contrato"

En mayo de 2020, el IASB emitió modificaciones a la NIC 37 para especificar qué costos debe incluir una entidad cuando evalúa si un contrato es oneroso o deficitario.

Las enmiendas aplican un "enfoque de costos directamente relacionado". Los costos que se relacionan directamente con un contrato para proporcionar los bienes o servicios incluyen tanto costos incrementales como una asignación de costos directamente relacionados con las actividades del contrato. Los costos generales y administrativos no se relacionan directamente con un contrato y están excluidos a menos que estén explícitamente a cargo de la contraparte en virtud del contrato.

Las modificaciones son efectivas para los periodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2022. La Compañía aplicará estas modificaciones a los contratos para los que aún no haya cumplido con todas sus obligaciones al inicio del período anual de presentación de informes en el que aplica por primera vez las modificaciones.

No se espera que las modificaciones tengan un impacto material en los estados financieros consolidados de la Compañía.

Mejoras anuales del ciclo 2018-2020 que entrarán en vigor en 2020.

NIIF 1, "Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera – Subsidiaria adoptante por primera vez"

El IASB emitió una enmienda a la NIIF 1. La enmienda permite a una subsidiaria, asociada o negocio conjunto que opta por aplicar el párrafo D16 (a) de la NIIF 1 para medir las diferencias de conversión acumuladas utilizando los montos informados por la matriz, con base en la fecha de transición de la matriz a las NIIF. Esta enmienda también aplica a una asociada o negocio conjunto que opte por aplicar el párrafo D16 (a) de la NIIF 1.

La enmienda es efectiva para los períodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2022 y se permite su adopción anticipada. Se estima que esta enmienda no tendrá impacto significativo en los estados financieros consolidados de la Compañía.

NIIF 9, "Instrumentos financieros – Comisiones en la prueba del '10 por ciento' para la baja en cuentas de pasivos financieros"

El IASB emitió modificaciones a la NIIF 9. La enmienda menciona que al dar de baja un pasivo financiero que ha sido modificado o intercambiado, se deberá evaluar si los términos son sustancialmente diferentes entre el pasivo financiero nuevo o modificado y el pasivo financiero original. Se considera una diferencia sustancial cuando el valor presente de los flujos de efectivo descontados bajo las nuevas condiciones, incluyendo comisiones pagadas netas, difiere al menos en un 10 por ciento del valor presente descontado de los flujos de efectivo que todavía resten del pasivo financiero original, utilizando para el descuento la tasa de interés efectiva original.

La enmienda es efectiva para los períodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2022 con adopción anticipada permitida. La Compañía aplicará las modificaciones a los pasivos financieros que se modifiquen o canjeen en o después del comienzo del período anual sobre el que se informa en el que la entidad aplica por primera vez la modificación.

No se espera que las modificaciones tengan un impacto material en los estados financieros consolidados de la Compañía.

NIC 41, "Agricultura – Tributación en las mediciones del valor razonable"

El IASB emitió modificaciones a la NIC 41, "Agricultura", mismas que eliminan el requerimiento de que las entidades excluyan flujos de efectivo por impuestos al medir el valor razonable de los activos dentro del alcance de esta norma.

Estas modificaciones son efectivas para los periodos anuales que inicien a partir del 1 de enero de 2022 y su adopción anticipada está permitida. La administración de la Compañía considera

que no se tendrá un impacto material en los estados financieros consolidados derivado de la aplicación de estas modificaciones.

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 2019.

a) Bases de preparación

Los estados financieros consolidados adjuntos han sido preparados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (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 en otras partidas de utilidad integral.

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 subsidiarias y/o entidades participadas que se consolidan se eliminan para efectos de la consolidación.

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 $(39,343) en 2020 y $(12,797) en 2019; y el estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2020 y 2019, contiene un remanente atribuible al interés minoritario de las entidades participadas por $(52,139) y $(16,289), respectivamente.

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 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 cancelar un pasivo por un período mínimo de doce meses se presenta en un rubro por separado en el estado 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 sobre divisas (Fx-Forward) 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 subscribe 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 nuestras 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 del 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 por la construcción de nuevas tiendas y adecuaciones; se registran a su costo, una vez concluidas se reclasifican como inmuebles e inician su depreciación.

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 coma 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%

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

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 incremental de **WALMEX**.

Posteriormente al reconocimiento inicial, el pasivo por arrendamiento se mide al costo amortizado utilizando el método de interés efectivo. Estos 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

La Compañía obtiene 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 de 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 utilizadas por la alta Dirección para los próximos cinco años.

El crédito mercantil se convierte al tipo de cambio de cierre y el efecto 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

Impuesto causado y diferido

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.

Posiciones fiscales inciertas

La Compañía revisa sus criterios de reconocimiento y medición de los 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 en cada jurisdicción donde **WALMEX** opera aceptará la posición fiscal bajo las leyes fiscales vigentes.

Si la Compañía concluye que es probable que se acepte un tratamiento fiscal particular, determina 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 Compañía concluye que no es probable que la autoridad fiscal acepte un tratamiento fiscal particular, la entidad utiliza el monto más probable o el valor esperado del tratamiento fiscal que aceptaría la autoridad al determinar la utilidad fiscal (pérdida fiscal), bases fiscales, pérdidas fiscales no utilizadas, créditos fiscales no utilizados o tasas fiscales.

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 a 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 son pagados en caso de despido injustificado 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 2020, 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.

Dividendos:

La Compañía reconoce un pasivo para pagar dividendos cuando éstos se decretan y son aprobados mediante una asamblea de accionistas. La provisión correspondiente se reconoce directamente como una disminución al capital contable.

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 registran a su costo de adquisición, con el fin otorgar beneficios de pagos basados en 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.

La política actual comprende dos planes otorgados a los ejecutivos; el primero otorga opciones de compra sobre acciones y el segundo consiste en otorgar acciones restringidas (este último se ofrece únicamente a ciertos niveles ejecutivos). En el plan para otorgar opciones de compra, el derecho para ejercer la opción se libera 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 fecha de asignación.

En el plan donde se otorgan 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 posterior al primer año, y que puede hacer que disminuya o aumente la asignación original, en un rango de 0% a 150%.

Conforme a lo establecido en la política anterior, los ejecutivos tenían derecho a ejercer la opción de compra de las acciones en cinco años en partes iguales. El derecho para ejercer la opción de compra era de 10 años contados a partir de la fecha de asignación o 60 días posteriores a la fecha de retiro del ejecutivo de la Compañía, y no existía el plan de acciones restringidas.

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 de comercio electrónico ("eCommerce") 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 su vigencia y se presentan en el rubro de otros ingresos del estado consolidado de resultados integral.

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

Los ingresos por 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 2020 y 2019 es de $0.002 y $0.001 respectivamente pesos por acción.

u) Segmentos de operación

La información financiera por segmentos es preparada en función de la información utilizada por la alta Dirección de la Compañía (Chief Operating Decisión 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 el rubro 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 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.

V. **Acontecimientos recientes.** Durante 2020, ocurrieron acontecimientos a nivel internacional y nacional que han repercutido en la volatilidad de los indicadores económicos y de mercado tanto en México como en Centroamérica.

   Dichos acontecimientos se derivaron de la contingencia generada por la pandemia de COVID-19, así como por la disminución en los precios del petróleo. Esto originó una depreciación del peso mexicano, limitaciones en la movilidad de las personas, pérdida de empleos y por consiguiente una reducción en su capacidad de generar ingresos, incremento en gastos operativos por apoyos adicionales al personal y diversas medidas de seguridad e higiene; así como mayor riesgo de recuperación de las cuentas por cobrar (principalmente referente a las rentas de inquilinos).

   A la fecha del reporte, el efecto financiero de la combinación de estos eventos no tuvo un impacto adverso significativo en los estados financieros tomados en su conjunto.

b) Factores de riesgo financiero

Las actividades de la Compañía están expuestas a diversos riesgos financieros tales como: riesgo de tipo de cambio, riesgo de tasa de interés y riesgo de liquidez. 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 2020, el tipo de cambio utilizado para convertir los activos y pasivos denominados en dólares fue de $19.90 por dólar ($18.93 en 2019).

Considerando la posición monetaria neta en dólares que se tiene al 31 de diciembre de 2020, 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 $204,313.

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 2020 y 2019, 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:

	2020		2019	
Contratos vigentes		**281**		292
Monto nocional (millones de dólares)	**US$**	**163.83**	US$	167.30
Monto nocional (millones de pesos)	**MXN$**	**3,357.56**	MXN$	3,247.20
Valor razonable neto (millones de pesos)	**MXN$**	**(82.19)**	MXN$	(55.90)

Cada operación de Fx-forwards contratada con las instituciones bancarias se acuerda mediante una carta confirmación y consiste en el intercambio en especie de divisas con la misma contraparte que ocurre simultáneamente a la fecha de liquidación pactada en la carta confirmación.

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 2020 entre 1.60% y 7.42%. Al 31 de diciembre de 2020 se obtuvieron productos financieros por intereses por un monto de $986,291 ($1,218,688 en 2019).

Considerando las inversiones de inmediata realización que se tienen al 31 de diciembre de 2020, 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 $98,348.

Riesgo de liquidez:

La Compañía está sujeta a riesgos de liquidez para hacer frente a sus obligaciones de pago a proveedores, pago de impuestos, adquisiciones de activo fijo y otros requerimientos de capital de trabajo, las cuales son solventadas mediante el flujo de efectivo generado en la operación. Por esta razón, a fin de evitar el incumplimiento de sus obligaciones, la Compañía tiene contratadas líneas de crédito y sobregiro con diferentes instituciones bancarias.

Al 31 de diciembre de 2020, las líneas de crédito y sobregiro contratadas y no utilizadas ascienden a $41,001 millones de pesos que proporcionan liquidez adicional a la generada en la operación en caso de ser necesario.

5. EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO

El efectivo y equivalentes de efectivo al 31 de diciembre de 2020 y 2019, se integran como sigue:

	2020	2019
Efectivo en caja y bancos	**$ 26,577,187**	$ 19,168,562
Inversiones de realización inmediata	**9,093,173**	11,688,528
	$ 35,670,360	$ 30,857,090

El efectivo restringido al 31 de diciembre de 2020 asciende a $188,487 ($116,480 en 2019).

6. CUENTAS POR COBRAR

Las cuentas por cobrar al 31 de diciembre de 2020 y 2019, se integra como sigue:

	2020	2019
ISR, IVA e IEPS a favor	**$ 13,304,798**	$ 9,901,836
Clientes	**1,605,021**	2,307,348
Otras cuentas por cobrar	**2,554,894**	1,611,393
Partes relacionadas (Nota 12)	**33,543**	95,736
Provisión para deterioro de otras cuentas por cobrar [1]	**(504,502)**	(199,351)
	$ 16,993,754	$ 13,716,962

Las cuentas por cobrar a clientes tienen un plazo promedio de cobro de 30 a 90 días.

[1] Incluye $187 millones de provisión para deterioro de otras cuentas por cobrar por rentas a inquilinos. Las rentas por cobrar a inquilinos ascienden a $487 millones y están incluidas dentro del renglón de otras cuentas por cobrar. Debido a la contingencia generada por la pandemia de COVID-19, el riesgo de recuperación de las mismas se ha incrementado.

7. INVENTARIOS

Los inventarios al 31 de diciembre de 2020 y 2019, se integran como sigue:

	2020	2019
Mercancía para la venta	**$ 64,648,896**	$ 63,951,823
Desarrollo Agro-industrial	**842,787**	841,245
	65,491,683	64,793,068
Mercancía en tránsito	**2,868,791**	2,760,146
	$ 68,360,474	$ 67,553,214

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019, el efecto del deterioro de los inventarios es de $1,351,173 y $1,326,742, 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 2020 y 2019 se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2018	Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2019	Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2020
Costo:											
Terrenos	$ 30,180,274	$ 405,314	$(15,251)	$ 594,790	$ (32,687)	$ 31,132,440	**$ 417,018**	**$ (56,797)**	**$ 180,312**	**$ 20,107**	**$ 31,693,080**
Edificios	63,088,410	1,281,157	(814,475)	4,766,994	(208,660)	68,113,426	**1,337,321**	**(209,148)**	**2,939,215**	**99,484**	**72,280,298**
Instalaciones y mejoras	44,846,897	572	(538,637)	4,544,817	(189,483)	48,664,166	**968**	**(2,260)**	**3,558,317**	**214,515**	**52,435,706**
Mobiliario y equipo	75,374,158	4,112,212	(2,613,994)	5,283,148	(394,982)	81,760,542	**3,928,784**	**(16,255,015)**	**3,758,754**	**286,294**	**73,479,359**
Subtotal	213,489,739	5,799,255	(3,982,357)	15,189,749	(825,812)	229,670,574	**5,684,091**	**(16,523,220)**	**10,436,598**	**620,400**	**229,888,443**
Depreciación acumulada:											
Edificios	(29,117,379)	(2,629,693)	721,388	(540,949)	62,479	(31,504,154)	**(2,964,692)**	**141,274**	**(118,591)**	**30,656**	**(34,415,507)**
Instalaciones y mejoras	(19,402,252)	(2,837,370)	(727,598)	229,299	84,227	(22,653,694)	**(3,067,257)**	**5,160**	**((19,132)**	**(49,293)**	**(25,784,216)**
Mobiliario y equipo	(44,287,573)	(6,842,173)	2,494,515	6,103	203,465	(48,425,663)	**(7,178,999)**	**16,074,474**	**36,502**	**(5,490)**	**(39,499,176)**
Subtotal	(92,807,204)	(12,309,236)	2,488,305	(305,547)	350,171	(102,583,511)	**(13,210,948)**	**16,220,908**	**(101,221)**	**(24,127)**	**(99,698,899)**
Obras en proceso	5,960,743	14,461,558	(392,124)	(14,964,314)	(33,421)	5,032,442	**10,224,241**	**8,870**	**(10,467,560)**	**(158,920)**	**4,639,073**
Total	$ 126,643,278	$ 7,951,577	$(1,886,176)	$ (80,112)	$ (509,062)	$ 132,119,505	**$ 2,697,384**	**$ (293,442)**	**$ (132,183)**	**$ 437,353**	**$ 134,828,617**

La depreciación por el año que terminó al 31 de diciembre de 2020 y 2019, ascendió a $12,876,087 y $12,038,867, respectivamente, y está incluido en gastos generales en el estado consolidado de resultados integral. La depreciación incluida en el costo de ventas ascendió a $334,861 y $270,369, respectivamente.

