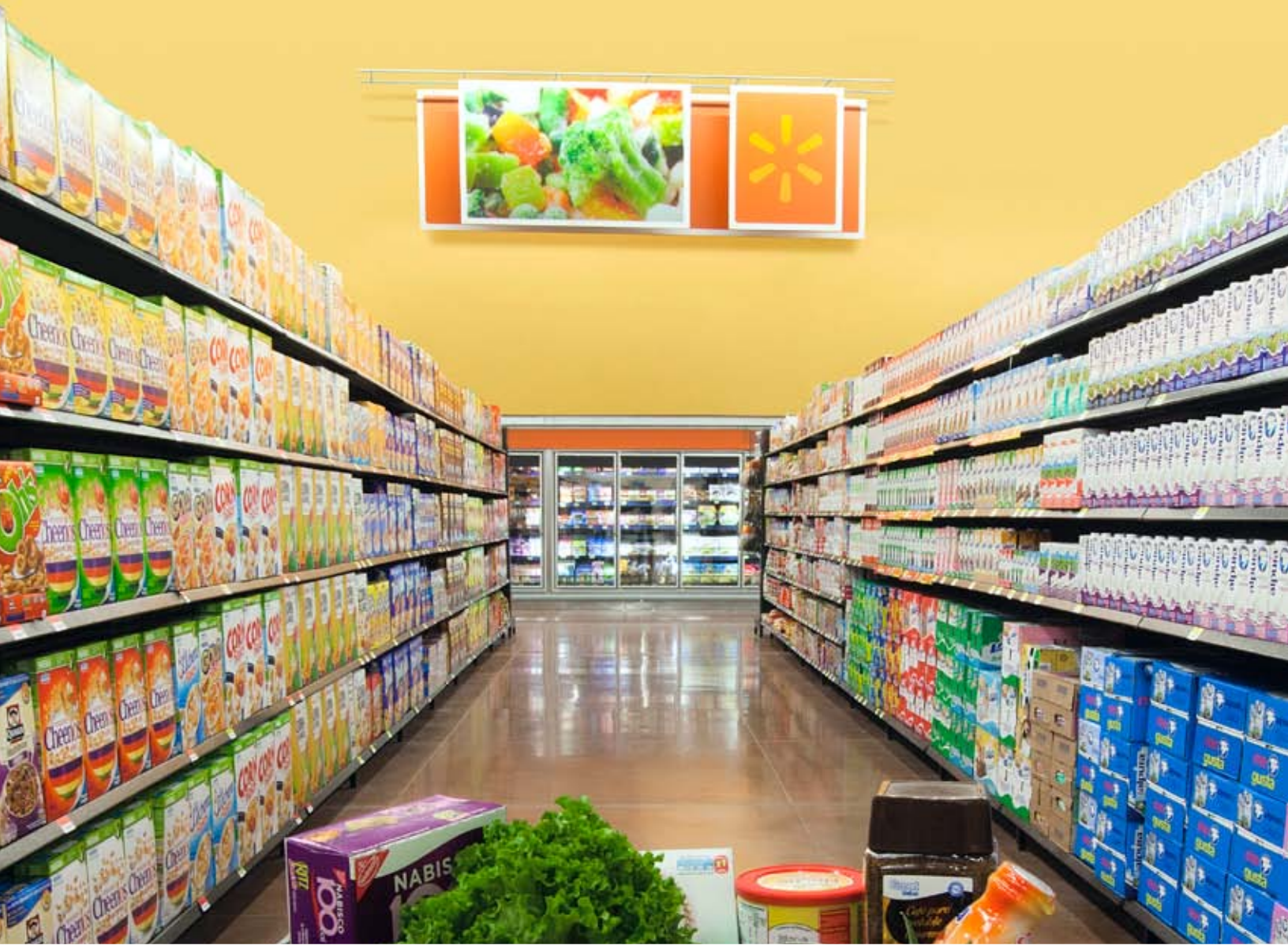
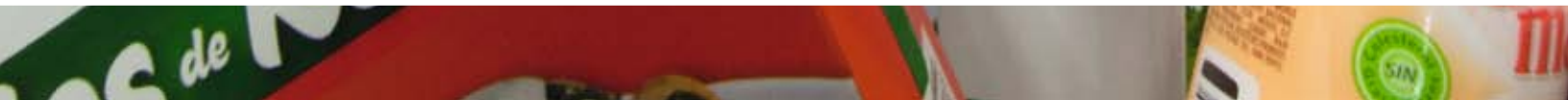


SOMOS

Walmart

México y Centroamérica



ÍNDICE

Mensaje del Presidente del Consejo de Administración 4

Mensaje del Presidente Ejecutivo y Director General 6

Somos Mercaderes 8

Somos Solidez y Prudencia Financiera 16

Somos Mejora Continua 20

Somos Desarrollo de Talento 24

Somos Compromiso 30

Gobierno Corporativo 40

Comentarios y Análisis de la Administración 42

Resumen Financiero 44

Glosario 45

Premios y Reconocimientos 46

Informe de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias 47

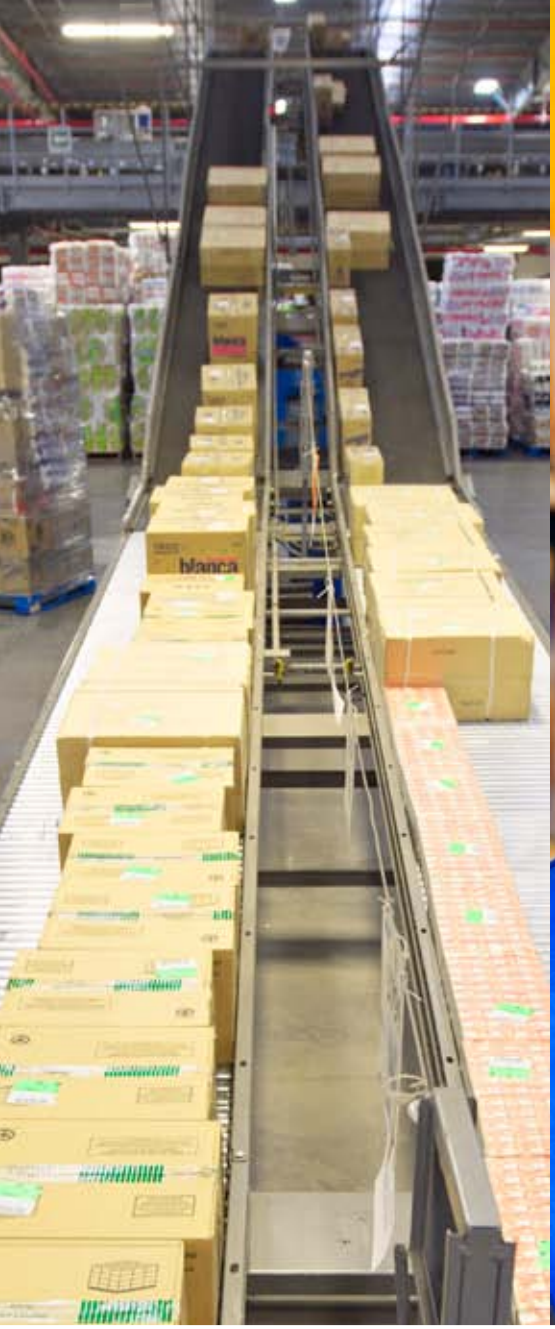
Dictamen de los Auditores Independientes 49

Lineamientos GRI 84

SOMOS

Somos una compañía comprometida con su visión de contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias de la región. Desde hace más de 50 años somos MERCADERES, ofreciendo un surtido diferenciado que permite que nuestros clientes ahorren dinero y vivan mejor.

Aprovechando nuestra SOLIDEZ Y PRUDENCIA FINANCIERA llevamos nuestra propuesta de valor a más clientes, superando sus expectativas y con ello, también las de nuestros accionistas.



Somos una empresa que vive la MEJORA CONTINUA. Día a día nos planteamos grandes objetivos y los conseguimos; cada meta que alcanzamos es un punto de partida de un nuevo reto.

Nuestra gente es una de nuestras mayores ventajas competitivas y por ello el DESARROLLO DE TALENTO es una prioridad para seguir construyendo una organización de alto desempeño que soporte nuestro crecimiento.

Convencidos de que la responsabilidad corporativa es un factor clave, estratégico e integrador del negocio, extendemos nuestro COMPROMISO a las comunidades donde operamos y al terreno de la sustentabilidad.

Mensaje del Presidente del Consejo de Administración

En Walmart de México y Centroamérica, como ha sido una constante a lo largo de nuestra historia, estamos comprometidos con nuestra visión de mejorar la calidad de vida de las familias de la región. Somos una compañía sólida que, apoyada en sus fortalezas, continúa creciendo rentable y sustentablemente, en beneficio de todos sus grupos de interés. En este sentido, me gustaría hacer un breve repaso de los atributos que como compañía hemos forjado a lo largo de los años y que representan nuestra mayor ventaja competitiva.

Primero que nada, somos mercaderes: ése es nuestro negocio y a eso nos dedicamos. Como desde hace más de una década, la piedra angular de nuestra propuesta comercial continúa siendo Precios Bajos Todos los Días. Apoyados en ella, y aprovechando nuestro liderazgo y vasta experiencia en la operación multiformato, diariamente ejecutamos iniciativas para lograr un surtido diferenciado que cumpla con los gustos, preferencias y necesidades particulares de cada uno de nuestros clientes. Estamos seguros que todo esto representa una fortaleza única con la que seguiremos ahorrando dinero a nuestros clientes para que puedan vivir mejor.

Al enfocarnos en superar las expectativas de nuestros clientes también superamos las expectativas de nuestros accionistas. Aunado a nuestro liderazgo comercial, nuestra solidez y prudencia financiera han sido fundamentales para ofrecer a nuestros accionistas crecimiento rentable, dividendos y recompra de acciones. En este sentido y con plena confianza en las oportunidades que brindan los 6 países en los que operamos, este año invertimos con recursos propios 14,660 millones de pesos en la expansión y modernización de nuestra capacidad instalada. De igual manera, el Consejo de Administración propuso a la Asamblea de Accionistas el pago de un dividendo ordinario y extraordinario de 0.55 pesos por acción. Ambos dividendos ascendieron a 9,612 millones de pesos. Adicionalmente, durante el año invertimos 1,088 millones de pesos en la recompra de acciones. Todo ello sin duda ratifica nuestro absoluto compromiso con todos los accionistas, en especial con los minoritarios.