El deterioro de inmuebles por el año que terminó el 31 de diciembre de 2020 y 2019, ascendió a $8,143 y $8,076, respectivamente, y se presenta en la columna de bajas. También se reversaron deterioros por $2,097 y $37,564, respectivamente.

9. ARRENDAMIENTOS

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 2020 y 2019, el activo por derecho de uso se integra como sigue:

	2020	2019
Saldo al inicio del año	**$ 49,675,185**	$ 12,724,731
Efecto de adopción de NIIF 16	**-**	33,812,340
Altas de activos por derechos de uso	**1,819,675**	2,447,597
Modificaciones y actualizaciones	**2,853,228**	5,670,229
Bajas	**(187,437)**	(473,459)
Depreciación del periodo	**(3,893,398)**	(3,844,268)
Traspasos	**(137,074)**	(851,965)
Efecto por conversión	**189,605**	189,980
Saldo al final del año	**$ 50,319,784**	$ 49,675,185

Al 31 de diciembre de 2020 el saldo de los activos por derecho de uso de inmuebles asciende a $48,671,340 ($47,488,942 en 2019) y mobiliario y equipo por $1,648,444 ($2,186,243 en 2019).

Los pasivos por arrendamiento se integran como sigue:

Año	Al 31 de diciembre de 2020
2021	**$ 8,711,518**
2022	**8,348,178**
2023	**7,944,476**
2024	**7,685,599**
2025	**7,449,804**
2026 en adelante	**101,595,596**
Pagos a valor nominal	**141,735,171**
Ajuste por valor presente	**(81,996,960)**
Pasivo por arrendamiento - neto	**$ 59,738,211**

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 por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2020 y 2019, se muestran a continuación:

	2020	2019
Gasto de depreciación de los activos por derecho de uso por tipo de activo:		
Inmuebles	**$ 3,514,541**	$ 3,218,362
Equipos	**$ 378,857**	$ 625,906
Intereses por pasivos por arrendamiento	**$ 6,409,888**	$ 5,752,506
Gasto de renta por arrendamientos a corto plazo	**$ 379,211**	$ 495,219
Gasto de renta por arrendamientos de activos de bajo valor	**$ 13,853**	$ 4,260
Gasto de renta variable (no incluido en la medición de pasivos por arrendamiento)	**$ 3,291,749**	$ 2,656,794
Ingresos por renta por subarrendamiento	**$ (471,070)**	$ (114,085)

Los importes reconocidos en el estado consolidado de flujos de efectivo, se muestran a continuación:

	2020	2019
Pagos de renta – principal	**$ 2,265,335**	$ 2,323,791
Pagos de renta – interés	**$ 6,409,888**	$ 5,752,506
Altas de activos por derecho de uso	**$ 1,819,675**	$ 2,447,597
Modificaciones y actualizaciones	**$ 2,853,228**	$ 5,670,229

10. PROPIEDADES DE INVERSIÓN

Las propiedades de inversión al 31 de diciembre de 2020 y 2019 se integra como sigue:

	Diciembre 31, 2018	Adiciones	Bajas	Modificatorios y actualizaciones	Traspasos	Diciembre 31, 2019	Adiciones	Bajas	Modificatorios y actualizaciones	Traspasos	Diciembre 31, 2020
Terrenos	$ 2,553,534	$ 12	$ (6,669)	$ -	$ 3,402	$ 2,550,279	**$.**	**$ (63,264)**	**$ -**	**$ -**	**$ 2,487,015**
Edificios	2,656,508	22,730	(184,481)	1,654,160	1,802,852	5,951,769	**14,595**	**(38,302)**	**133,972**	**(498)**	**6,061,536**
Instalaciones y mejoras	2,368,303	-	(57,028)	-	(658,693)	1,652,582	**-**	**(124,352)**	**-**	**-**	**1,528,230**
Subtotal	7,578,345	22,742	(248,178)	1,654,160	1,147,561	10,154,630	**14,595**	**(225,918)**	**133,972**	**(498)**	**10,076,781**
Depreciación acumulada	(2,724,375)	(369,977)	61,997	(126,102)	(351,955)	(3,510,412)	**(358,985)**	**99,961**	**(1,465)**	**40**	**(3,770,861)**
Total	$ 4,853,970	$ (347,235)	$ (186,181)	$ 1,528,058	$ 795,606	$ 6,644,218	**$ (344,390)**	**$ (125,957)**	**$ 132,507**	**$ (458)**	**$ 6,305,920**

El gasto por depreciación por el año que terminó el 31 de diciembre de 2020 y 2019, ascendió a $358,985 y $369,977, y está incluido en gastos generales del estado consolidado de resultados integral.

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 2020 y 2019, 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). La Compañía determina el valor razonable estimado con base en sus ingresos anuales por alquiler antes de gastos, divididos por la tasa de capitalización usada en el sector inmobiliario (Cap rate). Los ingresos anuales por alquiler antes de gastos por el año que terminó el 31 de diciembre de 2020 se redujeron en un 24% con respecto al año anterior debido principalmente a la contingencia provocada por la pandemia de COVID-19; por otra parte, las tasas de capitalización utilizadas para el año que terminó el 31 de diciembre de 2020 y 2019, fue de 8.5% para ambos periodos. Tanto los efectos en los ingresos anuales como la actualización de la tasa de capitalización fueron considerados en el cálculo del valor razonable estimado.

La Administración de la Compañía determinó que no existen indicios de deterioro de las propiedades de inversión a1 31 de diciembre de 2020 y 2019. El valor razonable estimado de las propiedades de inversión al 31 de diciembre de 2020 y 2019 es de $7,011,501 y $9,238,994, respectivamente. La Compañía compara el valor razonable estimado y el valor neto en libros para determinar si existen indicios de deterioro.

11. ACTIVOS INTANGIBLES

Los activos intangibles al 31 de diciembre de 2020 y 2019 se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2018	Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2019	Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2020
Crédito mercantil	$ 34,989,210	$ -	$ -	$ -	$ 156,151	$ 35,145,361	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ (147,981)**	**$ 34,997,380**
Marcas	868,246	1,234	-	-	(12,693)	856,787	**625**	**-**	**-**	**13,902**	**871,314**
Licencias y software	3,008,817	290,041	(6,155)	136,142	247	3,429,092	**804,550**	**(14,657)**	**269,841**	**41,137**	**4,529,963**
Clientes	215,024	-	-	-	4,076	219,100	**-**	**-**	**-**	**(3,875)**	**215,225**
Subtotal	39,081,297	291,275	(6,155)	136,142	147,781	39,650,340	**805,175**	**(14,657)**	**269,841**	**(96,817)**	**40,613,882**
Amortización acumulada	(2,083,558)	(479,026)	(177)	329	(4,318)	(2,566,750)	**(476,293)**	**5,853**	**(126)**	**(24,550)**	**(3,061,866)**
Total	$ 36,997,739	$ (187,751)	$ (6,332)	$ 136,471	$ 143,463	$ 37,083,590	**$ 328,882**	**$ (8,804)**	**$ 269,715**	**$ (121,367)**	**$ 37,552,016**

Las marcas representan aquellas que fueron adquiridas en la compra de Centroamérica tales como: Pali, Despensa Familiar, Maxi Bodega, entre otras; se convierten at 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 2020 y 2019, ascendió a $476,293 y $479,026, respectivamente, y está incluido en el rubro de gastos generales en el estado consolidado de resultados integrales.

Los supuestos utilizados en el cálculo del deterioro del crédito mercantil son:

- Valor Neto en libros de los activos de larga duración de vida definida e indefinida.
- Periodo de proyección de supuestos financieros y operativos (Ingresos, EBITDA, Capital de Trabajo y Capex) de 5 años para cada UGE.
- Estimación de valor terminal a perpetuidad con base en el último flujo estimado, considerando un crecimiento entre 0.8% a 4% en términos nominales, los cuales corresponden a la inflación estimada promedio para cada UGE.
- Tasa apropiada de descuento, con base en la metodología del costo de capital promedio ponderado (CCPP), las cuales varían en un rango de 8.8% a 12.2% determinadas de acuerdo con los riesgos asociados para cada UGE.
- El efecto de la contingencia provocada por la pandemia COVID-19 no tuvo un impacto significativo en el crecimiento de los flujos de caja.

La Administración de la Compañía determinó que no existe indicios de deterioro del crédito mercantil a1 31 de diciembre de 2020 y 2019 con base en las pruebas de deterioro.

12. PARTES RELACIONADAS

a) Saldos con partes relacionadas

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019, el estado consolidado de situación financiera incluye los siguientes saldos con partes relacionadas:

	2020	2019
Cuentas por cobrar - neto:		
Walmart Inc.	**$ 33,543**	$ 95,736
Cuentas por pagar:		
C.M.A. - U.S.A., L.L.C.	**$ 795,111**	$ 695,229
Swiss Asia Minor GmbH	**152,934**	101,254
	$ 948,045	$ 796,483
Otras cuentas por pagar:		
Walmart Inc.	**$ 1,088,239**	$ 1,223,695
Newgrange Platinum Services LTD	**228,591**	-
	$ 1,316,830	$ 1,223,695

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019 se tienen cuentas por pagar con otras partes relacionadas de $26,672 y $25,146, respectivamente.

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 al 31 de diciembre de 2020 y 2019, 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.
- Servicios administrativos y operativos con *Newgrange Platinum Service*, LTD pagaderos mensualmente.
- Regalías por uso de marcas con Walmart Inc., pagaderas 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 2020 y 2019, respectivamente:

	2020	2019
Compras y comisiones por importaciones de mercancía para la venta:		
C.M.A. - U.S.A., L.L.C.	**$ 4,361,302**	$ 4,432,605
Swiss Asia Minor GmbH	**278,351**	255,494
	$ 4,639,653	$ 4,688,099
Costos y gastos por asistencia técnica, servicios y regalías:		
Walmart Inc.	**$ 6,438,839**	$ 6,183,120
Newgrange Platinum Services LTD	**417,956**	-
	$ 6,856,795	$ 6,183,120

Por el año que termino el 31 de diciembre de 2020 y 2019, se realizaron operaciones con otras partes relacionadas por $178,727 y $125,500, respectivamente.

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 2020 y 2019, se integran como sigue:

	2020	2019
Beneficios a corto plazo	**$ 1,352,873**	$ 1,133,350
Beneficios por terminación	**41,588**	84,491
Beneficios basados en acciones	**149,400**	167,092
	$ 1,543,861	$ 1,384,933

13. OTRAS CUENTAS POR PAGAR

El saldo de las otras cuentas por pagar al 31 de diciembre de 2020 y 2019, se integra como sigue:

	2020	2019
Pasivos acumulados y otros	**$ 19,467,070**	$ 16,276,060
Dividendos	**154,752**	136,999
Contingencias (Nota 14)	**2,443,823**	2,131,626
Ingresos diferidos [(a)]	**1,458,114**	1,348,990
Partes relacionadas (Nota 12)	**1,316,830**	1,223,695
	$ 24,840,589	$ 21,117,370

[(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 2020, 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
2021	**$ 21,413,075**
2022	**$ 1,649,988**
2023	**$ 1,744,100**
2024	**$ 1,812,240**
2025	**$ 1,883,054**
2026 en adelante	**$ 14,440,005**

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 $2,443,823 al 31 de diciembre de 2020, ($2,131,626 en 2019) 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 significativo ni en lo individual ni en su conjunto.

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 2020 y 2019, se incluyen:

	2020	2019
Pasivos por arrendamiento a largo plazo	**$ 56,521,412**	$ 54,168,291
Ingreso diferido por rentas	**4,172,623**	4,522,312
Otros	**12,558**	8,097
	$ 60,706,593	$ 58,698,700

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. Al 31 de diciembre de 2020, 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 2020 y 2019, se integran como sigue:

	2020	2019
Impuesto causado:		
México	**$ (15,174,917)**	$ (9,027,935)
Centroamérica	**(2,291,392)**	(2,115,279)
Consolidado	**$ (17,466,309)**	$ (11,143,214)
Impuesto diferido:		
México	**$ 1,559,510**	$ (81,137)
Centroamérica	**(122,427)**	(79,996)
Consolidado	**1,437,083**	(161,133)
	$ (16,029,226)	$ (11,304,347)

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019, la tasa efectiva de impuestos de la Compañía es del 32.4% y 23.0%, respectivamente. La diferencia con las tasas de impuestos establecidas en las leyes fiscales se debe principalmente a efectos inflacionarios y a otras partidas permanentes, entre las cuales se encuentra el pago al SAT de impuestos a la utilidad por $3,856 millones para concluir asuntos fiscales sustanciales, realizado en mayo de 2020 como se menciona en la Nota 1 inciso b.

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 a la utilidad a largo plazo al 31 de diciembre de 2020 y 2019:

	2020	2019
Activo diferido:		
Arrendamientos y otros pasivos a largo plazo	**$ 3,193,277**	$ 3,175,816
Otras cuentas por pagar	**2,795,104**	2,168,464
Inventarios	**893,041**	826,628
Obligaciones laborales	**860,356**	789,490
Pérdidas fiscales pendientes de amortizar de subsidiarias	**1,075,277**	908,628
Provisión para deterioro de otras cuentas por cobrar	**127,346**	39,540
Otras partidas	**163,860**	-
	$ 9,108,261	$ 7,908,566
Pasivo diferido:		
Inmuebles y equipo	**$ 4,727,787**	$ 4,278,470
Pagos anticipados	**293,405**	988,959
Otras partidas	**33,550**	221,530
Subtotal	**$ 5,054,742**	$ 5,488,959
Impuesto a la utilidad a largo plazo	**$ 1,348,193**	$ 1,252,609
Impuestos a la utilidad	**$ 6,402,935**	$ 6,741,568

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
2027	**$ 283,283**
2028	**777,313**
2029	**2,079,675**
2030	**443,985**
	$ 3,584,256

Los cambios en los activos y pasivos por impuestos a la utilidad a largo plazo (neto) al 31 de diciembre de 2020 y 2019 se muestran a continuación:

	2020	2019
Saldo al inicio del año	**$ 1,166,998**	$ 1,680,690
Movimiento neto del ejercicio	**1,691,467**	47,155
Exceso de ejercicios anteriores	**(254,384)**	(219,828)
Otras partidas de utilidad integral	**171,100**	191,446
Adopción NIIF 16	**-**	739,729
Impuesto a la utilidad a largo plazo	**(95,584)**	(1,252,609)
Efecto por conversión	**25,729**	(19,585)
Saldo al final de año	**$ 2,705,326**	$ 1,166,998

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 diciembre de 2020 y 2019:

	Prima de antigüedad		Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro	
	2020	2019	**2020**	2019
Obligaciones por beneficios definidos	**$ 1,844,268**	1,489,633	**$ 1,787,649**	1,528,323
Activos del plan	**(1,046,954)**	(929,670)	**-**	-
Pasivo neto proyectado	**$ 797,314**	$ 559,963	**$ 1,787,649**	$ 1,528,323

Los cambios en el valor presente de la obligación por beneficios definidos (OBD) al 31 de diciembre de 2020 y 2019 se muestran a continuación:

	Prima de antigüedad		Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro	
	2020	2019	**2020**	2019
OBD al inicio del año	**$ 1,489,633**	$ 1,015,698	**$ 1,528,323**	$ 1,446,924
Costo neto del año cargado a resultados:				
Costo laboral del servicio prestado	**194,426**	141,596	**210,392**	205,925
Costo de intereses sobre OBD	**110,799**	97,129	**149,141**	130,003
Otras partidas de utilidad integral	**192,933**	358,572	**357,993**	323,897
Beneficios pagados	**(143,523)**	(123,362)	**(505,133)**	(521,263)
Efectos por conversión	**-**	-	**46,933**	(57,163)
OBD al final del año	**$ 1,844,268**	$ 1,489,633	**$ 1,787,649**	$ 1,528,323

Los cambios en el valor presente de los activos del plan (AP), al 31 de diciembre de 2020 y 2019, se muestran a continuación:

	Prima de antigüedad	
	2020	2019
AP al inicio del año	**$ (929,670)**	$ (819,595)
Rendimiento de los activos del plan	**(77,456)**	(78,480)
Otras partidas de utilidad integral	**43,990**	5,191
Aportaciones al plan	**(227,229)**	(160,075)
Beneficios pagados	**143,411**	123,289
AP al final del año	**$ (1,046,954)**	$ (929,670)

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 2020 y 2019, los activos del plan están invertidos a través del fideicomiso en mercado de dinero. Al 31 de diciembre de 2020 y 2019, 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 $1,292,664 y $868,848, respectivamente.

Los supuestos utilizados en las valuaciones actuariales de México y Centroamérica son los siguientes:

GRI **102-39**

	México		Centroamérica	
	2020	2019	**2020**	2019
Financieros:				
Tasa de descuento	**7.00%**	7.45%	**6.14% - 8.79%**	5.30% - 9.37%
Tasa de incremento en salarios	**5.25%**	5.25%	**3.50% - 6.30%**	2.50% - 7.51%
Tasa de incremento del salario mínimo	**4.50%**	4.50%	**2.00% - 5.00%**	2.00% - 5.00%
Tasa de inflación	**4.00%**	4.00%	**0.50% - 4.70%**	1.20% - 4.52%

	México		Centroamérica	
	2020	2019	**2020**	2019
Biometría:				
Mortalidad	**IMSS 2009 (1)**	IMSS 2009 (1)	**RP-2000(2)**	RP-2000(2)
Incapacidad	**21.04%**	21.10%	**15.40%**	15.40%
Edad de retiro	**65 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 2020.

	Importe
OBD al 31 de diciembre de 2020	**$ 3,631,917**
OBD a la tasa de descuento +1%	**$ 3,417,238**
OBD a la tasa de descuento -1%	**$ 4,023,554**
Efecto sobre OBD:	
Tasa de descuento +1%	**$ (252,257)**
Tasa de descuento -1%	**$ 429,436**

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 24 de marzo de 2020, se acordó:

1.- Aprobar la cantidad máxima que la sociedad podrá utilizar durante 2020 para recomprar acciones propias, la cual asciende a $5,000,000. No se realizaron compras de acciones propias al 31 de diciembre de 2020.

2.- Decretar un dividendo ordinario pagadero al accionista en efectivo a razón de $0.87 pesos por acción en tres exhibiciones, la primera de $0.27 pesos por acción el día 24 de junio de 2020, y dos de $0.30 pesos por acción los días 25 de noviembre de 2020 y 16 de diciembre de 2020; y un dividendo extraordinario que se pagará en efectivo a razón de $0.92 pesos por acción en dos exhibiciones: $0.45 pesos por acción el día 25 de noviembre de 2020 y $0.47 pesos por acción el 16 de diciembre de 2020.

b) 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 pagadero 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.

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019, los dividendos decretados se muestran a continuación:

	2020	2019
Dividendos en efectivo decretados y pagados		
Dividendo ordinario $0.87 por acción ($0.84 en 2019)	**$ 15,033,906**	$ 14,520,791
Dividendos extraordinarios $0.92 por acción ($0.91 en 2019)	**15,899,617**	15,729,223
	$ 30,933,523	$ 30,250,014

c) 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 2020 y 2019, 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**

d) El reparto de utilidades y las reducciones de capital que excedan al saldo de la cuenta de utilidad fiscal neta (CUFIN) y de la cuenta de capital de aportación (CUCA), causarán impuesto conforme a lo dispuesto en los artículos 10 y 78 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019, el monto de las cuentas fiscales relacionadas con el capital contable asciende a $63,746,299 y $66,451,789, respectivamente, de acuerdo con las disposiciones fiscales vigentes.

e) El fondo para el plan de acciones al personal cuenta con 178,390,481 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 2020 y 2019 asciende a $386,922 y $330,777, 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 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**
Asignadas	**33,132,414**	**55.41**
Ejercidas	**(23,651,790)**	**38.59**
Canceladas	**(11,521,595)**	**47.21**
Saldo al 31 de diciembre de 2020	**156,507,494**	**44.64**
Acciones disponibles para asignación:		
Al 31 de diciembre de 2020	**21,882,987**	
Al 31 de diciembre de 2019	**6,620,210**	

Al 31 de diciembre de 2020, las acciones asignadas del fondo para el plan de acciones ascienden a 156,507,494, de las cuales 60,704,490 están disponibles para ejercer.

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	
	2020	2019
Membresías	**$ 1,991,653**	$ 1,783,884
Rentas	**2,032,467**	2,063,744
Venta de desperdicio	**641,578**	555,810
Bonificaciones de bancos	**278,415**	534,895
Estacionamiento	**79,197**	83,455
Total	**$ 5,023,310**	$ 5,021,788

Por el año que terminó el 31 de diciembre de 2020, los ingresos por renta incluyen $541,698 ($593,530 en 2019) 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	
	2020	2019
México:		
Autoservicio	**61.0%**	61.5%
Clubes de precios	**20.8%**	20.7%
Centroamérica:	**18.2%**	17.8%

De las ventas netas totales de **WALMEX**, aproximadamente $21.6 mil millones y $8.0 mil millones se relacionan con el comercio electrónico en México por el año que terminó el 31 de diciembre de 2020 y 2019, respectivamente. Las ventas de comercio electrónico en México incluyendo el valor bruto de la mercancía de proveedores realizadas a través de Marketplace ascienden a $24.6 mil millones y $9.3 mil millones, respectivamente.

Por parte de Centroamérica, las ventas netas relacionadas con el comercio electrónico ascienden a $962 millones por el año terminado el 31 de diciembre de 2020, e incluyen las ventas realizadas a través de plataformas de entrega a domicilio.

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, e incluye el pago al SAT por $1,813 millones de no deducibles para concluir asuntos fiscales sustanciales, realizado en mayo de 2020 como se menciona en la Nota 1 inciso b.

21. INGRESO Y GASTOS FINANCIEROS

Los ingreso y gastos financieros al 31 de diciembre de 2020 y 2019, se integran como sigue:

	2020	2019
Ingresos financieros:		
Productos financieros	**$ 986,291**	$ 1,218,688
Utilidad por fluctuación cambiaria	**1,514,149**	628,207
Utilidad por cambios en el valor razonable de los derivados	**1,012,477**	413,161
	$ 3,512,917	$ 2,260,056

	2020	2019
Gastos financieros:		
Intereses arrendamiento financiero	**$ (6,409,888)**	$ (5,752,506)
Pérdida por fluctuación cambiaria	**(1,256,758)**	(619,192)
Pérdida por cambios en el valor razonable de los derivados	**(1,038,764)**	(396,321)
Otros gastos financieros	**(2,790,701)**	(292,604)
	$ (11,496,111)	$ (7,060,623)

Los productos financieros incluyen principalmente los intereses ganados por inversión.

Los otros gastos financieros incluyen principalmente el pago al SAT por $2,406 millones para concluir asuntos fiscales sustanciales, realizado en mayo de 2020 como se menciona en la Nota 1 inciso b.

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 2020			
Segmento	**Utilidad de operación**	**Gastos Financieros, neto**	**Utilidad antes de impuestos a la utilidad**
México	**$ 50,088,473**	**$ (6,943,394)**	**$ 43,145,079**
Centroamérica	**7,358,808**	**(1,039,800)**	**6, 319,008**
Consolidado	**$ 57,447,281**	**$ (7,983,194)**	**$ 49,464,087**

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 2020				
Segmento	**Adquisición de activos de larga duración de vida definida**	**Depreciación y amortización**	**Total Activos**	**Pasivos a corto plazo**
México	**$ 13,396,116**	**$ 13,502,523**	**$ 254,187,765**	**$ 101,306,858**
Centroamérica	**3,331,986**	**4,437,101**	**72,697,956**	**21,763,059**
Crédito mercantil	**-**	**-**	**34,997,380**	**-**
Consolidado	**$ 16,728,102**	**$ 17,939,624**	**$ 361,883,101**	**$ 123,069,917**

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	$ 93,743,259
Centroamérica	5,183,605	3,824,344	66,991,186	19,755,689
Crédito mercantil	-	-	35,145,361	-
Consolidado	$ 20,574,830	$ 17,002,507	$ 349,172,269	$ 113,498,948

El análisis de ingresos por contratos con clientes se presenta en la nota 19.

23. OTRAS REVELACIONES GRI 206-1

a) El 23 de noviembre de 2020, **WALMEX** recibió una notificación por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), en el sentido de que ha iniciado una investigación de oficio en el mercado de abastecimiento y distribución al mayoreo de bienes de consumo, comercialización minorista de éstos y servicios relacionados por la presunta comisión de prácticas monopólicas relativas.

WALMEX está confiado que su actuar siempre se ha apegado a la legislación aplicable, y que su participación en el mercado mexicano siempre ha resultado en precios más bajos para el consumidor, particularmente beneficiando a las familias mexicanas de más bajos ingresos, y en zonas remotas del país que no han sido atendidas por otros; lo que demostraremos ante las instancias correspondientes y en los foros adecuados, en los que ejerceremos nuestros derechos.

24. APROBACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros consolidados y sus notas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2020 y 2019, fueron aprobados por la Administración y por el Consejo de Administración de la Compañía el 17 de febrero de 2021 y están sujetos a la aprobación de la Asamblea de Accionistas. Los eventos posteriores se consideran hasta esta fecha.