Nuestras inversiones no sólo están enfocadas en llevar nuestra propuesta de valor a más clientes sino que también generan procesos cada vez más eficientes que permiten ofrecer Precios Bajos Todos los Días a nuestros clientes y mejorar los resultados para nuestros accionistas. Somos una empresa que vive la mejora continua no sólo porque día a día nos planteamos grandes objetivos y los conseguimos, sino porque cada meta que alcanzamos es un punto de partida de un nuevo reto. Si bien nuestra operación es cada vez más productiva aún tiene un gran potencial de lograr mayores eficiencias. Mantenernos como la empresa detallista con la más baja estructura de costos que tiene hoy, como siempre, la más alta prioridad para todos los que trabajamos en Walmart de México y Centroamérica.

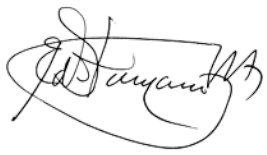
Nunca dejaremos de afirmar que nuestra gente es una de las mayores ventajas competitivas. La evolución y el liderazgo de esta compañía no puede explicarse sino por el talento, compromiso y esfuerzo que diariamente aportan nuestros 248,246 asociados. El desarrollo de talento es una prioridad que se traduce en un esfuerzo permanente por apoyar a nuestra gente para que, en un ambiente de igualdad de oportunidades y equidad de género, tenga un excelente desempeño y, a la vez, se prepare para ocupar puestos de mayor responsabilidad. Continuaremos construyendo una organización de alto desempeño que dé soporte al crecimiento de nuestra compañía.

Responsabilidad Corporativa en Walmart de México y Centroamérica significa que nuestro compromiso como compañía no se centra únicamente en las tiendas sino que se extiende a nuestros proveedores, comunidades y al medio ambiente. A través de la Fundación Walmart de México, nuestras acciones sociales se enfocan en combatir la desnutrición y promover el empoderamiento de la mujer; también brindamos apoyo en desastres naturales y con actividades de voluntariado. Asimismo, con base en nuestras cuatro estrategias de sustentabilidad enfocadas en temas de agua, energía, residuos y productos con menor impacto para el medio ambiente, queremos asegurarnos de que nuestras operaciones favorezcan el cuidado y la preservación del entorno.

El Consejo de Administración de Wal-Mart de México S.A.B. de C.V., por corresponder al mejor interés de la compañía y de todos sus accionistas, ha resuelto colaborar con la investigación independiente sobre supuestas prácticas corruptas que el Comité de Auditoría de Walmart Stores, Inc. está conduciendo en relación con algunas de sus subsidiarias fuera de los Estados Unidos, incluyendo a Wal-Mart de México, como también colaborar con las investigaciones que las autoridades en México han iniciado sobre este tema. Durante el ejercicio se nos mantuvo informados del avance de estas investigaciones. El detalle de estos hechos se explica en la nota 1 inciso b) número I de los estados financieros de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2012, nota que hago parte integral de este informe y que doy por íntegramente transcrita en el presente.

Reitero el compromiso permanente que tenemos de que todas nuestras actividades estén apegadas a los más altos estándares éticos y legales para generar valor a nuestros distintos grupos de interés: clientes, accionistas, asociados, proveedores y comunidad.

Señores accionistas, quiero agradecerles una vez más su confianza en este Consejo de Administración. El que Walmart de México y Centroamérica sea la conjunción de atributos antes mencionada se debe a la suma de esfuerzos y dedicación de consejeros, equipo ejecutivo, proveedores y asociados. Estoy seguro de que juntos continuaremos fortaleciendo a la empresa y reforzando nuestro compromiso de brindar a nuestros clientes una mejor calidad de vida.



Eduardo Solórzano
PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
WAL-MART DE MÉXICO S.A.B DE C.V.

México D.F., a 20 de febrero de 2013

Mensaje del Presidente Ejecutivo y Director General

En línea con la visión de nuestra compañía, en Walmart de México y Centroamérica estamos comprometidos a contribuir al bienestar de las familias mexicanas y centroamericanas. Constantemente lo hemos hecho mediante la generación de valor para los clientes, accionistas, asociados, proveedores y comunidad. Por ello, es para mí motivo de gran orgullo reportar que en 2012 una vez más hemos cumplido nuestra promesa a todos nuestros grupos de interés.

A nivel consolidado, el total ingresos alcanzó los 418,051 millones de pesos —un crecimiento de 10.3%— y el flujo operativo ascendió a 41,166 millones de pesos —un incremento de 10.7% respecto a 2011. A la luz de estos resultados, sabemos que tenemos mucho trabajo por delante, pero mantenemos nuestro compromiso de crecimiento y mejora en la ejecución.

En México, mantuvimos el crecimiento rentable:

- El total ingresos ascendió a 361,789 millones de pesos, lo que representa un crecimiento de 10.0%.
- Incrementamos 8.0% la capacidad instalada, llevamos Precios Bajos Todos los Días a más clientes, tanto en ciudades grandes y pequeñas donde ya teníamos presencia, como a 29 nuevas localidades.
- El flujo operativo (EBITDA) alcanzó 38,394 millones de pesos, un crecimiento de 12.1% respecto al año anterior que compara favorablemente con el crecimiento en ventas.

En Centroamérica, hemos dado los pasos estratégicos para fortalecer la consistencia de nuestra ejecución y alcanzar nuestras metas de largo plazo:

- El total ingresos alcanzó los 56,262 millones de pesos, un crecimiento de 12.9% frente a 2011 y de 7.7% sin fructuaciones cambiaras.
- El flujo operativo (EBITDA) disminuyó 5.9%, a 2,772 millones de pesos, como resultado principalmente de rebajas significativas de inventario obsoleto y la inversión en sistemas.
- Se completó la integración de nuestros sistemas en las tiendas y también se convirtieron cuatro de nueve centros de distribución.

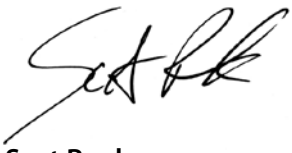
La compañía brinda un sinnúmero de oportunidades para que nuestros más de 248,000 asociados desarrollen una carrera profesional exitosa. En 2012 más de 26,600 asociados fueron promovidos, generamos más de 10,000 nuevos empleos e invertimos más de 6.8 millones de horas/hombre en capacitación. Continuaremos dedicando tiempo y recursos al factor que consideramos clave para apalancar nuestro crecimiento: nuestra gente.

Para que nuestros asociados puedan ofrecer a nuestros clientes la mejor propuesta de valor, necesitamos proveedores fuertes que estén decididos a crecer con nosotros. Actualmente, el 95% de los productos que comercializamos son comprados a más de 28,000 socios comerciales en los seis países donde operamos, 64% son PyMEs, algunos de los cuales apoyamos ofreciendo proyectos de innovación tecnológica, capacitación y consultoría, y acceso a financiamiento.

Tan importante como la estrecha relación que tenemos con clientes, asociados y proveedores es nuestro compromiso de ser un buen ciudadano corporativo apoyando a las comunidades en donde tenemos presencia. La Fundación Walmart de México fue reconocida por la revista *Poder y Negocios* con el segundo lugar entre "las mejores fundaciones de México" y, por segunda ocasión, nuestra campaña contra el hambre "Tu ayuda es el alimento" fue distinguida con el premio Effie Social.

Por otra parte, decididos a continuar con nuestro liderazgo en el terreno de la sustentabilidad, en 2012 reforzamos nuestros programas relacionados con energía, agua, manejo de residuos, reciclado y productos sustentables. Estas acciones no sólo reducen el impacto ambiental de nuestras operaciones sino, al promover una cultura sustentable entre nuestros socios comerciales, asociados y clientes, generamos una mayor conciencia sobre la importancia de cuidar el ambiente.

Somos una compañía sólida, con una visión muy clara y con fortalezas únicas. Agradezco a nuestros clientes su preferencia, a nuestros asociados su compromiso y esfuerzo, a nuestros socios comerciales su apoyo continuo y a nuestros accionistas su confianza. Tras un año de sólidos resultados en todos los ámbitos, puedo asegurarles que seguiremos creciendo rentable y sustentablemente en beneficio de las familias de la región.



Scot Rank

PRESIDENTE EJECUTIVO Y DIRECTOR GENERAL

WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA

SOMOS MERCADERES

Nuestra estrategia comercial multiformato es una de nuestras mayores ventajas competitivas.

Continuamente adecuamos nuestra propuesta de valor en tiendas, clubes, restaurantes y sucursales bancarias, con el propósito de ofrecerles siempre a nuestros clientes la respuesta a sus necesidades con la mejor experiencia de compra. Esto nos permite, además, contar con estrategias diferenciadas para ahorrarles dinero y lograr que vivan mejor.

418,051 millones de pesos en total ingresos

1,981 millones de clientes atendidos

Con el enfoque en el cliente que siempre nos ha caracterizado, continuaremos aprovechando las múltiples oportunidades de crecimiento rentable que ofrece la región.

2,989 unidades en operación*

** No incluye sucursales bancarias.*

Apoyados en Precios Bajos Todos los Días y las ventajas que nos da nuestra operación multiformato, seguimos extendiendo nuestra propuesta de valor. En 2012, abrimos 285 unidades de todos nuestros formatos en ciudades donde ya teníamos presencia y llegamos a 38 nuevas ciudades.

México

En 2012, incrementamos la capacidad instalada de todos nuestros formatos y abrimos 263 unidades en 54 ciudades donde ya teníamos presencia y en 29 nuevas ciudades.

Bodega Aurrerá es el formato que más crece su capacidad instalada llevando los precios más bajos del mercado a cada vez más lugares. El formato grande fue el que más agregó metros cuadrados de piso de venta, resultado de la apertura de 27 unidades. Del formato Mi Bodega Aurrerá abrimos 29 unidades y de Bodega Aurrerá Express 164 unidades. Entre estos dos últimos formatos, ya superamos las 1,000 unidades en operación.

Walmart continuó mejorando la experiencia de compra de nuestros clientes, al ofrecer el surtido correcto y artículos de temporada. Para lograrlo, este año aumentamos la compra de artículos novedosos y productos de importación, con lo que seguimos ofreciendo un gran surtido siempre a precios increíbles.

Para servir aún mejor a nuestros socios individuales y de negocio, en Sam´s Club trabajamos con nuevas propuestas. Este año lanzamos la membresía "Horeca VIP", dirigida a nuestros socios de Hoteles, Restaurantes y Cafeterías (HORECA), quienes cuentan con 4 grandes beneficios: precios de mayoreo, garantía de abasto en productos que no pueden faltar en su negocio, entrega a domicilio y atención personalizada.