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

- Declaración de Ética
- Declaración sobre Derechos Humanos
- Análisis de Materialidad
- Estándares Laborales
- Política Anticorrupción
- Estándares para Proveedores
- Abastecimiento Responsable
- Política de Sustentabilidad Ambiental
- Política de Pesca Sustentable
- Política sobre Deforestación
- Política de Horarios de Trabajo
- Política de Igualdad de Remuneración
- Política de Libertad de Asociación

SOBRE ESTE REPORTE

GRI **102-46**

Llevamos 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 conformidad con los Estándares GRI *(Global Reporting Initiative):* opción exhaustiva, y los *Sustainability Accounting Standards Board (SASB),* de las siguientes metodologías: *Food Retailers and Distributors (FB-FR), Multiline and Specialty Retailers Distributors (CG-MR)* y la de *e-Commerce (CG-EC).* Asimismo, marcos como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, y el *Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)* inspiran los temas claves a comunicar en nuestros reportes. También divulgamos nuestros programas de reportes externos como CDP.

La información contenida en este documento cubre el período del 1 de enero al 31 de diciembre de 2020, 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, *eCommerce* y oficinas.



ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

GRI **102-46, 102-50, 102-54, 102-55**

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".

Para el Servicio de Divulgaciones de Materialidad (Materiality Disclosures service), Servicios GRI revisó que el índice de contenido GRI es presentado claramente y las referencias para las divulgaciones 102-40 a 102-49 se alinean con las secciones en el cuerpo del informe. El servicio se realizó en la versión en inglés del informe.

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 2020.

ÍNDICE DE CONTENIDO GRI

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
		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			FB-FR-000.A CG-MR-000.A FB-FR-000.B CG-MR-000.B	
102-5	Propiedad y forma jurídica	Pag. 288				
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				*
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	Pag. 77-82			CG-EC-330a.4.	*
102-9	Cadena de suministro	Pag.187, 198-202			FB-FR-000.C FB-FR-000.D	*
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	No hubo.				
102-11	Principio o enfoque de precaución	Pag. 145-148, 170, 172, 191, 192, 251-255,				
102-12	Iniciativas externas	Pag. 33, 34, 209				
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. 5-12		7 & 8		
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	Pag. 145-148, 170-173, 193-198, 251-255				*
	Planteamiento de consideraciones ambientales para su integración en la planeación estratégica de las necesidades del centro de datos	Pag. 126-130			CG-EC-130a.3	

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
		3. Ética e integridad				
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	https://files.walmex.mx/assets/files/Resp.%20Corporativa/Descargables/ESP/Walmex_Codigo_de_Conducta_2021.pdf Pag. 24-27				
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Pag. 217-247				
		4. Gobernanza				
102-18	Estructura de gobernanza	Se dio de baja un miembro del órgano de gobierno en Octubre del 2020. Pag. 257-259				
102-19	Delegación de autoridad	Pag. 30-32				
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	Pag. 30-32, 259				
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	https://files.walmex.mx/assets/files/Responsabilidad-Social/2018/Walmex_Materialidad_2018.pdf				
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Pag. 31, 258-259, 265, 266				
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	Pag. 258, 265				
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Pag. 258				
102-25	Conflictos de intereses	No aplica.				
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	Pag. 259				
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	Pag. 259				
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	https://files.walmex.mx/assets/files/Informacion%20financiera/Bylaws-2016.pdf				
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	Pag. 32				
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	Pag. 32, 251-255				
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	Pag. 28-32				
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 & 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/				

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
102-35	Políticas de remuneración	Pag. 93				
102-36	Proceso para determinar la remuneración	Pag. 93, 265				
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	Pag. 309				
		5. Participación de los grupos de interés				
102-40	Lista de grupos de interés	Pag. 24		17		
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	Pag. 94			FB-FR-310a.2	
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Pag. 24				
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	En México recibimos 953,626 quejas de clientes. Satisfacción del cliente: El programa Customer Pledges no aplica para México. En Centroamérica, la escala de medición es de 1-5. Pag. 24, 176-179				*
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	https://files.walmex.mx/assets/files/Responsabilidad-Social/2018/Walmex_Materialidad_2018.pdf				
		6. Prácticas para la elaboración de informes				
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Pag. 123-124				
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	Pag. 313-314				
102-47	Lista de temas materiales	https://files.walmex.mx/assets/files/Responsabilidad-Social/2018/Walmex_Materialidad_2018.pdf Pag.28-29				
102-48	Reexpresión de la información	Pag. 123-124, 137				
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No hubo.				
102-50	Periodo objeto del informe	Pag. 314				
102-51	Fecha del último informe	El último informe fue publicado en 2020 con información de 2019.				
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 2020 y corresponde a las operaciones de Walmart de México y Centroamérica.		12		
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Pag. 369				
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Pag. 314				
102-55	Índice de contenidos GRI	Pag. 314				
102-56	Verificación externa	Pag. 337				

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
		7. E-Commerce				
	Capacidad de procesamiento de datos, porcentage tercerizado	Pag. 62-63, 273			CG-EC-000.B	
	Número de envíos	Pag. 62-63, 273			CG-EC-000.C	
	Medición de actividad de usuario, definida por la entidad	Pag. 62-63, 273			CG-EC-000.A	
		VALOR FINANCIERO				
		GRI 201: Desempeño Económico 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 110-116				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 110-116				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 110-116				
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	En México, el 73% de los recursos canalizados fueron de la compañía y 27% por socios, clientes y proveedores. Pag. 123, 209-216				*
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Pag. 145-148				
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Pag. 96-98				
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	https://www.walmex.mx/quienes-somos/				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	https://www.walmex.mx/quienes-somos/				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	https://www.walmex.mx/quienes-somos/				
202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	Nuestro tabulador general del nivel mínimo se ubica 12% por encima del promedio del salario mínimo en México. Pag. 93,108			FB-FR-310a.1 CG-MR-310a.1	
202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	No disponible.				

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
		GRI 203: Impactos Económicos Indirectos 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	https://www.walmex.mx/quienes-somos/				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	https://www.walmex.mx/quienes-somos/				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	https://www.walmex.mx/quienes-somos/				
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Pag. 124				
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	https://www.walmex.mx/quienes-somos/				*
		GRI 204: Prácticas de adquisición 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 187-208				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 187-208				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 187-208				
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Frutas y verduras: Se calcula igual que el EC9b a)Indique el porcentaje de compra a proveedores nacional/regional. El porcentaje de compra a proveedores locales donde se desarrollan las actividades de la empresa en México fue de 90% y en Centroamérica 72%. El porcentaje de ventas que representa Marcas Propias fue de 11% en México y 13.4% en Centroamérica. 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. Pag. 187, 199-208		8		*

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
		GRI 205: Anticorrupción 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 230-231	Principio 10			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 230-231				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 230-231				
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Pag. 230-231				
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	En México, se capacitó al 100% de los miembros del órgano de gobierno sobre anticorrupción, y al 97% respectivamente en Centroamérica. Se dio de baja un miembro del órgano de gobierno en Octubre del 2020. Pag. 230-231		16		*
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	No hubo.				
		GRI 206: Competencia desleal 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 312				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 312				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 312				
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	En México y Centroamérica no se tuvieron amonestaciones por prácticas anticompetitivas. Pag. 312				*
		VALOR AMBIENTAL				
		GRI 301: Materiales 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 149-151, 154-162				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 149-151, 154-162		2, 6, 12 & ,13		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 149-151, 154-162				

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta			Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
		Centroamérica		**NOTA**				
		Materiales no renovables						
		Total de Materiales consumidos (ton)	8,294.5	Incluye insumos para el uso interno: - combustibles (diesel, gas natural, gasolina, gas LP, bunker y turbosina); - insumos (químicos, plástico, papel bond, papel sanitario y papel toalla).				
		Químicos (litros)	756,526.0					
		Diésel (ton)	981.0	Estimado a partir del gasto total y precios promedio por combustible.				
		Gas Lp (ton)	1,771.0	Estimado a partir del gasto total y precios promedio por combustible.				
		Gasolina (litros)	285,330.0	Estimado a partir del gasto total y precios promedio por combustible.				
		Bunker (litros)	1,036,602.8	Estimado a partir del gasto total y precios promedio por combustible.				
		Turbosina (litros)	3,300.5					
		México		**NOTA**				
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	**Materiales no renovables**						*
		Total de Materiales consumidos (ton)	2,883,357.9	Total de materiales utilizados para empaques según lo reportado por los proveedores en la Encuesta de Sustentabilidad 2020.				
		Diésel (ton)	4,050.0	Estimado a partir del gasto total y precios promedio por combustible.				
		Gas Lp (ton)	21,338.0	Estimado a partir del gasto total y precios promedio por combustible.				
		Químicos (ton)	38.5	Se reporta solamente el amoniaco, principalmente utilizado en sistemas de refrigeración de CEDIS y Plantas de Carnes. Las cantidades reportadas corresponden a la capacidad de los tanques de amoniaco por Cedis..				
		Plásticos (bolsas, playo, sacos, lonas, cajas, charolas, tarimas, etc). (ton)	20,667.1	Corresponde al material plástico de empaque enviado a reciclaje, incluye stretch film (playo), plastic film (otras películas plásticas), plástico rígido y PET.				
		Gasolina (litros)	1,325,223.8	1. Se considera el consumo de combustible de los vehículos que son utilizados para el desarrollo de actividades de las áreas o ejecutivos y se excluyen camiones, remolques y tractores. 2. Se considera el rendimiento de los vehículos, así como el supuesto de viajes anuales de 30,000 km y 60,000 km promedio realizados por autos y motocicletas, respectivamente, para estimar el consumo de gasolina por uso de vehículos utilitarios. 3. El consumo de gasolina por uso de vales fue contabilizado de Diciembre del 2019 a Noviembre del 2020 debido a que contablemente se reporta en el mes posterior al que está en curso. (Sí Vale)				

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta			Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
		México		NOTA				
		Materiales renovables						
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	Papel (bond, TAB, tarjetas, kraft, bolsa pan, Papel tortillas) (ton)	1,409.3	Solo incluye residuos de papel enviados a reciclaje				*
		Papel sanitario y toallas Papel (ton)	56.6	Esta cantidad incluye consumo de papel sanitario y papel toalla solamente en oficinas.				
		Cartón, caple. (ton)	272,783.6	Solo incluye residuos de cartón enviados a reciclaje				
		Madera (ton)	-	En 2020 no se consumió algún tipo de material de madera, ya que los materiales utilizados para equipo logístico son principalmente plásticos.				
301-2	Insumos reciclados	En Centroamérica: 30% de material reciclado es incluido en la fabricación de las bolsas de plástico extruido usadas en tienda. El papel bond usado es fabricado con 50% de fibra reciclada recuperada. El papel sanitario y papel toalla utilizados están elaborados 100% con materiales biodegradables de origen celulósico. Pag. 155-156						*
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	Pag. 154-162						
		GRI 302: Energía 2016						
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016						
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 139-140						
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 139-140				7 & 9		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 139-140						
302-1	Consumo energético dentro de la organización	Para Centroamérica, incluye consumo de combustibles y energía eléctrica. Pag. 133, 134, 139-140, 152, 153					CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	*
302-2	Consumo energético fuera de la organización	Pag. 133, 134, 139-140, 152-153						
302-3	Intensidad energética	En Centroamérica, la intensidad energética externa solo incluye transporte de mercancías. Para México, combustibles considera el consumo de gas LP, gas natural y diésel en fuentes fijas y gasolina en fuentes móviles. Pag. 140						*
302-4	Reducción del consumo energético	Pag. 139-140						*
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	No aplica debido a que la compañía no manufactura productos.						*

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
		GRI 303: Agua y Efluentes 2018				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 168-173	Principio 8 & 9			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 168-173				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 168-173				
303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	En México el volumen total reportado es una estimación basada en consumos reales disponibles de aproximadamente 16% de las determinantes. En Centroamérica El 69% de los datos de consumo de agua son estimados. No se cuenta con el consumo de algunas determinantes. Pag. 168-173				*
303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	6,582,818 m^3 de agua extraído de todas las zonas con estrés hídrico (m^3) en México.				
303-3	Extracción de agua	En México el volumen total reportado es una estimación basada en consumos reales disponibles de aproximadamente 16% de las determinantes. En México el volumen de agua reutilizada es estimado a partir de información proporcionada por los proveedores de las plantas de tratamiento. En Centroamérica El 69% de los datos de consumo de agua son estimados. No se cuenta con el consumo de algunas determinantes. Pag. 168-173			CG-EC-130a.2	*
303-4	Vertido de agua	Pag. 168-169				*
303-5	Consumo de agua	En México el volumen de agua reutilizada es estimado a partir de información proporcionada por los proveedores de las plantas de tratamiento. Pag. 168-169			CG-EC-130a.2	*
		GRI 304: Biodiversidad 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 163-165, 239	Principio 8 & 9			
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 163-165, 239				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 163-165, 239				
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. 239				*
304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	Pag. 239				*