En Superama, queremos consentir a nuestras clientas tanto en tiendas como en línea. Por ello buscamos nuevos canales de venta y reforzamos nuestra plataforma de comercio electrónico con el lanzamiento de la App "Superama Móvil" que, por su versatilidad e innovación, obtuvo el reconocimiento de la revista *Expansión* a lo mejor de E-Business, por considerarla una de las mejores aplicaciones de 2012. Se han realizado casi 60,000 descargas, y los pedidos realizados con esta plataforma representan más del 20% de los pedidos realizados a través de superama.com.

OPERACIÓN MULTIFORMATO

Formato	Propuesta de valor	Nivel socioeconómico	Unidades
Bodegas y tiendas de descuento	Precio	D,E	1,949
Clubes de precio	Precio líder, volumen mercancía nueva y diferenciada	A,B,C+, Negocios	144
Walmart	Precio y surtido	B,C,D+	244
Supermercados	Calidad, conveniencia y servicio	A,B,C+	187
Suburbia	Moda con la mejor relación de valor, precio y calidad	C+,D	100
Vips	Conveniencia, sabor y calidad	A,B,C,D+	365
Banco	Conveniencia y precio	A,B,C,D,E	263

También en línea con la búsqueda de mayores canales de venta, este año lanzamos el videoclub online Vudu, con más de 3,100 películas de estreno que los clientes pueden disfrutar en TV, Blu-Ray y Home Theaters, o desde su computadora, iPad o iPhone. Con Vudu el cliente no paga inscripción ni cargos mensuales, únicamente por transacción de venta o renta de películas.

La campaña Moda para la Vida Real de Suburbia nos permitió consolidar nuestra propuesta de moda para las familias mexicanas. Abrimos 7 tiendas de ropa, de ellas, 4 en nuevas ciudades, y cerramos el año con la apertura de nuestra tienda número 100 en Hermosillo, Sonora.

Como es costumbre, en Vips buscamos ser la "Cafetería de todo México". Por ello lanzamos un nuevo menú a la carta con la mejor variedad para toda la familia. Además, creamos el menú especial *Todo el Día Cuesta Menos* en Vips, que permite disfrutar paquetes completos de desayunos, comidas y cenas.

Banco Walmart creció 47% en su saldo de captación, lo que permitió seguir autofinanciando la colocación de crédito, tanto al consumo como comercial, el cual se incrementó 64% y 36%, respectivamente.

Centroamérica

Estamos dando los pasos estratégicos para fortalecer nuestra ejecución y alcanzar nuestras metas de largo plazo. En términos comerciales, aplicamos las siguientes estrategias:

- Reforzamos Precios Bajos Todos los Días en todos nuestros formatos.
- Walmart lanzó la campaña "Todo lo que te hace feliz lo encuentras en Walmart", para reconquistar a nuestras clientas.
- Remodelamos 23 supermercados en la región. El nuevo concepto incluye un cambio total de imagen en la tienda —interior y exterior— y una mayor diferenciación en la oferta de perecederos. Estas 23 tiendas representan actualmente el 33% de las ventas totales del formato —total 97 tiendas—, y 6 de éstas forman parte del top 12 en ventas.
- Convertimos las tiendas Maxi Bodegas a Maxi Descuentos (Maxi Palí y Maxi Despensa). En febrero se lanzó la nueva imagen de Maxi Descuentos para todos los países. La aceptación del público se reflejó en un crecimiento de 5.7% en las transacciones, frente a cifras negativas que se venían reflejando en meses previos.
- Se abrió la Maxi Despensa más grande de Centroamérica, en Guatemala.
- El formato de Descuento se expande con imagen verde, al abrir 7 tiendas nuevas en Costa Rica, Nicaragua, Honduras y Guatemala.

2,347 unidades en operación en México

PROVEEDORES

Ofrecer a nuestros clientes un surtido que responda siempre a sus necesidades con Precios Bajos Todos los Días es posible gracias a nuestros proveedores. En Walmart de México y Centroamérica, sabemos que los proveedores son socios fundamentales en el cumplimiento de nuestra visión. Por ello trabajamos con micro, pequeños, medianos y grandes proveedores, que nos surten un amplio abanico de productos de calidad a precios bajos.

Nuestro enfoque en el desarrollo de proveedores descansa en cinco aspectos:

Calidad de los productos a partir de buenas prácticas de manufactura

En México y Centroamérica, apoyamos a los proveedores de alimentos preparados y materias primas en la detección de desviaciones de buenas prácticas de manufactura en sus sitios de producción. De esta manera, mediante auditorías realizadas por terceros, establecemos planes de trabajo para la corrección de estas oportunidades.

Fomentamos la competitividad de los proveedores que se comercializan bajo las marcas propiedad de Walmart y les solicitamos su certificación conforme a esquemas internacionales de la Global Food Safety Initiative (GFSI), lo que al mismo tiempo contribuye a que desarrollen estrategias que resulten en una mayor competitividad, reconocimiento, alta calidad e inocuidad. De igual manera, nuestras plantas de producción: Comisariato Vips, panaderías y planta de carnes son auditadas bajo estos esquemas para mantener el mismo estándar entre todos los proveedores de alimentos. Se capacita a las empresas para que sus fábricas cuenten con los estándares de Walmart a nivel mundial.

Walmart de México y Centroamérica busca impulsar la inocuidad alimentaria a través de una mayor integración de los diferentes eslabones de la cadena de valor, enfocándose en incrementar la productividad, higiene y rastreabilidad. Este esfuerzo contribuye a mejorar la calidad de los productos, dándoles a nuestros proveedores acceso a mercados más exigentes.

En México, la carne fresca que se vende en nuestras tiendas cuenta con la certificación TIF (Tipo Inspección Federal) que avala que los alimentos han sido sometidos a estrictos controles de calidad e higiene. En Centroamérica, entidades gubernamentales certifican y avalan la implementación del Análisis de Peligros y Control de Puntos Críticos en los sitios de producción de nuestros proveedores. Esto implica no sólo el cumplimiento de la normatividad por parte de la empresa, sino también de las inspecciones sanitarias permanentes que realiza la autoridad para verificar que los procesos cumplan con dichas regulaciones.

642 unidades en operación en Centroamérica

Aseguramos la calidad y el apego a la normatividad de las categorías de ropa y blancos comercializados en diferentes formatos de la compañía mediante pruebas de laboratorio e inspecciones en origen, centros de distribución o tienda. Estas acciones nos permiten capacitar al proveedor en temas de control de calidad, establecer indicadores de cumplimiento para medir su comportamiento en cada entrega y elaborar planes de mejora.

Esquemas de financiamiento para los proveedores

En México, a través del programa Credimpulsa de Banco Walmart, ofrecemos a nuestros proveedores financiamiento para fortalecer su capital de trabajo y obtener mejoras en su cadena productiva a tasas competitivas y con procesos de autorización muy ágiles, que toman en cuenta la relación comercial que el proveedor ha establecido con Walmart en cualquiera de sus formatos. Contamos con una cartera de 1,867 millones de pesos, integrada por 190 proveedores de todos los tamaños.

Por otra parte, en México y Centroamérica ponemos al servicio de nuestros proveedores un esquema de pronto pago que les permite hacer frente a situaciones extraordinarias.

Asimismo, en el marco del Programa de Asesoría PyME, se brinda a estos proveedores consultoría financiera acreditada de manera gratuita durante el proceso de otorgamiento de créditos.

Identificación, desarrollo y fortalecimiento de proveedores industriales

Para detectar y orientar a empresas interesadas en ser nuestros socios comerciales llevamos a cabo procesos de diálogo, esquemas de colaboración y alianzas con los sectores público y privado. Participamos en diversos pabellones, mesas o rondas de negocios, exposiciones, foros y la Expo Walmart.

Las ferias de proveedores de manufactura en México y el programa Una Mano para Crecer en Centroamérica son canales importantes para el desarrollo de proveedores, ya que integran, capacitan y monitorean el desempeño de los mismos. El programa de micro productores de manufactura artesanal permite a la vez mejorar las condiciones de pobreza.

- En Centroamérica, se incorporaron 39 nuevos proveedores PyME.
- En México, se incorporaron 565 nuevos artículos a nuestras tiendas.

Contamos con **28,584** proveedores en toda la región

Desarrollo e impulso a proveedores agrícolas para favorecer la compra directa, una mayor productividad en los productores y prácticas agrícolas sustentables

El desarrollo de proveedores agrícolas es elemento de vital importancia para la empresa. Tanto en México, como en Centroamérica a través del programa Tierra Fértil, se desarrollan proveedores micro, pequeños y medianos en prácticas agrícolas sustentables, manejo post-cosecha, logística y en elevar los estándares de calidad y el nivel de productividad, y abrir posibilidades en otros mercados. Promovemos la producción primaria de bienes agrícolas, acuícolas y pesqueros en condiciones sanitarias que reduzcan riesgos de contaminación física, química y microbiológica. El programa integra también a microproductores de bajos ingresos para que puedan mejorar sus condiciones de pobreza.

En Centroamérica, a través de Tierra Fértil, líder en el mundo Walmart de la iniciativa de Compra Directa al Agricultor, se compraron 986 millones de pesos a 3,408 agricultores de bajos ingresos: 35% de la compra total de frutas y verduras. En México, el 80% de frutas y verduras se compra a micro, pequeños y medianos productores, esto equivale a 1,818 millones de pesos.

Mejora de los estándares de atención a proveedores

Para desarrollar una sana relación con los proveedores, la empresa atiende sus inquietudes dando seguimiento a la página de Aclaraciones a Proveedores y fortaleciendo la estructura del Área de Cumplimiento. Además contamos con la figura del Promotor de Mejores Prácticas Comerciales. Estas acciones a la vez cuentan con mecanismos de medición y seguimiento de resultados.

El Consejo Consultivo de Proveedores es un foro de discusión abierta de diversos proveedores representativos para asegurar un diálogo permanente y desarrollar iniciativas de alto impacto en beneficio de la red de proveedores y el consumidor.

En México, la empresa participa activamente en el Comité Ejecutivo Permanente del Acuerdo de Prácticas Comerciales, instancia integrada por la Secretaría de Economía y representantes de la industria y el comercio, cuyo objetivo es revisar y promover prácticas comerciales que beneficien las relaciones entre la cadena de abasto del país en beneficio del consumidor.

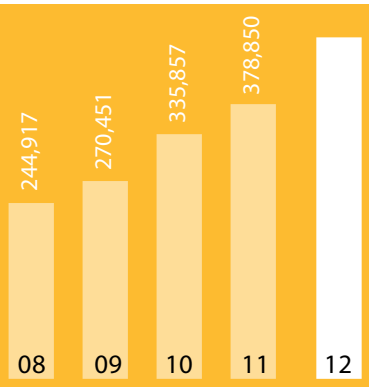
Como en otros años, otorgamos el reconocimiento al proveedor del año, para reconocer a aquellos proveedores con el mejor desempeño en México y Centroamérica.