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
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. 131-138, 141				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 131-138, 141				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 131-138, 141				*
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Combustibles en México: Se considera el consumo de gas LP, gas natural y diesel en fuentes fijas, y gasolina en fuentes moviles. Fuentes móviles México: 1.- Se considera el consumo de combustible de los vehículos que son utilizados para el desarrollo de actividades de las áreas o ejecutivos y se excluyen camiones, remolques y tractores. 2.- Se considera el rendimiento de los vehículos, así como el supuesto de viajes anuales de 30,000 km y 60,000 km promedio realizados por autos y motocicletas, respectivamente, para estimar el consumo de gasolina por uso de vehículos utilitarios. 3.- En México, el total que se esta tomando en cuenta es de Diciembre del 2019 a Noviembre del 2020 ya que contablemente se está reporta en el mes posterior al que está en curso. (Sí vale). Pag. 133, 134, 135, 137		7, 9 & 13	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	*
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Pag. 133, 134, 135				*
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	1. Transportes En México: Se considera entregas a domicilio y transporte de mercancías. Entregas a domicilio: las emisiones son estimadas a partir del número de viajes y kilómetros promedio estimados por cada recorrido. Transporte de mercancías: las emisiones son estimadas a partir de los kilómetros recorridos y el rendimiento de los vehículos (km/L). En Centroamérica: se considera transporte de mercancías. 2. Viajes de negocios En México: Se considera el uso de vehículos ejecutivos y viajes en avión. Vehículos ejecutivos: se considera el rendimiento en consumo de combustible de los vehículos (km/L), así como el supuesto de viajes anuales de 30,000 km promedio realizados por los autos para estimar el consumo de gasolina. En Centroamérica: Se consideran viajes en avión. Para el total de emisiones por transporte de personal, se hace referencia a viajes comerciales de negocios. Pag. 133, 134, 135, 141			FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	*
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	Pag. 133, 134				*
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	Reducción en la intensidad de emisiones Pag. 131, 132			CG-EC-410a.2	*

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta				Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
			México	Centroamérica	Total				
305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	Refrigerante R-22 (tons)	6,293 t CO_2e	1,558 tCO_2e	7,851			FB-FR-110b.2	*
305-7	Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	No disponible							
	GRI 306: Efluentes y Residuos 2016								
	GRI 103: Enfoque de Gestión 2016								
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 149-153							
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3,587 unidades con programas de reciclaje. Pag. 149-153							*
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 149-153							*
306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	Pag. 168-169							*
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	Para México se considera los residuos totales con disposición final. El total de residuos peligrosos no incluye 646.83 toneladas que están en espera de disposición final. Cero Residuos: para calcular el espacio liberado de relleno sanitario por la recuperación de residuos sólidos de reciclaje, se utiliza un valor estimado usando un factor de peso volumétrico de 91.13 kg/m3. Factor calculado con base a un ejercicio de caracterización de residuos y cuarteos en 91 ubicaciones de cinco regiones, completado en octubre 2020. En Centroamérica: El 49.62% del peso total de residuos no peligrosos, (equivalente a 44,709 Ton) se estima con base a un factor derivado de la merma operativa. Cero Residuos: para calcular el espacio liberado de relleno sanitario por la recuperación de residuos sólidos de reciclaje, se utiliza un valor estimado, considerando únicamente los pesos totales de materiales recuperados de plástico (en todas sus formas) y materiales de base celulosa (papel y cartón) utilizando las siguientes estimaciones: a. Por cada tonelada de materiales de celulosa (cartón y papel) se requieren 6.8 m3 de volumen, b. Por cada tonelada de materiales plásticos se requieren 2.5 m3 de volumen. Cero Residuos Centroamérica: Porcentaje estimado con base a un factor de merma operativa: el peso de los residuos desviados de vertedero (45,430 ton) se estima que son el 50.4% del total de residuos generados. Pag. 150				Principio 8 & 9	2, 6, 14 & 15	FB-FR-150a.1	*
306-3	Derrames significativos	Pag. 239							*
306-4	Transporte de residuos peligrosos	Pag. 150							
306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	No se identificarcon 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.							

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
		GRI 307: Cumplimiento Ambiental 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 239		13		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 239				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 239				
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Las multas significativas son consideradas las que tienen un monto mayor a 10 mil dolares. Pag. 239				*
		GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 188-197				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 188-197				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 188-197				
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Pag. 188-197				
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pag. 188-197				*
		Bienestar animal				
	Porcentaje de ingresos provenientes de huevos de gallinas criadas en un entorno libre de jaulas y puerco producido sin el uso de cajas de gestación	Pag. 166			FB-FR-430a.2	
		VALOR SOCIAL				
		GRI 401: Empleo 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 76-108				

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta				Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 76-108					8		
			México	**Centroamérica**	**Total**				
		Total de demandas recibidas	6,602	44	6,646				
		Recibidas de proveedores	663	2	665				
		Recibidas de asociados	5,939	41	5,980				
		Total de demandas concluidas del año en curso y de años anteriores	6,170	19	19				
		De proveedores	562	3	565				
		De asociados	5,608	21	21				
		* Se consideran solo demandas laborales, se tiene una demanda por parte de autoridad de gobierno.							
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 76-108						CG-MR-310a.2 CG-EC-330a.2	*
			México	**Centroamérica**	**Total**				
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Antigüedad media de los asociados (años)	5.84	4.91	5.38				
		Antigüedad media de los asociados mujeres (años)	6	4.98	5.49				
		Antigüedad media de los asociados hombres (años)	5.66	4.86	5.26				
		Pag. 76-108							
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Pag. 98, 100							
401-3	Permiso parental	Pag. 98, 100							
		GRI 402: Relaciones Trabajador - Empresa 2016							
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016							
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 245					8		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 245							
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 245							
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	Cumplimos con la legislación laboral aplicable. Pag. 245							

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
		Clima laboral				
	Compromiso de asociados, en forma porcentual	Pag. 91-92			CG-EC-330a.1	
		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. 96-100, 222-227				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 96-100, 222-227				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 96-100, 222-227				
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	**México** / **Centroamérica** Porcentaje de asociados en Comités de Salud y Seguridad: 4% / 6% Porcentaje de asociados en Comisión de Salud y Seguridad CSH: 4% / 6% Pag. 222-227				*
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	En México y Centroamérica se excluyen incidentes laborales leves. En México se excluyen incidentes laborales leves y los "días" se consideran como días naturales. En Centroamérica se excluyen los incidentes laborales leves o de primeros auxilios de las métricas de accidentes, se toman en consideración accidentes que generan días de incapacidad. Los "días" se consideran como días hábiles o laborales. Pag. 222-227				*
403-3	Servicios de salud en el trabajo	Pag. 96-100, 222-227				
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Pag. 222-227				
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Pag. 222-227				
403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	Pag. 96-100		3		
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	Pag. 222-227				
403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Pag. 222-227				

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
403-9	Lesiones por accidente laboral	En México los tres puestos de trabajo más accidentados son los siguientes: Cajero, Auxiliar multifuncional y Vendor de abarrotes. 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. Pag. 222-227				
403-10	Dolencias y enfermedades laborales	Información confidencial. Pag. 222-227				
GRI 404: Formación y enseñanza 2016						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016						
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 83-89		4		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 83-89				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 83-89				
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	Nivel ejecutivo incluye Vicepresidencia, Diección, Subdirección y Gerencia. Las horas de capacitación por asociado incluyen: horas de capacitación a asociados activos e inactivos/asociados capacitados activos e inactivos. Pag. 84				*
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Pag. 83-89				
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	100% de los asociados reciben evaluación periódica de desempeño. Pag. 90			CG-EC-330A.1	
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016						
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 101-108		5 & 10		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 101-108				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 101-108				

Asociados con discapacidad por sexo	México	Centroamérica	Total
Porcentaje mujeres	41%	38%	40%
Porcentaje hombres	59%	62%	60%

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Pag. 31, 78-82, 258, 265, 266			CG-EC-330a.3 CG-MR-330a.1	*
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Este indicador fue verificado, sin embargo al momento de la elaboración de este informe decidimos no publicarlo. Pag. 93				
		GRI 406: No discriminación 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 101-108	Principio 3 & 6	5 & 10		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 101-108				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 101-108				
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Las medidas correctivas emprendidas en atención a la Línea Ética son: Capacitación, retroalimentación, asesoría en primer nivel - verbal, asesoría en segundo nivel - escrita, asesoría en tercer nivel - día de decisión, terminación laboral, otra (transferencias) Pag. 101-108, 228				*
		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. 94, 187-197		5, 8 & 10	FB-FR-310A.2	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 94, 187-197				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 94, 187-197				
407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	Pag. 94, 187-197				*
		GRI 408: Trabajo infantil 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 94, 187-197	Principio 5	5 & 10		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 94, 187-197				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 94, 187-197				
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Pag. 94, 187-197				*

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016						
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 94, 187-197	Principio 4	5 & 10		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 94, 187-197				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 94, 187-197				
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Pag. 94, 187-197				*
GRI 410: Prácticas en materia de seguridad 2016						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016						
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 228				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 228				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 228				
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	Pag. 228				
GRI 411: Derechos de los pueblos indígenas 2016						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016						
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 209-216, 256				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 209-216, 256				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 209-216, 256				
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	Cero				

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
GRI 412: Evaluación de derechos humanos 2016						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016						
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 95, 187-197, 256	Principio 1 & 2	1,2,5,8		*
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 95, 187-197, 256				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 95, 187-197, 256				
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	Pag. 95, 187-197, 256				
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	Pag. 95, 187-197, 256				*
412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	Pag. 95, 187-197, 256				
GRI 413: Comunidades locales 2016						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016						
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 209-216		1, 2, 8 & 17		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 209-216				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 209-216				
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	822,308 beneficiarias de los programas de seguridad alimentaria en México. El 100% de nuestras operaciones cuentan con programas de desarrollo comunitario. 21,165 horas de voluntariado en México. Voluntariado: En México, la cantidad reportada (35) incluye el total de eventos de voluntariado realizados durante 2020, aunque la descripción del indicador la acota solamente a los relacionados a mejorar espacios públicos de las comunidades.Para cada evento de voluntariado se estima una duración promedio de 3 horas. Pag. 206, 228				*
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	En México, hubo 82 reclamaciones de impacto social atendidas por el área Apoyo a la Comunidad.				
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016						
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 187-197				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 187-197				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 187-197				

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Pag. 187-197				*
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pag. 187-197				*
GRI 415: Política pública 2016						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016						
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	No aplica.				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	No aplica.				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	No aplica.				
415-1	Contribución 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. 180-183, 232-237, 240, 243-244				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 180-183, 232-237, 240, 243-244				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 180-183, 232-237, 240, 243-244				
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	**AUDITORÍAS MEDIMART** / **México** Auditorías on going: - Auditorías no aprobados pendientes de reauditoría: 2 Auditorías pendientes: 2 Proveedores exentos: 1 Proveedores que importan su producto (no se auditan, contamos con CBPF): 1 Para Centroamérica, no son auditorias, son certificaciones GFSI o Global Markets (Certificados). Se están tomado en cuenta las plantas como proveedores. En México, se tuvo una reducción por temas de la pandemia Pag. 180-183, 232-237, 240, 243-244				*

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
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: 1,024 / 0 / 1,024 Con resultado en multa o sanción: 295 / 0 / 295 Con resultado en amonestación: 7 / 0 / 7 Visitas de la autoridad sanitaria y PROFECO: 2,136 / 138 / 2,274 Órdenes de retiro: 39 / 0 / 39 **PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR** / **México** / **Centroamérica** / **Total** Quejas ante PROFECO: 3,091 / 265 / 3,356 **PRODUCTOS RETIRADOS** / **México** / **Centroamérica** / **Total** Productos retirados: 5,253 / 54 / 5,307 Retiros voluntarios de productos por proveedor: 10 / 7 / 17 Retiros corporativos: 71 / 38 / 109 Órdenes de retiro por la autoridad: 5 / 9 / 14 Medidas adoptadas ante retiros: Existen políticas, procedimientos, manuales, SOP los cuales permiten mitigar el riesgo de tener productos "No Aptos para la Venta" en piso. / El solicitante llena un formulario para el retiro de producto a través de la herramienta de SIGO. Pag. 180-183, 232-237, 240, 243-244				*
	Tasa de incumplimiento a la inocuidad alimentaria de alto riesgo	Pag.232-237			FB-FR-250a.1	
	Número de retiros de mercado, número de unidades retiradas, pocentaje de unidades retiradas que son productos de marcas propias	Pag.232-237			FB-FR-250a.2	
	Planteamiento del proceso para identificar y administrar productos e ingredientes relacionados con los intereses de nutrición y salud de los consumidores	Pag. 184			FB-FR-260a.2	

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
		GRI 417: Marketing y etiquetado 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 182-183				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 182-183				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 182-183				
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Pag. 182-183				
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Pag. 182-183				
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	En México, no hubo amonestaciones por incidentes de etiquetado. En Centroamérica no hubo multas, sanciones, amonestaciones ni procesos de la autoridad por incumplimiento y por incidentes de etiquetado en el 2020. En México hubo 3 multas superiores a 1 Mdp y en Centroamérica no hubo multas significativas, fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios. Pag. 182-183			FB-FR-270a.1	
	Cantidad total de pérdidas monetarias como resultado de procedimientos legales asociados con prácticas de marketing y/o etiquetado	Pag. 182-183			FB-FR-270a.2	
	Ingresos provenientes de productos etiquetados que contienen transgénicos (OMGs) y no transgénicos	Pag. 182-183			FB-FR-270a.3	
	Ingresos provenientes de productos etiquetados y/o comercializados para promover la salud y con atributos nutritivos	Pag. 182-183			FB-FR-260a.1	
		Seguridad de la información				
	Descripción del enfoque para indentificar y abordar riesgos a la seguridad de la información	Pag. 248-250			FB-FR-230a.2 CG-MR-230a.1 CG-EC-230a.1	
		GRI 418: Privacidad del cliente 2016				
		GRI 103: Enfoque de Gestión 2016				
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 238				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 238				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 238				
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Pag. 238			FB-FR-230a.1 CG-MR-230a.2 CG-EC-230a.2	*

Contenido GRI	Descripción	Página, URL y/o respuesta	Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	ODSs	Códigos SASB	Verificación externa
	Número de usuarios cuya información se emplea para propósitos secundarios	Pag. 238			CG-EC-220a.1	
	Descripción de políticas y prácticas relacionadas con publicidad conductual y privacidad para usuarios	Pag. 238			CG-EC-220a.2	
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016						
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016						
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pag. 218-221				
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Pag. 218-221				
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pag. 218-221				
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Pag. 218-221			FB-FR-310a.4 CG-MR-310a.3 CG-MR-330a.2 FB-FR-310a.3	*
Gestión de impactos ambientales y sociales en la cadena de abasto						
	Planteamiento de la estrategia para gestionar riesgos ambientales y sociales dentro de la cadena de abasto, incluyendo el bienestar animal	Pag. 170-173			FB-FR-430a.3	
	Planteamiento de estrategias para reducir el impacto ambiental de los empaques	Pag. 154-162			FB-FR-430a.4 CG-MR-410a.3	
	Ingresos prevenientes de productos certificados por terceros en cuanto a estándares de sostenibilidad ambiental y/o social	Pag. 163-167			CG-MR-410a.1 FB-FR-430a.1	
	Planteamiento de procesos para evaluar y manejar los riesgos y/o peligros asociados con el uso de sustancias químicas en los productos	Pag. 146-148			CG-MR-410a.2	

GRI **102-56**

Informe de Aseguramiento de Seguridad Limitada sobre los Contenidos de los Estándares del *Global Reporting Initiative ("GRI")* y del *Sustainability Accounting Standards Board* ("*SASB*") (Información no Financiera)

A WAL-MART S. DE R.L. DE C.V.:

Hemos sido contratados por la Administración de SERVICIOS ADMINISTRATIVOS WAL-MART S. DE R.L. DE C.V. (en lo sucesivo "Walmart") para reportar sobre los Indicadores de desempeño Ambiental, Social y de Gobierno Corporativo (ASG) de los Contenidos de los Estándares del *Global Reporting Initiative ("GRI")* y del *Sustainability Accounting Standards Board* ("*SASB*") (Información no Financiera) preparados y presentados por las áreas ESG y Desarrollo Corporativo de Walmart incluidos en el Informe Financiero y ASG 2020 de Walmart por el periodo comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre de 2020 (el "Informe Anual"), que se detallan en el Anexo A adjunto al presente informe (los "Contenidos"), en la forma de una conclusión independiente de seguridad limitada, respecto a si, con base en nuestro trabajo realizado y la evidencia obtenida, nada llamó nuestra atención que nos lleve a creer que los Contenidos, no están preparados en todos los aspectos materiales, de conformidad con los Estándares del *Global Reporting Initiative (GRI)* y del *Sustainability Accounting Standards Board* ("*SASB*").

Responsabilidades de la Administración

La Administración de Walmart es responsable de la preparación y presentación de la información sujeta a nuestra revisión y la información y aseveraciones contenidas dentro de ésta.

La Administración de Walmart es responsable del diseño, implementación y mantenimiento del control interno relevante para la preparación y presentación de la información sujeta a nuestra revisión, que está libre de errores materiales, ya sea por fraude o error.

La Administración de Walmart, también es responsable de asegurar que el personal involucrado en la preparación de los Contenidos se encuentra adecuadamente capacitado, los sistemas de información están debidamente actualizados y que cualquier cambio en la presentación de datos y/o en la forma de reportar, incluya todas las unidades de reporte significativas.

(Continúa)

"D.R." © KPMG Cárdenas Dosal, S.C., la firma mexicana miembro de la red de firmas miembro de KPMG afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una entidad suiza. Impreso en México. Todos los derechos reservados.

Nuestras responsabilidades

Nuestra responsabilidad es revisar la información concerniente a los Contenidos incluidos en el Informe Financiero y ASG 2020 y reportar sobre ello en la forma de una conclusión independiente de seguridad limitada con base en la evidencia obtenida. Realizamos nuestro trabajo con base en la Norma Internacional sobre Trabajos de Aseguramiento (ISAE) 3000, "Trabajos de Aseguramiento Distintos a Auditorías o Revisiones de Información Financiera Histórica", emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (International Auditing and Assurance Standards Board), dicha norma requiere que planeemos y realicemos nuestros procedimientos para obtener un nivel de seguridad o fiabilidad limitada respecto a si, con base en nuestro trabajo y la evidencia obtenida, nada llamó nuestra atención que nos lleve a creer que los Contenidos incluidos en el Informe Financiero y ASG 2020 por el periodo comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre de 2020, no están preparados en todos los aspectos materiales, de conformidad con los Estándares del *Global Reporting Initiative (GRI)* y del *Sustainability Accounting Standards Board* ("*SASB*").

KPMG CARDENAS DOSAL S.C. (la "Firma") aplica la Norma Internacional sobre Control de Calidad 1 y, por consiguiente, mantiene un sistema integral de control de calidad, incluyendo políticas y procedimientos documentados sobre el cumplimiento de requisitos éticos, normas profesionales y requerimientos legales y regulatorios aplicables.

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requisitos éticos del Código de Ética para Contadores Profesionales emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores, que se basa en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional y debido cuidado, confidencialidad y comportamiento profesional.

Los procedimientos seleccionados dependen de nuestro entendimiento y experiencia en los Contenidos presentados en el Informe Financiero y ASG 2020 y otras circunstancias del trabajo, y nuestra consideración de las áreas en las que es probable que surjan errores materiales.

Al obtener un entendimiento de los Contenidos incluidos en el Informe Financiero y ASG 2020, y otras circunstancias del trabajo, hemos considerado el proceso utilizado para preparar los Contenidos, con la finalidad de diseñar procedimientos de aseguramiento que sean adecuados en las circunstancias, más no con la finalidad de expresar una conclusión en cuanto a la efectividad del control interno de Walmart sobre la preparación y presentación de los Contenidos incluidos en el Informe Financiero y ASG 2020.

(Continúa)

Nuestro trabajo también incluye la evaluación de lo apropiado del asunto principal, la idoneidad de los criterios utilizados por Walmart en la preparación de los Contenidos, evaluando lo apropiado de los métodos, políticas y procedimientos, y modelos utilizados.

Los procedimientos aplicados en un trabajo de seguridad limitada difieren en naturaleza, oportunidad y alcance que en un trabajo de seguridad razonable. Por consiguiente, el nivel de aseguramiento que se obtiene en un trabajo de seguridad limitada es significativamente menor que el aseguramiento que se habría obtenido en caso de efectuar un trabajo de seguridad razonable.

Criterios

Los criterios sobre los cuales se ha evaluado la preparación de los Contenidos se refieren a los requerimientos establecidos y de conformidad con los Estándares del *Global Reporting Initiative (GRI) y* del *Sustainability Accounting Standards Board* ("*SASB*") que se detallan en el Anexo A.

Limitaciones inherentes

Debido a las limitaciones inherentes a cualquier estructura de control interno es posible que pudieran ocurrir errores o irregularidades en la información presentada en el Informe y no ser detectados. Nuestra revisión no está diseñada para detectar todas las debilidades en los controles internos sobre la preparación y presentación del Reporte, ya que nuestra revisión no se ha llevado a cabo de manera continua durante todo el período y los procedimientos fueron realizados con base en una muestra.

Conclusión

Nuestra conclusión ha sido formada con base a y está sujeta a lo que se detalla en este informe.

Consideramos que la evidencia que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra conclusión.

(Continúa)

Basados en nuestra revisión y la evidencia obtenida, no tuvimos conocimiento de situación alguna que nos haga pensar que los Contenidos que se detallan en el Anexo A adjunto al presente informe de aseguramiento, preparados por el área de Sostenibilidad y Responsabilidad Social de Walmart e incluidos en el Informe Financiero y ASG 2020 de Walmart por el periodo comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre de 2020, no están preparados en todos los aspectos materiales, de conformidad con los Estándares del *Global Reporting Initiative (GRI) y* del *Sustainability Accounting Standards Board* ("*SASB*").

Restricción de uso de nuestro informe

Nuestro informe no debe ser considerado como adecuado para usarse ni considerarse por cualquiera de las partes que deseen adquirir derechos frente a nosotros distintos de las áreas ESG y Desarrollo Corporativo de Walmart para ningún propósito o bajo cualquier otro contexto. Cualquier parte distinta a las áreas ESG y Desarrollo Corporativo de Walmart que obtenga acceso a nuestro informe o una copia del mismo y elija basarse en nuestro informe (o en cualquier parte de él) lo hará bajo su propio riesgo.

En la medida en que lo permita la ley, no aceptamos ni asumimos ninguna responsabilidad y negamos cualquier responsabilidad de nuestro trabajo a cualquier parte que no sea Walmart por este informe independiente de seguridad limitada o por las conclusiones a las que hemos llegado.

Nuestro informe es emitido para Walmart, sobre el entendimiento que este informe no debe ser copiado, ni hacer referencia a él o divulgado en su totalidad o en partes sin nuestro previo consentimiento por escrito.

KPMG CARDENAS DOSAL S.C.

Juan Carlos Reséndiz Muñiz
Socio

Ciudad de México, a 9 de marzo de 2021.

Anexo A

Descripción de los Contenidos e indicadores objeto del trabajo de aseguramiento de seguridad limitada:

Estándar GRI	Contenido		SASB Food Retailers and Distributors (FB-FR) Multiline and Specialty Retailers Distributors (CG-MR) e-Commerce (CG-EC)	Cobertura de la organización (MX/CAM)	Unidad
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores.	CG-EC-330a.4	MX/CAM	Total de asociados
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores.	CG-EC-330a.4	MX/CAM	Empleos Generados
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	Total de asociados Staff
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	Total de asociados Operaciones
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados MUJERES =<25
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados MUJERES 26 A 30
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados MUJERES 31 A 35
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados MUJERES 36 A 40
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados MUJERES =>41
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados HOMBRES =<25
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados HOMBRES 26 A 30
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados HOMBRES 31 A 35
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados HOMBRES 36 A 40
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados HOMBRES =>41
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados MUJERES =<25
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados MUJERES 26 A 30
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados MUJERES 31 A 35
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados MUJERES 36 A 40
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados MUJERES =>41
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados HOMBRES =<25

"D.R." © KPMG Cárdenas Dosal, S.C., la firma mexicana miembro de la red de firmas miembro de KPMG afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una entidad suiza. Impreso en México. Todos los derechos reservados.

	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados HOMBRES 26 A 30
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados HOMBRES 31 A 35
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados HOMBRES 36 A 40
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados HOMBRES =>41
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados MUJERES =<25
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados MUJERES 26 A 30
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados MUJERES 31 A 35
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados MUJERES 36 A 40
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados MUJERES =>41
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados HOMBRES =<25
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados HOMBRES 26 A 30
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados HOMBRES 31 A 35
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados HOMBRES 36 A 40
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados HOMBRES =>41
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	Total de asociados Staff
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	Total de asociados Staff
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	Total de asociados Operaciones
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	Total de asociados Operaciones
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados Staff Hombres
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados Staff Mujeres
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados Operaciones Hombres
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	% de asociados Operaciones Mujeres
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados Staff Hombres
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados Staff Mujeres
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados Operaciones Hombres

	102-7	Tamaño de la organización.		MX	% de asociados Operaciones Mujeres
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados Staff Hombres
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados Staff Mujeres
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados Operaciones Hombres
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	% de asociados Operaciones Mujeres
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	Total de asociados
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	Total de asociados no ejecutivos
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	Total de asociados ejecutivos
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	Total de asociados permanentes
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	Total de asociados Jornada Parcial
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	Total de asociados Jornada Completa
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	Total de asociados eventuales
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	Total de asociados Jornada Parcial
	102-7	Tamaño de la organización.		MX	Total de asociados Jornada Completa
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	Total de asociados
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	Total de asociados no ejecutivos
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	Total de asociados ejecutivos
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	Total de asociados permanentes
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	Total de asociados Jornada Parcial
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	Total de asociados Jornada Completa
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	Total de asociados eventuales
	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	Total de asociados Jornada Parcial

	102-7	Tamaño de la organización.		CAM	Total de asociados Jornada Completa
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	Total de asociados Hombre
	102-7	Tamaño de la organización.		MX/CAM	Total de asociados Mujer
	102-9	Cadena de suministro.	FB-FR-000.C FB-FR-000.D	MX	Total de proveedores (RFCs)
	102-9	Cadena de suministro.	FB-FR-000.C FB-FR-000.D	CAM	Total de proveedores (RFCs)
	102-11	Principio o enfoque de precaución.		MX/CAM	Referencia a los contenidos de cadena de valor responsable (308-2)
	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades.			Declaración cualitativa
	102-16	Valores, principios, Estándares y normas de conducta.		MX/CAM	Código de conducta
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés.			
	102-43	Total de quejas		MX	No.
	102-43	ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN. Tasa de recomendación		MX	Porcentaje
	102-43	ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN. Tasa de recomendación		CAM	Porcentaje
	102-43	Tasa de satisfacción del cliente		MX	No. (escala 1-10)
	102-43	Tasa de satisfacción del cliente		CAM	No. (escala 1-5)
	102-43	Número de encuestas realizadas (contestadas)		CAM	No.
	102-43	IES (INDICADOR DE EXPERIENCIA DEL SOCIO) Número de encuestas realizadas		MX	No.