A través de Tierra Fértil se compró 35% de frutas y verduras

SOMOS SOLIDEZ Y PRUDENCIA FINANCIERA

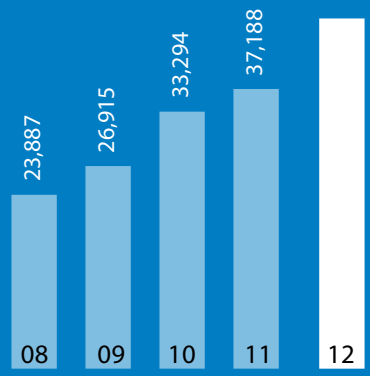
Al enfocarnos en superar las expectativas de nuestros clientes, también superamos las expectativas de nuestros accionistas.

Nuestra capacidad de generación de efectivo y prudencia en las políticas financieras nos ubican en una posición privilegiada para ofrecer a nuestros accionistas crecimiento rentable, expansión, dividendos y recompra de acciones.



TOTAL DE INGRESOS

418,051
millones de pesos



FLUJO OPERATIVO (EBITDA)

41,166
millones de pesos

Walmart de México y Centroamérica posee hoy, como ayer, una gran capacidad para generar efectivo. Gracias a esto, aunado a la más sólida estructura financiera representada por un balance sin deuda y requerimientos de capital negativo, nos mantenemos en una posición favorable para seguir creciendo.

En 2012, nuestra generación de efectivo fue de 41,714 millones de pesos. Esta suma fue utilizada para financiar:

- Inversión en activo fijo: 14,660 millones de pesos
- Pago de dividendo: 9,612 millones de pesos
- Recompra de acciones: 1,088 millones de pesos

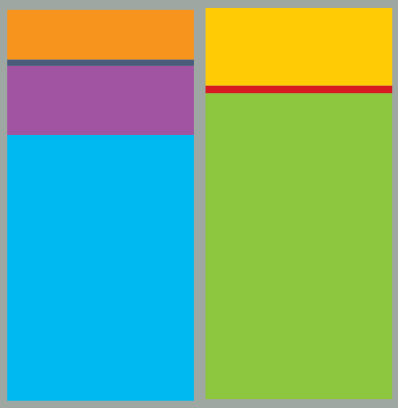
La generación de efectivo es consecuencia de los sólidos resultados alcanzados.

En México, mantuvimos el crecimiento rentable que nos ha caracterizado:

- El total de ingresos ascendió a 361,789 millones de pesos, un crecimiento de 10.0%.
- El flujo operativo (EBITDA) alcanzó los 38,394 millones de pesos, 10.6% por encima del 10.4% del año anterior como porcentaje de los ingresos.
- La capacidad instalada creció 8.0% como resultado de la apertura de 263 unidades de todos nuestros formatos.

BALANCE GENERAL

ACTIVOS		PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE	
28,163	Efectivo	Proveedores	44,770
3,671	Clientes Banco Walmart	Captación Banco Walmart	4,250
39,092	Inventarios		
151,360	Activo fijo y otros	Capital contable y otros	173,266



222,286
millones de pesos
al 31 de diciembre de 2012

- Banco Walmart registró importantes crecimientos en sus indicadores operativos y una significativa mejoría en sus resultados. El crecimiento logrado, sumado a un adecuado control de gastos, permitió reducir las pérdidas.

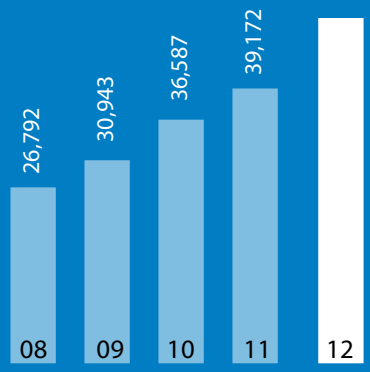
En Centroamérica, seguimos sentando los cimientos para homologar la operación con la de México:

- El total de ingresos registró 56,262 millones de pesos, un crecimiento de 7.7%, sin fructuaciones cambiarias.
- El flujo operativo se ubicó en 2,772 millones de pesos.
- La capacidad instalada aumentó 4.8% a raíz de la apertura de 22 unidades de todos nuestros formatos.

A nivel consolidado:

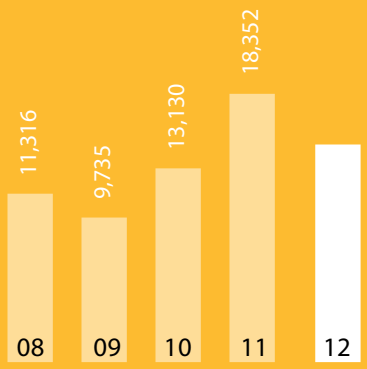
- El total de ingresos registró 418,051 millones de pesos.
- El flujo operativo ascendió a 41,166 millones de pesos.
- Con una inversión de 14,660 millones de pesos, crecimos el piso de ventas 7.7% con la apertura de 285 unidades.
- Al cierre del año, nuestro efectivo ascendió a 28,163 millones de pesos.

Los resultados anteriores confirman que tanto nuestra operación como las políticas financieras han sido acertadas y continuamos en una posición privilegiada para seguir creciendo, pagando dividendos y recomprando acciones.



GENERACIÓN DE EFECTIVO

41,714
millones de pesos



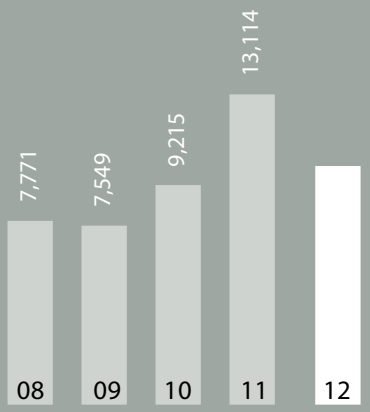
INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO

14,660
millones de pesos

ESTADO DE RESULTADOS

		Consolidado		
		2012	**2011**	**% Var.**
Total ingresos *(millones de pesos)*		**418,051**	**378,850**	**10.3**
% de los ingresos	Margen bruto	22.6	22.5	11.1
	Gastos generales	14.8	14.7	11.4
	Utilidad de operación	7.7	7.8	9.5
	Flujo operativo (EBITDA)	9.8	9.8	10.7

Información financiera bajo las Normas Internacionales de Información Financiera.



DIVIDENDOS Y RECOMPRA DE ACCIONES

10,700
millones de pesos

SOMOS MEJORA CONTINUA

Nuestros formatos son líderes en cada uno de los segmentos en los que operan y nuestra red logística y de distribución la más grande y eficiente.

No obstante, buscamos constantemente oportunidades para mejorar nuestra operación, invirtiendo en todo aquello que nos permita hacer más con menos. Aprovechamos las ventajas de ser una empresa multiformato, logramos una operación cada vez más productiva y con un gran potencial de generar aún mayores eficiencias. Mantenernos como la empresa detallista con la más baja estructura de costos tiene para nosotros la más alta prioridad, pues sólo así podemos ofrecer a nuestros clientes Precios Bajos Todos los Días.

5 centros de distribución automatizados

Nuestra red logística, una de las principales fortalezas de Walmart de México y Centroamérica, nos permite llevar eficientemente mercancía a toda la región a través de nuestros 25 centros de distribución, generando sinergias y obteniendo ahorros importantes en nuestra operación.

100% de las tiendas en Centroamérica convertidas al sistema Walmart

Durante 2012, incrementamos la productividad de nuestras tiendas en México:

- Generamos eficiencias en el flujo de mercancía al interior de la tienda (desde su recibo hasta su acomodo), incrementando en 700pb la disponibilidad de mercancía respecto al año anterior.
- Administramos aún mejor las horas de trabajo de nuestra fuerza laboral, especialmente en la línea de cajas, con la aplicación de horarios automatizados.
- En Centroamérica, logramos la conversión total de sistemas de las tiendas.

En lo que respecta a nuestra logística y distribución, logramos cifras históricas de abasto, tanto en cantidad como en calidad, con las siguientes acciones:

- Inauguramos un nuevo centro de distribución para Bodega Aurrerá Express. Tiene una capacidad de 40 mil cajas diarias y soporta más de 200 tiendas de la zona del occidente de México, duplicando así la capacidad de distribución para este formato.
- Reubicamos la operación logística de Suburbia a una instalación más moderna y eficiente.
- Crecimos la capacidad de la red de distribución de secos 12%, resultado de la expansión de los centros de distribución de Monterrey y Santa Bárbara.
- Expandimos la capacidad de la red de importaciones 125%, mediante la apertura de 2 centros de distribución, en el centro y occidente de México.
- En la red de perecederos, expandimos la distribución 11% con temperaturas controladas en Culiacán y Guadalajara.
- Agilizamos el flujo de mercancía en el centro de distribución y redujimos el número de viajes al aumentar la ocupación del transporte
- En Centroamérica, convertimos a Sistemas Walmart 4 de 9 instalaciones.

SOMOS DESARROLLO DE TALENTO

Nuestra gente es la mayor fortaleza y en Walmart de México y Centroamérica hemos construido una gran capacidad para atraer, retener y desarrollar talento que apalanca nuestro crecimiento.

El compromiso, esfuerzo y contribución que nuestros 248,246 asociados aportan diariamente nos permiten cumplir con nuestra visión en los países donde tenemos presencia. Somos una empresa que basada en la Cultura Walmart, promueve el desarrollo del talento interno en un ambiente de respeto, seguridad, transparencia, apertura, trato justo e igualdad de oportunidades para hombres y mujeres. Por ello, brindamos a los asociados y asociadas las herramientas y la capacitación necesarias para alcanzar todo su potencial.

A través de los programas de desarrollo de talento, equidad de género y balance de vida generamos una experiencia laboral integral que nos permite afrontar el gran reto de contar con el talento necesario para operar hoy y en el futuro.

30% de los puestos ejecutivos son ocupados por mujeres

26,610 asociados fueron promovidos

Desarrollo de talento

Nuestra propuesta de valor de empleo establece que somos una empresa líder donde la gente crece, y claramente lo decimos, en Walmart el desarrollo es una promesa que se cumple. Por ello, contamos con un sólido proceso de gestión que asegura un flujo continuo de talento en número y capacidades para dar soporte a los planes de crecimiento y ejecutar la estrategia del negocio.

Este proceso descansa en 3 ejes:

- Identificación y desarrollo de talento interno como prioridad. Año con año los líderes de la organización revisan las oportunidades y fortalezas de su gente para identificar quién tiene potencial para crecer. Una vez identificado el talento, se inicia un proceso de desarrollo que comprende actividades de educación de alto impacto, mentoría y *coaching*, exposición y experiencia, con el fin de prepararlos para una responsabilidad de mayor alcance. Se detectaron 421 ejecutivos con potencial y más de 17,000 asociados de línea, jefes y subgerentes listos para crecer. 89% de las vacantes a nivel ejecutivo se cubrieron con talento interno.

- Atracción del mejor talento del mercado. Contamos con varias líneas de acción que van desde la identificación de altos ejecutivos en posiciones críticas, hasta los programas semillero con los que atraemos nuevos talentos de universidades y maestrías para fortalecer las áreas clave de nuestro negocio. Este año lanzamos el programa de Trainee de Compras en el que, a través de Centros de Aprendizaje y Academias, desarrollamos compradores. Este programa complementa los programas de Trainee de Operaciones y Trainee de Finanzas que ya están en funcionamiento. Adicionalmente, es clave el proceso de reclutamiento, que logró la contratación de 68,641 asociados. El 100% de los compradores nuevos fueron capacitados en la Academia de Compras.

- Inversión permanente en desarrollo de habilidades para todos los asociados. Este eje nos permite mejorar los perfiles de nuestra gente para fortalecer las ventajas competitivas. Contempla la capacitación operativa y en competencias de liderazgo que impartimos año con año a nuestros más de 248,000 asociados, capacitación para asociados que dirigirán nuestras tiendas, capacitación al 100% de nuestros nuevos compradores en la Academia de Compras y capacitación sobre programas normativos, de cumplimiento y de vivencia de la cultura Walmart. Los procesos de evaluación de desempeño anuales son un mecanismo que permite a los asociados y a la empresa conocer mejor sus oportunidades y fortalezas y así elaborar planes de desarrollo más acertados.

248,246 asociados

Equidad de género

La equidad de género es una prioridad en Walmart de México y Centroamérica. A través de una representación más equitativa se busca entender mejor las necesidades de nuestros clientes y lograr un ambiente de trabajo más incluyente que favorezca la igualdad de oportunidades. Por ello, desarrollamos programas específicos para brindar oportunidades iguales para mujeres y hombres en un ambiente de respeto.

Para asegurar la consolidación de las iniciativas del programa de equidad se cuenta con un Consejo de Equidad de Género e Inclusión integrado por líderes de las distintas áreas de la empresa. Adicionalmente, los objetivos de equidad de género se comparten con los líderes de la organización con programas específicos.

El programa de Equidad de Género comprende las siguientes estrategias:

- Atraer y retener talento femenino a través de procesos de reclutamiento que aseguran una participación más equilibrada de la mujer, apoyados en políticas más sólidas y programas que contemplan una mayor flexibilidad para fomentar el equilibrio trabajo-familia.
- Apoyar el talento femenino a través de actividades enfocadas en la superación personal y programas de desarrollo acelerado que contemplan, entre otros, el Diplomado de Mujeres Ejecutivas, mentoría para mujeres y el curso Dominando el Escenario.
- Campaña de comunicación y sensibilización que favorece la creación de una cultura y ambiente de equidad.
- Apoyo externo a mujeres, a través de los programas de apoyo a mujeres de bajos ingresos para que creen o mejoren sus negocios y puedan desarrollarse como proveedoras de Walmart.

Balance de vida

El programa Balance de Vida tiene como objetivo fomentar el bienestar de nuestros asociados al ofrecerles un lugar de trabajo seguro, a través de varios objetivos:

- Prevención en temas de salud, bienestar y nutrición. A través de consultas con especialistas, conferencias, campañas y convenios que propician un estilo de vida saludable.
- Ejemplos de las iniciativas que la empresa lleva a cabo para favorecer el balance de vida de los asociados son los programas de transferencias por calidad de vida, el apoyo en desastres y los programas que acercan oportunidades de esparcimiento y educación para asociados.

Creamos **10,118** fuentes de trabajo

Un ambiente de apertura, nuestra cultura

La piedra angular de la cultura es la integridad y cuenta con tres principios básicos: el respeto por el individuo, servicio al cliente y búsqueda de la excelencia. La cultura Walmart es el marco de referencia para todos los asociados.

Para reforzar el conocimiento, la vivencia y transmisión de la cultura, contamos con cursos de capacitación, el desarrollo de competencias y programas de comunicación, como la campaña "El estilo Walmart de trabajar" que en 2012 logró reforzar la cultura de manera clara y contundente.

Adicionalmente el canal de denuncia y comunicación Línea Ética, así como la política de puertas abiertas facilitan la comunicación de inquietudes de asociados a niveles superiores y favorecen el ambiente de apertura, comunicación, respeto y transparencia en el lugar de trabajo.

El programa Cultivando Nuestro Compromiso nos permite conocer, a través de una encuesta anónima a todos los asociados, su opinión respecto a su equipo de trabajo, ambiente laboral, capacitación y desarrollo. Participaron un 95% de los asociados ubicando a la empresa en el rango de alto desempeño.

Seguridad en el trabajo

La seguridad en el trabajo se orienta a la prevención de accidentes de trabajo y de protección civil por siniestros naturales o incendios.

En cuanto a protección civil o incendios, se realizan programas de seguridad para proteger a clientes y asociados, mismos que comprenden capacitación a brigadas en cada tienda y centro de trabajo y comunicación al 100% de los asociados.

En el ámbito de prevención de accidentes de trabajo, se cuenta con programas de seguridad laboral que incluyen capacitación y estudios médicos para asociados que trabajan en actividades de mayor riesgo. Adicionalmente se cuenta con consultorios médicos en los centros de distribución.

De esta forma, y a través del monitoreo de riesgos, aseguramos que nuestros asociados trabajen en un ambiente de mayor seguridad que beneficie su calidad de vida en el trabajo.

51% de nuestros asociados son mujeres

SOMOS COMPROMISO

Nuestro liderazgo en la región comprende más que buenos resultados financieros, y nuestro compromiso se extiende a nuestras comunidades y al medio ambiente.

Impulsamos proyectos que promueven la seguridad alimentaria, programas relacionados con la mujer y proyectos sustentables, además de un intenso programa de voluntariado. En el terreno de la sustentabilidad, nos enfocamos en programas de liderazgo ambiental, agua, energía, residuos y productos amigables para el medio ambiente.

23,287 toneladas de alimentos donadas en la región

624 millones de pesos en donativos canalizados a las comunidades

Somos una empresa comprometida con mejorar la calidad de vida de las familias menos favorecidas. En México, a través de Fundación Walmart contribuimos al desarrollo de comunidades que viven en situaciones de pobreza y vulnerabilidad.

137,687 asociados participaron como voluntarios

COMUNIDAD

Contamos con diversos programas como el trabajo voluntario de los asociados, donaciones financieras y en especie a organizaciones de la sociedad civil no lucrativas, el aprovechamiento de nuestra infraestructura logística y el involucramiento de todas las unidades. Las alianzas con cientos de organizaciones de la sociedad civil en toda la región multiplican las posibilidades. Los programas de responsabilidad social para el desarrollo comunitario están orientados a:

Combatir el hambre

En México y en Centroamérica, el hambre está concentrada en poblaciones que cuentan con muy bajos ingresos y pocas oportunidades. Por ello, enfocamos nuestras acciones en:

- Apoyar con programas de seguridad alimentaria a las familias para lograr una alimentación sustentable.
- Combatir la desnutrición en niños.
- Apoyar con alimentos a las poblaciones más vulnerables.

En Centroamérica, la empresa promovió la creación y el fortalecimiento de los bancos de alimentos, logrando la apertura de los bancos de alimentos de Honduras, Nicaragua, Costa Rica y 2 en Guatemala.

En zonas rurales de México atendimos a 19,107 familias que ya cuentan con programas de seguridad alimentaria, lo que les ha permitido tener una alimentación sustentable e incrementar su ingreso disponible en promedio un 19%. Atendimos a más de 4,000 niños que padecen desnutrición, de los cuales 49% ya fueron dados de alta.

Promover el empoderamiento de la mujer y fortalecer su capacidad productiva

La mujer tiene un papel fundamental en la familia como madre y pilar de su economía. El trabajo que realizamos impacta en su autoestima, empoderamiento y busca desarrollar todo su potencial para realizar actividades productivas que les permitan mejorar sus oportunidades y las de sus familias. Por ello, trabajamos en:

- Promover el empoderamiento de la mujer.
- Fortalecer sus conocimientos y competencias para desarrollar actividades productivas.

En México y Centroamérica, los programas fueron concebidos para impulsar el fortalecimiento de micro y pequeñas empresas lideradas por mujeres, con el objetivo de lograr ingresos estables y abrir canales comerciales.

Lanzamos diversos programas para apoyar a la mujer. En México, la campaña "Mujer cuentas con nosotros" otorgó becas para iniciar o mejorar un negocio o concluir estudios universitarios y técnicos. El programa Mujeres con Futuro en El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica está destinado a mejorar la capacidad productiva.

Apoyamos el desarrollo de capacidades de **47,452** mujeres

Fortalecer capacidades comerciales de los productores de bajos ingresos incorporándolos como proveedores

Mejorar las capacidades productivas y abrir canales comerciales representa un detonador fundamental para combatir la pobreza. Por ello, apoyamos a productores de muy bajos ingresos bajo los siguientes esquemas:

- Otorgamos donativos financieros para el fortalecimiento de actividades productivas.
- Capacitamos a pequeños productores para el desarrollo de habilidades comerciales, prácticas agrícolas, etc.
- Involucramos a los voluntarios de la empresa para apoyar a los productores en mejorar sus estándares productivos, logísticos y adquirir conocimientos para comercializar en Walmart de México y Centroamérica.
- Contamos con el programa de comercialización para productores de bajos ingresos en nuestras tiendas y restaurantes, flexibilizando procesos comerciales establecidos y con el apoyo logístico necesario.

En México, el programa Agricultura Sustentable opera en los estados de Colima, Jalisco, Michoacán, Oaxaca y Puebla con compras a 542 productores de escasos recursos. Además, el programa de comercialización de productos de manufactura artesanal Productos que Transforman Comunidades logró la participación de 1,861 productores de 29 municipios en 9 estados de la República Mexicana, aumentando su ingreso un 38% en promedio.