	102-43	IEC (INDICE DE EXPERIENCIA DE COMPRA). Número de encuestas realizadas.		MX	No.
	102-43	IES BRICK Satisfacción general		MX	No. (escala 1-10)
	102-43	IES BRICK. Tasa Neta de Promoción		MX	Porcentaje
	102-43	IES BRICK. Intención de renovación		MX	Porcentaje
	102-43	ON LINE Satisfacción General		MX	No. (escala 1-10)
	102-43	ON LINE Tasa Neta de Promoción		MX	Porcentaje
	102-43	IEC (INDICE DE EXPERIENCIA DE COMPRA). Aplicación de encuesta de nivel de satisfacción.		MX	No. (escala 1-10)
	102-43	RESULTADOS WALMART. IEC de satisfacción general		MX	No. (escala 1-10)
	102-43	RESULTADOS WALMART. IEC NPS		MX	Porcentaje
	102-43	RESULTADOS MI BODEGA. IEC de Satisfacción general		CAM	No. (escala 1-5)
	102-43	RESULTADOS MI BODEGA. IEC NPS		MX	Porcentaje
	102-50	Periodo objeto del informe.		MX/CAM	Periodo
	102-52	Ciclo de elaboración de informes.		MX/CAM	Periodicidad
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe.		MX/CAM	
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI.		MX/CAM	Declaración
	102-55	Índice de contenidos GRI.		MX/CAM	Índice
	102-56	Verificación externa.		MX/CAM	Verificación
GRI 201: Desempeño	201-1	Valor económico directo generado y distribuido.		MX/CAM	

económico 2016	201-1b	Total de recursos canalizados en inversiones comunitarias		MX	MDP
	201-1b	Total de recursos canalizados en inversiones comunitarias		CAM	USD
	201-1b	Porcentaje de recursos canalizados por la empresa		MX	Porcentaje
	201-1b	Porcentaje de recursos canalizados por socios, clientes y proveedores		MX	Porcentaje
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-2	Impactos económicos indirectos significativos.		MX/CAM	Declaración cualitativa
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales.		MX/CAM	Desglose a continuación
	204-1	NUESTRAS MARCAS AUTOSERVICIOS. Porcentaje de proveedores nacionales/regionales de Nuestras Marcas		MX	Porcentaje
	204-1	NUESTRAS MARCAS AUTOSERVICIOS. Porcentaje de proveedores nacionales/regionales de Nuestras Marcas		CAM	Porcentaje
	204-1	NUESTRAS MARCAS AUTOSERVICIOS. Porcentaje de venta proveedores nacionales/ regionales de Nuestras Marcas		MX	Porcentaje
	204-1	NUESTRAS MARCAS AUTOSERVICIOS. Porcentaje de venta proveedores nacionales/ regionales de Nuestras Marcas		CAM	Porcentaje

	204-1	NUESTRAS MARCAS AUTOSERVICIOS. Porcentaje de venta que representa ME		MX	Porcentaje
	204-1	NUESTRAS MARCAS AUTOSERVICIOS. Porcentaje de venta que representa ME		CAM	Porcentaje
	204-1	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra a proveedores nacional/regional		MX	Porcentaje
	204-1	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra a proveedores nacional/regional		CAM	Porcentaje
	204-1	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra de producto nacional/regional		MX	Porcentaje
	204-1	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra de producto nacional/regional		CAM	Porcentaje
	204-1	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra directa al productor		MX	Porcentaje
	204-1	FRUTAS Y VERDURAS. Porcentaje de compra directa al productor		CAM	Porcentaje
	204-1	CARNES. Porcentaje de compra a proveedores nacional/regional		MX	Porcentaje
	204-1	CARNES. Porcentaje de compra a proveedores nacional/regional		CAM	Porcentaje
	204-1	CARNES. Porcentaje de compra de producto nacional/regional		MX	Porcentaje
	204-1	CARNES. Porcentaje de compra de producto nacional/regional		CAM	Porcentaje

	204-1	CARNES. Porcentaje de compra directa de importación		MX	Porcentaje
	204-1	CARNES. Porcentaje de compra directa de importación		CAM	Porcentaje
	204-1	PESCADOS Y MARISCOS. Porcentaje de compra de producto nacional/regional		CAM	Porcentaje
	204-1	PESCADOS Y MARISCOS. Porcentaje de compra a proveedores nacionales/regionales		CAM	Porcentaje
	204-1	PESCADOS Y MARISCOS. Porcentaje de compra directa de importación		CAM	Porcentaje
	204-1	ADOPTA UNA PYME. Número de proveedores		MX	No.
	204-1	TIERRA FERTIL. Número de pequeños agricultores		CAM	No.
	204-1	TIERRA FERTIL. Número de familias beneficiadas		CAM	No.
	204-1	TIERRA FERTIL. Porcentaje de pequeños agricultores MUJERES		CAM	Porcentaje
	204-1	UNA MANO PARA CRECER. Número de proveedores		CAM	No.
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.		MX	Total de asociados informados
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.		CAM	Total de asociados informados
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.		MX	Total de proveedores informados

	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.		CAM	Total de proveedores informados
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.		MX/CAM	% de Órgano de Gobierno capacitado
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.		MX/CAM	No.
GRI 301: Materiales 2016	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.		MX	toneladas de Diésel
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.		MX	toneladas de Gas LP
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.		MX	litros de Gasolina
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.		MX	toneladas de Gas natural
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.		CAM	toneladas de Diésel
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.		CAM	toneladas de Gas LP
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.		CAM	litros de Gasolina
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.		CAM	litros de Bunker
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.		CAM	litros de Turbosina

	301-1a	Consumo total de papel (bond, TAB, tarjetas, kraft, bolsa pan, Papel tortillas)		MX	Toneladas
	301-1a	Consumo total de papel (bond, TAB, tarjetas, kraft, bolsa pan, Papel tortillas)		CAM	Toneladas
	301-1a	Consumo total de papel sanitario y toallas Papel		MX	Toneladas
	301-1a	Consumo total de papel sanitario y toallas Papel		CAM	Toneladas
	301-1a	Consumo total de cartón, caple.		MX	Toneladas
	301-1a	Consumo total de madera		MX	Toneladas
	301-1b	Total de Materiales consumidos		MX	Toneladas
	301-1b	Total de Materiales consumidos		CAM	Toneladas
	301-1b	Consumo total de Químicos		MX	Toneladas
	301-1b	Consumo total de Químicos		CAM	Toneladas
	301-1b	Consumo total de plásticos (bolsas, playo, sacos, lonas, cajas, charolas, tarimas, etc)		MX	Toneladas
	301-1b	Consumo total de plásticos (bolsas, playo, sacos, lonas, cajas, charolas, tarimas, etc)		CAM	Toneladas
	301-2	Insumos reciclados.			
	301-2	Plástico utilizado que cuenta con material reciclado		CAM	Porcentaje de material reciclado usado en la fabricación
	301-2	Papel bond (impresiones, TAB) utilizado que cuenta con material reciclado		CAM	Porcentaje de material reciclado usado en la fabricación
	301-2	Papel sanitario utilizado que cuenta con material reciclado		CAM	Porcentaje de material reciclado usado en la fabricación

GRI 302: Energía 2016	301-2	Papel toalla utilizado que cuenta con material reciclado		CAM	Porcentaje de material reciclado usado en la fabricación
	302-1	Consumo energético dentro de la organización.	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX	GJ de energía total
	302-1	Consumo energético dentro de la organización.	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX	GJ combustibles
	302-1	Consumo energético dentro de la organización.	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX	GJ energía no renovable
	302-1	Consumo energético dentro de la organización.	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	MX	GJ energía renovable
	302-1	Consumo energético dentro de la organización.	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	CAM	GJ de energía total
	302-1	Consumo energético dentro de la organización.	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	CAM	GJ combustibles
	302-1	Consumo energético dentro de la organización.	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	CAM	GJ energía no renovable
	302-1	Consumo energético dentro de la organización.	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1 FB-FR-130a.1	CAM	GJ energía renovable
	302-3	Intensidad energética.		MX	GJ/m2
	302-3	Intensidad energética.		CAM	GJ/m2
	302-4	Reducción del consumo energético.		MX	GJ electricidad
	302-4	Reducción del consumo energético.		CAM	GJ electricidad

	302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios.			No aplica debido a que la compañía no manufactura productos.
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-1	Interacción del agua como recurso compartido.		MX/CAM	
	303-3	Extracción de agua.	CG-EC-130a.2	MX	m3 de extracción total
	303-3	Extracción de agua.	CG-EC-130a.2	MX	m3 suministro municipal
	303-3	Extracción de agua.	CG-EC-130a.2	MX	m3 pozos
	303-3	Extracción de agua.	CG-EC-130a.2	MX	m3 pipas
	303-3	Extracción de agua.	CG-EC-130a.2	MX	m3 de extracción en zonas con estrés hídrico
	303-3	Extracción de agua.	CG-EC-130a.2	CAM	m3 de extracción total
	303-3	Extracción de agua.	CG-EC-130a.2	CAM	m3 suministro municipal
	303-3	Extracción de agua.	CG-EC-130a.2	CAM	m3 pozos
	303-3	Extracción de agua.	CG-EC-130a.2	CAM	m3 pipas
	303-3	Extracción de agua.	CG-EC-130a.2	CAM	m3 centro comercial
	303-4	Vertidos de agua.		MEX	m3 aguas residuales vertidas
	303-4	Vertidos de agua.		MEX	m3 agua reutilizada
	303-5	Consumo de agua.	CG-EC-130a.2	MX	m3 de extracción total
	303-5	Consumo de agua.	CG-EC-130a.2	MX	m3 suministro municipal
	303-5	Consumo de agua.	CG-EC-130a.2	MX	m3 pozos
	303-5	Consumo de agua.	CG-EC-130a.2	MX	m3 pipas
	303-5	Consumo de agua.	CG-EC-130a.2	MX	m3 de extracción en zonas con estrés hídrico
	303-5	Consumo de agua.	CG-EC-130a.2	CAM	m3 de extracción total
	303-5	Consumo de agua.	CG-EC-130a.2	CAM	m3 suministro municipal
	303-5	Consumo de agua.	CG-EC-130a.2	CAM	m3 pozos
	303-5	Consumo de agua.	CG-EC-130a.2	CAM	m3 pipas
	303-5	Consumo de agua.	CG-EC-130a.2	CAM	m3 centro comercial

GRI 304: Biodiversidad 2016	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.		MX	
	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.		CAM	
	304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad.		MX	
	304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad.		CAM	
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1).	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	MX	t CO2e
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1).	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	MX	t CO2e por consumo de refrigerantes
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1).	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	MX	t CO2e por consumo de combustibles
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1).	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	CAM	t CO2e
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1).	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	CAM	t CO2e por consumo de refrigerantes
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1).	FB-FR-110b.1 FB-FR-110b.3	CAM	t CO2e por consumo de combustibles

GRI 305: Emisiones 2016	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).		MX	t CO2e
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).		CAM	t CO2e
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	MX	t CO2e
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	MX	t CO2e transportes
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	MX	t CO2e viajes de negocio
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	CAM	t CO2e
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	CAM	t CO2e transportes
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	FB-FR-110a.1 CG-EC-410a.1	CAM	t CO2e viajes de negocio
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI.		MX	t CO2e/m2
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI.		CAM	t CO2e/m2
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI.	CG-EC-410a.2	MX	Porcentaje de reducción
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI.	CG-EC-410a.2	CAM	Porcentaje de reducción
	305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO).	FB-FR-110b.2	MX	t CO2e por consumo de R-22
	305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO).	FB-FR-110b.2	CAM	t CO2e por consumo de R-22
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino.			
	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación.	FB-FR-150a.1		
	103-2	Número de unidades con programas de reciclaje		MX	No.