Promover la participación voluntaria de asociados y clientes en actividades comunitarias

Estamos convencidos de que promover la participación ciudadana impulsa el desarrollo de personas y líderes más responsables. Por ello, promovemos actividades de voluntariado con nuestros asociados, quienes participan en:

- El desarrollo de productores agrícolas, productores de manufactura o con capacitación para microemprendedoras.
- Actividades para el mejoramiento de espacios públicos como escuelas, plazas, centros comunitarios y parques.
- Apoyo en desastres, bancos de alimentos o apoyo en las campañas por la temporada invernal y navideña.

Apoyo a desastres

Walmart de México y Centroamérica aportó más de 3.3 millones de pesos en alimentos para ayudar a los damnificados de los siguientes desastres naturales:

Inundaciones en la Zona Atlántica de Costa Rica; el terremoto en la península de Nicoya, Costa Rica y el terremoto en la ciudad de San Marcos al occidente de Guatemala; sequías en los estados de Coahuila, Durango, Chihuahua, Sonora y San Luis Potosí en México. La participación de los clientes en Guatemala en la campaña de ayuda "Manos amigas" y la campaña "Por las sequías" en México lograron reunir 189 toneladas de ayuda.

5,811 pequeños productores agrícolas y de manufactura artesanal comercializaron sus productos en nuestras tiendas de México y Centroamérica

MEDIO AMBIENTE

2012	Compromiso		Desempeño	
	México	Centroamérica	México	Centroamérica
CO_2 /GEI	-20%	-20%	-23%	-16%
Energía	-3.4%	-2.0%	-3.8%	+3.9%
Agua	6.0% 217 millones de litros	ND	12.3% 443 millones de litros	ND
Bolsas plástico	50% reducción (base 2007)	50% reducción (base 2007)	68% reducción (base 2007)	50.6% reducción (base 2007)
Productos	925	ND	1,254	ND

Somos una empresa enfocada en lograr estándares de operación respetuosos del medio ambiente. El sistema de administración para la sustentabilidad ambiental se soporta en un equipo dedicado que trabaja en el desarrollo, la implementación y medición de iniciativas que favorecen una operación más sustentable. Los nuevos prototipos de las unidades se diseñan de acuerdo con las mejores políticas y procedimientos de operaciones, logística y administración.

Los compromisos que ha establecido la empresa en materia ambiental descansan en los temas donde tiene un impacto o bien, en aquellos donde puede influir a través de mesas de diálogo y programas que integran a proveedores, universidades, gobiernos y líderes de opinión.

Los objetivos de sustentabilidad se encuentran definidos por el más alto nivel de la organización, aunque cada uno de los líderes de las unidades de negocios cuenta con métricas y programas para implementarlos y darles seguimiento, lo cual se integra como parte de su evaluación de desempeño. Existe además un Comité de Riesgos Ambientales, encargado de identificar riesgos y establecer planes de trabajo. Está formado por las áreas de Cumplimiento, Calidad Corporativa, Legal, Sustentabilidad y Compras.

Las iniciativas enfocadas en reducir los gases de efecto invernadero (GEI) se enfocan en alcanzar una mayor eficiencia energética mediante la constante actualización tecnológica en tiendas, con equipos más eficientes en consumo de energía eléctrica, la sensibilización de nuestros asociados para el uso adecuado de la energía evitando su desperdicio, así como un portafolio diverso de energías renovables. Como ejemplo de lo anterior, ya tenemos en operación un parque eólico y 4 instalaciones fotovoltaicas. En 2012, logramos una reducción de GEI del 22.4% en México y 16% en Centroamérica.

Los objetivos de sustentabilidad están dirigidos a lograr:

Mayor eficiencia energética

Desde 2007 hemos mejorado 30% la eficiencia a través de la medición y el control, la automatización de procesos, auditorías de consumo, campañas de ahorro de energía y nuevas tecnologías en los procesos de refrigeración, iluminación y aire acondicionado. Esto a su vez transforma los prototipos para todas las unidades en México y los 5 países de Centroamérica, incorporando energía renovable como fuente importante de abastecimiento.

Las principales áreas de trabajo se enfocan en:

- Instalación de lámparas LED en estacionamientos y tiendas.
- Mejoramiento del sistema de administración de energía y sistema de medición remota e instalación de equipos para disminuir la humedad relativa.
- Equipos de refrigeración e instalación de puertas en refrigeración abierta.
- Aire acondicionado de menor consumo eléctrico.
- Campaña interna de mejores prácticas para la reducción de consumo de energía.

Reducir el consumo de agua

Estamos enfocados en lograr un manejo cada vez más eficiente de las descargas de agua de nuestras unidades y del reuso de agua recuperada con bajos contaminantes. En 2012, redujimos nuestro consumo de agua en 12.3% respecto a tiendas comparables.

Continuamos creciendo la capacidad instalada en tratamiento de agua residual. Las plantas de tratamiento de agua en operación abarcan 40.7% de unidades en México y 32.3% en Centroamérica.

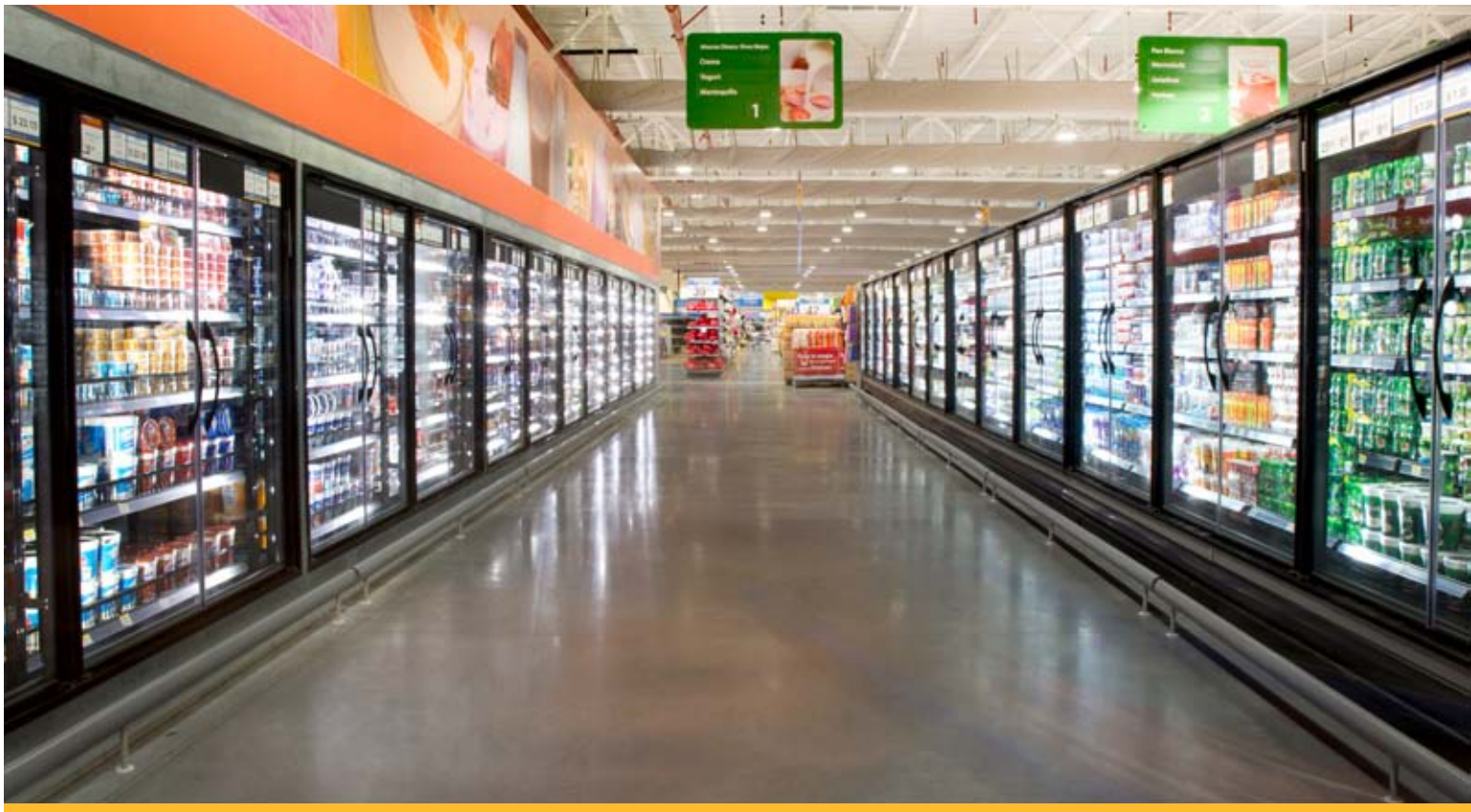
- Trabajamos en actualizar y revisar la infraestructura existente para garantizar un buen desempeño.
- La campaña "Tan claro como el agua" tiene el propósito de evitar descargas contaminantes al drenaje.
- Contamos con proyectos para captación de agua de lluvia y nuevos esquemas de tratamiento de agua y recuperación de agua de retrolavado de filtros.
- Unidades con sistemas de eficiencia se incluyen como especificación de proyecto.
- Los Centros de Distribución cuentan desde 2009 con sistemas hidroeconomizadores y con pruebas para nuevos sistemas de aprovechamiento de agua.
- Algunas unidades cuentan con ahorradores de agua en lavabos, tarjas y mingitorios.
- Reutilizamos el agua para uso sanitario y áreas verdes.
- Se instalaron plantas de tratamiento en ciertas unidades nuevas y en unidades remodeladas.

Reducir el impacto de los residuos de la operación

La gestión adecuada de residuos orgánicos, cartón y plásticos es la estrategia más relevante de la empresa para reducir el impacto de la operación. Asimismo, se ha cambiado la forma de trabajar de asociados, además de lograr una mayor contribución de clientes y proveedores.

En México, se recicla el 68% de los residuos generados y mediante el programa de composta 100 tiendas reciclan más del 80% de sus residuos, realizando una separación correcta. En Centroamérica, el 100% de tiendas reciclan cartón y plástico.

Continuamos la capacitación de los asociados para el manejo de bolsas de plástico, además de promover el uso de bolsas verdes. Este año se rebasó el objetivo establecido en 2007, al reducir 68% el consumo de bolsa de plástico al 2012 en México y 50.6% en Centroamérica.



Instalación de equipos de refrigeración cerrada en 86 tiendas

Reducir el impacto a la biodiversidad

No obstante que el giro de la empresa está clasificado como de impacto medio a la biodiversidad, contamos con programas y metas específicas para reducir el impacto que generan los proveedores agrícolas en cuanto a contaminación de agua, explotación de madera y acuacultura.