	103-2	Número de unidades con programas de reciclaje		CAM	No.
	103-2	Alcance a la meta Cero residuos 2025		MX	Porcentaje de cumplimiento
	103-2	Alcance a la meta Cero residuos 2025		CAM	Porcentaje de cumplimiento
	103-2	Espacio liberado de relleno sanitario por recuperación de residuos sólidos para reciclaje		MX	m3
	103-2	Espacio liberado de relleno sanitario por recuperación de residuos sólidos para reciclaje		CAM	m3
	103-2	Alcance a la meta: reducir 50% los residuos de alimentos		MX	Porcentaje de cumplimiento
	306-2a 306-2b	Total desechos generados		MX	Toneladas
	306-2a 306-2b	Total desechos generados		CAM	Toneladas
	306-2a	Total residuos peligrosos		MX	Toneladas
	306-2a	Total residuos peligrosos		CAM	Toneladas
	306-2b	Total de residuos NO peligrosos		MX	Toneladas
	306-2b	Total de residuos NO peligrosos		CAM	Toneladas
	306-2a 306-2b	Peso total de residuos reciclados		MX	Toneladas
	306-2a 306-2b	Peso total de residuos reciclados		CAM	Toneladas
	306-2a 306-2b	Peso total de residuos enviados a vertederos		MX	Toneladas
	306-2a 306-2b	Peso total de residuos enviados a vertederos		CAM	Toneladas

	306-3	Derrames significativos.		MX	No.
	306-3	Derrames significativos.		CAM	No.
GRI 307: Cumplimiento ambiental 2016	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.		MX/CAM	Multas y reclamaciones
GRI 308: Evaluación Ambiental de Proveedores 2016	308-2a	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		MX	Resultados de Auditorías por región - Green
	308-2a	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		CAM	Resultados de Auditorías por región - Green
	308-2a	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		MX	Resultados de Auditorías por región - yellow
	308-2a	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		CAM	Resultados de Auditorías por región - yellow
	308-2a	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		MX	Resultados de Auditorías por región - orange
	308-2a	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		CAM	Resultados de Auditorías por región - orange
	308-2a	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		MX	Resultados de Auditorías por región - red
	308-2a	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		CAM	Resultados de Auditorías por región - red

	308-2a	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		MX	Resultados de Auditorías por región - otro
	308-2a	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		CAM	Resultados de Auditorías por región - otro
	308-2a	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		MX	Resultados de Auditorías por región - totales
	308-2a	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		CAM	Resultados de Auditorías por región - totales
GRI 401: Empleo 2016	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		MX	No. Total de altas
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		MX	No Total de altas.<25
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		MX	No. Total de altas 26-30
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		MX	No. Total de altas 31-35
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		MX	No. Total de altas 36-40
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		MX	No. Total de altas >41
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		MX	No. Total de bajas
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		MX	No. Total de bajas <25
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		MX	No. Total de bajas 26-30

	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		MX	No. Total de bajas 31-35
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		MX	No. Total de bajas 36-40
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		MX	No. Total de bajas >41
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		CAM	No. Total de altas
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		CAM	No Total de altas.<25
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		CAM	No. Total de altas 26-30
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		CAM	No. Total de altas 31-35
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		CAM	No. Total de altas 36-40
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		CAM	No. Total de altas >41
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		CAM	No. Total de bajas
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		CAM	No. Total de bajas <25
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		CAM	No. Total de bajas 26-30
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		CAM	No. Total de bajas 31-35
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		CAM	No. Total de bajas 36-40
	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.		CAM	No. Total de bajas >41

		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	MX/CAM	Índice de compromiso
		Compromiso de asociados, en forma porcentual	CG-EC-330a.1	MX/CAM	Índice de participación
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.		MX	% de asociados en comités de salud y seguridad
	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.		CAM	% de asociados en comités de salud y seguridad
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes.		MX/CAM	Declaración cualitativa
	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo.		MX/CAM	No. Asociados que forman parte de las comisiones de salud y seguridad
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo.		MX/CAM	No. Asociados capacitados
	403-6	Fomento de la salud de los trabajadores		MX/CAM	Descripción cualitativa
	403-9	Lesiones por accidente laboral.		MX	Días de incapacidad
	403-9	Lesiones por accidente laboral.		CAM	Días de incapacidad
	403-9	Lesiones por accidente laboral.		MX	Accidentes por riesgo de trabajo
	403-9	Lesiones por accidente laboral.		CAM	Accidentes por riesgo de trabajo
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1	Media de horas de formación al año por empleado.		MX	Asociados capacitados (incluye los que dejaron la empresa)
	404-1	Media de horas de formación al año por empleado.		CAM	Asociados capacitados (incluye los que dejaron la empresa)
	404-1	Media de horas de formación al año por empleado.		MX	Millones de horas hombre de capacitación
	404-1	Media de horas de formación al año por empleado.		CAM	Millones de horas hombre de capacitación

	404-1	Media de horas de formación al año por empleado.		MX	Promedio de horas de capacitación por empleado
	404-1	Media de horas de formación al año por empleado.		CAM	Promedio de horas de capacitación por empleado
	404-1	Media de horas de formación al año por empleado.		MX	Asociados promovidos
	404-1	Media de horas de formación al año por empleado.		CAM	Asociados promovidos
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	CG-EC-330a.3 CG-MR-330a.1	MX	Asociados con discapacidad
	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	CG-EC-330a.3 CG-MR-330a.1	CAM	Asociados con discapacidad
	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	CG-EC-330a.3 CG-MR-330a.1	MX	Asociados promovidos mujeres
	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	CG-EC-330a.3 CG-MR-330a.1	CAM	Asociados promovidos mujeres
GRI 406: No discriminación 2016	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas.		MX/CAM	Descripción
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.		MX/CAM	Referencia a los contenidos de cadena de valor responsable (308-2)
GRI 408: Trabajo infantil 2016	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.		MX/CAM	Referencia a los contenidos de cadena de valor responsable (308-2)
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.		MX/CAM	Referencia a los contenidos de cadena de valor responsable (308-2)

GRI 412: Evaluación de derechos humanos 2016	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos			
	412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos.		MX/CAM	Horas Hombre
	412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos.		MX	% Operaciones
	412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos.		MX	% Staff
	412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos.		CAM	% Operaciones
	412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos.		CAM	% Staff
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo.			
	413-1	Inversiones en comunidades. Total de BENEFICIARIOS		MX	No.
	413-1	Inversiones en comunidades. Total de BENEFICIARIOS		CAM	No.
	413-1	Inversiones en comunidades. Número de Instituciones colaboradoras por región		MX	No.
	413-1	Inversiones en comunidades. Número de Instituciones colaboradoras por región		CAM	No.

	413-1	VOLUNTARIADO. Total de participaciones voluntarias		MX	No.
	413-1	VOLUNTARIADO c) Indique el porcentaje sobre el total de la plantilla que participa o realiza trabajos voluntarios		MX	Porcentaje sobre el total de la plantilla
	413-1	VOLUNTARIADO. Total de actividades realizadas.		MX	No.
	413-1	VOLUNTARIADO. Total de horas de voluntariado		MX	No.
	413-1	PEQUEÑO PRODUCTOR. Número de productores beneficiados		MX	No.
	413-1	PEQUEÑO PRODUCTOR. Número de empleos generados		MX	No.
	413-1	PEQUEÑO PRODUCTOR. Porcentaje de incremento de ingresos de los productores de agricultura		MX	Porcentaje
	413-1	PEQUEÑO PRODUCTOR. Compras de Agricultura		MX	MDP
	413-1	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Total de beneficiarios directos		MX	No.
	413-1	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Total de beneficiarios directos		CAM	No.
	413-1	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Total de beneficiarios directos MUJERES		MX	No.
	413-1	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Número de instituciones beneficiadas		MX	No.
	413-1	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Número de instituciones beneficiadas		CAM	No.
	413-1	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Toneladas de alimento canalizado		MX	Toneladas

	413-1	SEGURIDAD ALIMENTARIA. Toneladas de alimento canalizado		CAM	Toneladas
	413-1	DESASTRES NATURALES. Toneladas de ayuda canalizadas para apoyo a damnificados por Desastre Natural.		MX	Toneladas
	413-1	DESASTRES NATURALES. Toneladas de ayuda canalizadas para apoyo a damnificados por Desastre Natural.		CAM	Toneladas
	413-1	DESASTRES NATURALES. b) Número de desastres Naturales apoyados y de una breve descripción de ellos (lugar, fecha, tipo de desastre natural)		MX	No. y descripción
	413-1	DESASTRES NATURALES. b) Número de desastres Naturales apoyados y de una breve descripción de ellos (lugar, fecha, tipo de desastre natural)		CAM	No. y descripción
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales.		MX/CAM	Referencia a los contenidos de cadena de valor responsable (308-2)
	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.		MX/CAM	Referencia a los contenidos de cadena de valor responsable (308-2)
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios.		MX	Auditorías on going
	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios.		MX	Auditorías no aprobados pendientes de reauditoría

	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios.		MX	Auditorías pendientes
	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios.		MX	Proveedores exentos
	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios.		MX	Proveedores que importan su producto (no se auditan, contamos con CBPF)
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		MX	Total de casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		MX	Quejas ante PROFECO
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		CAM	Quejas ante PROFECO
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		MX	Productos retirados
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		CAM	Productos retirados
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad		MX	Retiros voluntarios de productos por proveedor

		de las categorías de productos y servicios.			
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		CAM	Retiros voluntarios de productos por proveedor
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		MX	Retiros corporativos
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		CAM	Retiros corporativos
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		MX	Órdenes de retiro por la autoridad
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		CAM	Órdenes de retiro por la autoridad
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		MX	Medidas adoptadas ante retiros
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.		CAM	Medidas adoptadas ante retiros

		Número de retiros de mercado, número de unidades retiradas, porcentaje de unidades retiradas que son productos de marcas propias	FB-FR-250a.2		Número de retiros
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.	FB-FR-230a.1 CG-MR-230a.2 CG-EC-230a.2	MX	Descripción
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016	419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.		MX	Total de demandas recibidas
	419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.		CAM	Total de demandas recibidas
	419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.		MX	Recibidas de proveedores
	419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.		CAM	Recibidas de proveedores
	419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.		MX	Recibidas de asociados
	419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.		CAM	Recibidas de asociados
		Planteamiento de estrategias para reducir el impacto ambiental de los empaques	FB-FR-430a.4 **CG-MR-410a.3**	MX/CAM	Descripción

		Planteamiento de procesos para evaluar y manejar los riesgos y/o peligros asociados con el uso de sustancias químicas en los productos	CG-MR-410a.2	MX/CAM	Descripción

GLOSARIO

ADR
American Depositary Receipt

AMVO
Asociación Mexicana de Venta Online

ANTAD
Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales

ASG
Ambiental, Social y Gobierno Corporativo

BAE
Bodega Aurrera Express

Blockchain
Conjunto de tecnologías que permiten mantener un registro distribuido, descentralizado, sincronizado y muy seguro de la información

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

CARCHO
Central American Retail Holding Company

CDP
Carbon Disclosure Project

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

CG-MR
Multiline and Specialty Retailers Distributors

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

COVID-19
Síndrome respiratorio agudo producido por un coronavirus

Crowdsourcing
Colaboración de picking y entrega externa

Despensa a tu casa
Servicio de entrega a domicilio del sitio de Bodega

EBITDA
Flujo operativo equivalente a la utilidad de operación antes de ingresos financieros, amortización, depreciación e impuestos

FB-FR
Food Retailers and Distributors

Flex Pos
Nuestro sistema para administrar el punto de venta

Fulfillment Center
Instalación logísitca de menores dimensiones en donde se preparan y envían los pedidos de los clientes a través de plataformas digitales

GAP
Good Aquaculture Practices

GEI
Gases de Efecto Invernadero

GFSI
Global Food Safety Initiative

GJ
Gigajoule

GMV
Gross Merchandise Value

GRI
Global Reporting Initiative

Grupos de riesgo
Un grupo o población de riesgo está constituido por aquellas personas que debido a ciertas características, ya sean biológicas, físicas o sociales tienen mayor probabilidad de contraer determinadas enfermedades

ISR
Impuesto sobre la Renta

LED
Diodo emisor de luz

LGBT+
Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales, el signo "+" es inclusivo a otros grupos.

NIIF
Normas Internacionales de Información Financiera

NOM
Normas Oficiales Mexicanas

NPS
Net Promoter Score, indicador para medir la lealtad

Nuestras Marcas
Productos de marcas propias de Walmart de México y Centroamérica

ODS
Objetivos de Desarrollo Sostenible

ONG
Organización no Gubernamental

PAI
Programa de Asistencia Integral de Walmart

Pandemia
Enfermedad epidémica que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región.

Partículas PM
Partículas con diámetro aerodinámico menor que 10 micras

PIB
Producto Interno Bruto

Picker
Asociado responsable de agrupar los productos solicitados por los clientes

Piso de venta
Superficie destinada para la venta de mercancía

PMNU
Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Powered by Walmart
Impulsada por Walmart, por su traducción del inglés

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

PRODI
Acrónimo para describir las cinco promesas que la conforman y que representa todos los beneficios de trabajar en Walmart

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

SASB
Sustainability Accounting Standards Board (SASB por sus siglas en inglés), Junta de Normas de Contabilidad de Sustentabilidad

Sellers
Vendedores externos dentro del marketplace

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

TCFD
Task Force on Climate-related Financial Disclosures

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

Valor Compartido
Para Walmart de México y Centroamérica, Valor Compartido implica la creación de valor económico, ambiental y social para todos nuestros grupos de interés

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**

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

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

Asuntos Corporativos
Claudia de la Vega Martínez
claudia.delavega@walmart.com
+52 55 5283 0235

ASG
Viridiana Hernández Torija
m.v.hernandez@walmart.com
+52 55 52 83 01 00 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