La capacitación a proveedores está orientada a promover prácticas agrícolas sustentables, tales como el uso de fertilizantes, agua, rotación de cultivos, etc. A la fecha, se han capacitado más de 20,000 productores. *Ver apartado de proveedores para conocer el programa.*

Por otra parte, se identificaron todos los productos de marcas propias que contienen aceite de palma y se estableció la línea base en 2010. En 2012 se definió el plan de trabajo para el aceite de palma sustentable para todos los productos de marcas propias que lo utilizan y se capacitó a los compradores clave, además de establecer un plan de sustitución para 2015.

En lo relativo a acuacultura, 100% de los productos de importación en México y 87% en Centroamérica cuentan con la certificación BAP. En El Salvador, Costa Rica y Guatemala, los porcentajes frente a venta total son de 58%, 72% y 59%, respectivamente.

En México, todas las maderas provienen de fuentes certificadas por Semarnat; los folletos que se distribuyen en nuestras tiendas se imprimen en papel de fibra reciclada post-consumo y el papel de consumo interno para impresión posee la certificación Forest Stewardship Council (FSC).

En la construcción de tiendas nuevas en todos los países se incluyen planes de remediación para que, en caso de afectar zonas verdes, los árboles puedan ser trasplantados y reubicados en zonas cercanas.

La empresa lleva a cabo diversos proyectos para preservar zonas naturales, entre ellos:

- En México, durante la campaña anual de reforestación, plantamos 74,493 árboles en zonas verdes y reservas ecológicas, además de financiar el Campamento Ecoturístico Flor de Marqués en Chiapas, y contribuir a la conservación de los remanentes de la selva alta perennifolia en el ejido, en alianza con Natura y Ecosistemas Mexicanos, A.C.
- En Costa Rica, la Jornada de Voluntariado Corporativo realizó limpieza en áreas verdes, línea del tren, zonas concurridas y la siembra de más de 2,000 semillas de árboles de especies nativas de la zona en el Parque Metropolitano La Sabana.

80% de reciclaje de residuos en tienda

- En El Salvador, en el área natural protegida El Playón, Chanmico, se sembraron 5,000 árboles y en El Cedral 10,000 árboles, como parte del programa de compensación ambiental por el proyecto Walmart Constitución en la ciudad de Mejicanos.
- En Guatemala, se sembraron 1,000 árboles en el Parque Nacional Naciones Unidas en Amatitlán, un área protegida; asimismo, el Día del Agua se brindaron charlas educativas y talleres sobre el uso adecuado del agua.
- En Nicaragua, se reforestaron los alrededores de la Reserva Natural Laguna de Tiscapa y su anfiteatro; se entregaron bolsas reutilizables a la comunidad para evitar el uso de plástico que contamina la laguna y se donaron cestos para el tratamiento de la basura.

Involucramiento con nuestros grupos de interés

Contamos con un programa que busca fomentar la competitividad en la cadena de valor a través de ecoeficiencias.

En México, se llevó a cabo un taller de energía en el Instituto Tecnológico de Monterrey donde proveedores, proyectistas y fabricantes en tecnología expusieron tendencias y nuevos caminos que permitan obtener sinergias y mayores eficiencias para nuevos proyectos. También se lanzó la convocatoria al Premio Innovación Sustentable, en colaboración con la Universidad Iberoamericana, con el propósito de estimular a jóvenes emprendedores para que desarrollen proyectos sustentables.

En México, el programa Liderazgo Ambiental de Semarnat ha logrado los siguientes ahorros en las 250 empresas PyMEs capacitadas en los últimos dos años:

Agua: 605 millones de litros por año
Energía: 16.4 millones kWh por año
GEI: 18,688 toneladas CO_2 por año
Reciclaje: 23,136 toneladas por año
Total ahorros: 190 millones de pesos

Como parte del Consejo Global de Sustentabilidad, continuamos liderando la iniciativa global para el uso sustentable del agua. Se celebró un foro con organismos no lucrativos para establecer un diálogo y conocer sus expectativas sobre el trabajo que realiza Walmart a nivel mundial.

90,493 árboles plantados

Como resultado de nuestros esfuerzos, calificamos entre las 10 principales empresas con mejor desempeño en Latinoamérica en relación con el Carbon Disclosure Project, una herramienta mundial que permite hacer públicas las emisiones de las empresas.

Promover productos con menor impacto ambiental

El objetivo es reducir residuos, aumentar eficiencias en la cadena de suministro e impulsar la innovación y prácticas sustentables. En México, el Sistema de Empaques Sustentables es una herramienta gratuita que permite a los proveedores conocer el impacto ambiental de sus empaques, y su uso ha permitido la participación de 185 proveedores con 5,265 artículos.

El catálogo de productos con menor impacto ambiental creció 35% con relación a 2011. Un ejemplo son los jeans sustentables que lanzamos en 2012 de la mano de uno de nuestros proveedores. Este producto consume 50% del agua tradicionalmente utilizada en su proceso de producción.

Continuamos comunicando a nuestros clientes maneras de cuidar el medio ambiente a través de la campaña Mes de la Tierra, por cuarto año consecutivo.

980 millones de pesos de inversión en proyectos sustentables

Gobierno Corporativo

Nuestra compañía está construida sobre los cimientos de la integridad y los más altos estándares de ética, asegurando siempre un estricto apego a las legislaciones aplicables. Hemos trabajado durante muchos años para fortalecer nuestro programa de cumplimiento, por lo que recientemente decidimos reforzar nuestra estructura organizacional. Se nombró una Vicepresidencia Ejecutiva y Dirección General de Cumplimiento, Bienes Raíces y Asuntos Corporativos, así como una Dirección de Anticorrupción, la cual reporta directamente a la estructura del Oficial de Cumplimiento Global Anticorrupción de Walmart Stores, Inc. Con lo anterior reiteramos nuestro compromiso permanente de que todas nuestras actividades estén apegadas a los más altos estándares éticos y generen valor para nuestros distintos grupos de interés: clientes, accionistas, asociados, proveedores, comunidad y medio ambiente.

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

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

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

Composición:

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

Principales responsabilidades:

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

Otras prácticas:

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

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

Consejo de Administración
Al 31 de diciembre de 2012

Presidente

Eduardo Solórzano

Consejeros	Consejeros Suplentes
Shelley Broader	Adolfo Cerezo*
Olga Gonzalez	Antonio Echebarrena*
Rafael Matute	Juan Manuel Márquez*
Doug McMillon	Gian Carlo Nucci
Kristin Oliver	Philippe Schrader
Salvador Paiz*	Farley Sequeira
Scot Rank	
Cathy Smith	**Secretario**
Blanca Treviño*	Gonzalo Smith
Ernesto Vega*	
	Prosecretario
	Antonio Pérez de la Riva

** Consejero independiente*

COMITÉS DE AUDITORÍA Y DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

Están formados por cuatro consejeros, todos ellos independientes.

Principales responsabilidades:

- Seleccionar al auditor externo de la compañía y determinar sus honorarios.
- Cerciorarse de que el esquema de control interno de la empresa sea adecuado y se cumplan las disposiciones contables y legales aplicables, así como revisar las operaciones con partes relacionadas que la empresa llegue a efectuar.
- Revisar los estados financieros y asegurarse de que reflejan fielmente las condiciones financieras de la empresa. También cuentan con un procedimiento para recibir, retener y responder a las quejas relacionadas con prácticas y controles contables, así como con cuestiones de auditoría. Además tienen la autoridad y los recursos necesarios para contratar abogados y cualquier otro tipo de asesor externo que requieran para cumplir con sus responsabilidades.
- Disminuir el riesgo de que se lleven a cabo operaciones en condiciones desventajosas para el patrimonio de la sociedad o que privilegien a un grupo determinado de accionistas.
- Aprobar las políticas para el uso o goce de los bienes que integran el patrimonio de la sociedad.
- Autorizar operaciones con partes relacionadas, la remuneración del Director General y las políticas para las remuneraciones de los directivos relevantes.
- Apoyar al Consejo de Administración en la elaboración de los informes sobre prácticas contables.
- Tener reuniones privadas y recibir reportes periódicos de las áreas de auditoría interna, legal y cumplimiento y comportamiento ético.
- Convocar a asambleas de accionistas y cerciorarse de que se inserten en el orden del día los puntos que estimen pertinentes.

Principales requisitos y prácticas:

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

Miembros de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias:

Ernesto Vega (Presidente)
Adolfo Cerezo
Antonio Echebarrena
Blanca Treviño

COMITÉ EJECUTIVO

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

Miembros del Comité Ejecutivo:

Doug McMillon
Scot Rank
Eduardo Solórzano

COMITÉ DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Principales responsabilidades:

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

Miembros del Comité de Responsabilidad Corporativa:

Karina Awad
Xavier Ezeta
Luis Gómez
Mónica Loaiza
Rafael Matute
Gian Carlo Nucci
Scot Rank
Farley Sequeira
Gonzalo Smith
Javier Soní

DECLARACIÓN DE ÉTICA

La honestidad y la integridad son valores fundamentales de Walmart de México y Centroamérica y categóricamente afirmamos que en ninguna forma son negociables. Por ello permanentemente vigilamos que rijan todas nuestras actividades.

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

- Política de puertas abiertas
- Relación con proveedores
- No discriminación
- Conflicto de intereses
- No aceptación de regalos
- Confidencialidad de la información privada y comercial
- Responsabilidad ambiental, salud y seguridad
- Conductas inapropiadas
- Hostigamiento laboral
- Acoso sexual
- No represalias
- Competencia justa
- Integridad financiera
- Anticorrupción
- Comercio internacional

Walmart de México y Centroamérica cuenta con un área de Ética, que depende de la Vicepresidencia de Legal y Ética, encargada de difundir y promover una cultura de Comportamiento Ético, Gobierno Corporativo y la observancia estricta de los ordenamientos legales que nos rigen. El Comité de Auditoría recibe informes periódicos de esta área.

Anualmente, respondemos y enviamos a la Bolsa Mexicana de Valores el Código de Mejores Prácticas Corporativas, el cual se encuentra disponible en la página de Internet de dicha institución.

Comentarios y Análisis de la Administración
Sobre los resultados de operación y situación financiera de la compañía

Somos una compañía sólida que, apoyada en sus fortalezas, continúa creciendo rentable y sustentablemente, en beneficio de todos nuestros grupos de interés.

RESULTADOS

México
El total ingresos ascendió a 361,789 millones de pesos, un incremento de 10.0% respecto al año anterior y una participación del total ingresos consolidado de 86.5%.

Abrimos 263 unidades de nuestros diferentes formatos de negocio, incrementando el piso de ventas 8.0% en México.

	% de ventas totales	m² de piso de venta	Aperturas	Asociados	Unidades	Ciudades
Bodega Aurrerá	37.6	2,269,842	220	88,739	1,423	388
Walmart	27.0	1,789,699	14	57,437	227	77
Sam's Club	25.6	1,012,293	18	28,934	142	83
Superama	4.4	145,943	2	11,447	90	18
Suburbia	3.7	405,994	7	9,706	100	38
Restaurantes	1.7	82,658*	2	19,723	365	65
Banco	-	-	-	1,464	263**	32

*Asientos **Sucursales

Centroamérica
El total ingresos ascendió a 56,262 millones de pesos, un incremento de 7.7% respecto al año anterior, sin considerar fluctuaciones cambiarias, representando un 13.5% del total ingresos consolidado.

Abrimos 22 unidades de nuestros diferentes formatos de negocio, incrementando el piso de ventas 4.8% en Centroamérica.

	% de ventas totales	m² de piso de venta	Aperturas	Asociados	Unidades	Ciudades
Costa Rica	45.2	185,784	5	11,411	205	11
Guatemala	26.9	197,270	6	9,677	206	33
Honduras	10.5	57,568	4	3,017	72	25
El Salvador	9.8	70,590	1	3,696	80	16
Nicaragua	7.6	40,773	6	2,995	79	21

Consolidado
El total ingresos ascendió a 418,051 millones de pesos, 39,201 millones de pesos más que el año anterior. Esto represento un incremento de 10.3% sobre el total ingresos obtenidos en 2011.

MARGEN BRUTO
En México el margen bruto fue de 22.9%, 30 puntos base mayor al obtenido en 2011.

El margen bruto de Centroamérica fue de 20.7%, 80 puntos base menor del obtenido en 2011, principalmente como resultado de rebajas para liquidar inventario obsoleto.

El margen bruto consolidado fue de 22.6%, 10 puntos base mayor del obtenido en 2011.

GASTOS GENERALES
En México, los gastos generales crecieron 11.2%, 120 puntos base por encima del crecimiento de total ingresos.

Los gastos generales en Centroamérica como porcentaje de los ingresos son 370 puntos base mayores que en México y se incrementaron 12.5% en el año.

ESTADO DE RESULTADOS

		México			Centroamérica				Consolidado		
							% Var.				
		2012	2011	% Var.	2012	2011	En pesos	Sin efecto cambiario	2012	2011	% Var.
Total ingresos *(millones de pesos)*		**361,789**	**329,028**	**10.0**	**56,262**	**49,822**	**12.9**	**7.7**	**418,051**	**378,850**	**10.3**
% de los ingresos	Margen bruto	22.9	22.6	11.5	20.7	21.5	8.9	3.8	22.6	22.5	11.1
	Gastos generales	14.3	14.2	11.2	18.0	18.0	12.5	7.3	14.8	14.7	11.4
	Utilidad de operación	8.7	8.5	12.3	2.6	3.4	-14.9	-18.9	7.7	7.8	9.5
	Flujo operativo (EBITDA)	10.6	10.4	12.1	4.9	5.9	-5.9	-10.3	9.8	9.8	10.7

Información financiera bajo las Normas Internacionales de Información Financiera.

MARGEN DE OPERACIÓN Y EBITDA CONSOLIDADOS

La utilidad de operación alcanzó 32,399 millones de pesos, que representa un crecimiento de 9.5% respecto a 2011. Por su parte, el EBITDA registró 41,166 millones de pesos, un incremento de 10.7% respecto al año anterior.

UTILIDAD NETA Y UTILIDAD POR ACCIÓN

La utilidad neta creció 5.4% durante el año. La utilidad por acción fue de 1.312 pesos, superior a los 1.240 alcanzados en 2011. Durante el año, se recompraron 27 millones de acciones.

BALANCE

EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO

Nuestra posición al cierre del ejercicio asciende a 28,163 millones de pesos, 2,997 millones de pesos más que el año anterior, aun después de haber realizado inversiones en activo fijo por 14,660 millones de pesos, operaciones de recompra de acciones por 1,088 millones de pesos y un pago de dividendo en efectivo ordinario y extraordinario, ambos por 9,612 millones de pesos.

Nuestro efectivo proviene de la operación. 24,189 millones de pesos corresponden a México, 2,681 millones de pesos a Centroamérica y 1,293 millones de pesos a Banco Walmart.

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

Nuestra generación de efectivo y solidez financiera nos permitió invertir en precios, abrir 285 nuevas tiendas, remodelar tiendas existentes, además de pagar dividendos y recomprar acciones propias.

USOS DE EFECTIVO

- Inversión en activo fijo: Continuamos reinvirtiendo las utilidades en todo aquello que permita modernizar nuestra estructura operativa, ya sea sistemas de información, red logística, o bien la renovación de nuestras tiendas, clubes y restaurantes, incluyendo la apertura de nuevas unidades rentables. Durante los últimos cinco años, hemos invertido 67,193 millones de pesos en activo fijo, lo cual representa una reinversión de 77.0% de las utilidades previamente generadas.
- Dividendos: a continuación se muestran (con valores ajustados por el split realizado en 2010) los dividendos pagados durante los últimos cuatro años.

Año	2012	2011	2010	2009
Dividendo por acción (pesos)	0.550	0.550	0.350	0.305
% de utilidades del año anterior	44%	50%	35%	34%
Salida de efectivo (millones de pesos)	9,612	9,659	5,743	5,040

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

Programa	Acciones recompradas (millones)	Monto invertido (millones de pesos)
2012	27	1,088
2011	103	3,455
2010	112	3,472
2009	117	2,509

CAPITAL DE TRABAJO

Durante 2012, la empresa continuó operando con requerimientos negativos de capital de trabajo, lo cual históricamente le ha permitido autofinanciar su crecimiento y modernizar su capacidad instalada.

Al 31 de diciembre de 2012, el saldo de inventarios ascendió a 39,092 millones de pesos, importe financiado por la cuenta por pagar a proveedores que sumó 44,770 millones de pesos.

ACCIÓN WALMEX

El rendimiento total de la acción durante 2012 fue de 10.7%. Somos la segunda empresa de mayor importancia en el Índice de la Bolsa Mexicana de Valores y también la segunda emisora más bursátil.

Resumen Financiero

Millones de pesos

	NIIF*					
	2012	2011	2011	2010	2009	2008
PIB México (Crecimiento anual, %)	3.9	3.9	3.9	5.5	(6.1)	1.5
Inflación México (Anual, %)	3.6	3.8	3.8	4.4	3.6	6.5
Devaluación (Anual, %)	-7.9	12.9	12.9	(5.6)	(4.5)	25.5
Tipo de Cambio (Promedio, pesos por dólar)	13.1	12.5	12.5	12.6	13.4	11.2
Tipo de Cambio (Fin de periodo, pesos por dólar)	12.9	14.0	14.0	12.4	13.1	13.7
Tasas de interés México (Cetes 28 días, Promedio anual, %)	4.2	4.2	4.2	4.4	5.4	7.7
ESTADO DE RESULTADOS						
VENTAS NETAS	413,792	375,280	379,021	334,511	269,397	244,029
% de crecimiento vs. año anterior, U. Totales	*10*	*12*	*13*	*24*	*10*	*11*
% de crecimiento vs. año anterior, U. Iguales	*4*	*4*	*4*	*3*	*3*	*5*
OTROS INGRESOS	4,259	3,570	1,885	1,346	1,054	888
% de crecimiento vs. año anterior	*19*	*N/D*	*40*	*28*	*19*	*13*
TOTAL INGRESOS	418,051	378,850	380,906	335,857	270,451	244,917
% de crecimiento vs. año anterior	*10*	*N/D*	*13*	*24*	*10*	*11*
UTILIDAD BRUTA	94,597	85,109	83,698	74,059	58,600	53,284
% de margen de utilidad	*22.6*	*22.5*	*22.0*	*22.1*	*21.7*	*21.8*
GASTOS GENERALES	61,926	55,574	53,619	47,015	36,332	33,533
% sobre total de ingresos	*14.8*	*14.7*	*14.1*	*14.0*	*13.4*	*13.7*
UTILIDAD DE OPERACIÓN	32,399	29,591	30,079	27,044	22,268	19,751
% sobre total de ingresos	*7.7*	*7.8*	*7.9*	*8.1*	*8.2*	*8.1*
% de crecimiento vs. año anterior	*9*	*N/D*	*11*	*21*	*13*	*8*
FLUJO OPERATIVO (EBITDA)	41,166	37,188	37,415	33,294	26,915	23,887
% sobre total de ingresos	*9.8*	*9.8*	*9.8*	*9.9*	*10.0*	*9.8*
INGRESOS FINANCIEROS - NETO	399	189	191	460	662	474
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A LA UTILIDAD	32,798	29,780	30,198	27,630	23,018	19,857
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	9,529	7,695	7,939	8,066	6,212	5,184
UTILIDAD NETA (PARTICIPACIÓN CONTROLADORA)	23,275	22,080	22,254	19,550	16,806	14,673
% de crecimiento vs. año anterior	*5*	*N/D*	*14*	*16*	*15*	*5*
POSICIÓN FINANCIERA						
EFECTIVO	28,163	25,166	25,166	24,661	19,483	11,350
INVENTARIOS	39,092	39,336	40,163	29,023	22,507	22,794
OTROS ACTIVOS	12,909	13,579	13,249	9,056	6,256	5,034
ACTIVO FIJO	117,377	111,372	116,680	102,300	84,893	79,286
CRÉDITO MERCANTIL	24,745	29,768	29,768	29,768	-	-
TOTAL ACTIVOS	222,286	219,221	225,026	194,808	133,139	118,464
PROVEEDORES	44,770	50,854	50,854	38,000	30,378	27,005
OTROS PASIVOS	37,679	39,184	40,894	33,948	19,613	17,183
CAPITAL CONTABLE	139,701	128,867	132,962	122,531	83,148	74,276
PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA	136	316	316	329	-	-
TOTAL PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE	222,286	219,221	225,026	194,808	133,139	118,464
NÚMERO DE UNIDADES MÉXICO						
Bodega Aurrerá	1,423	1,204	1,204	899	684	442
Walmart	227	213	213	192	169	153
Sam's Club	142	124	124	108	98	91
Superama	90	88	88	75	69	67
Suburbia	100	94	94	90	86	84
Restaurantes Vips	365	364	364	366	360	360
TOTAL UNIDADES	2,347	2,087	2,087	1,730	1,466	1,197
NÚMERO DE UNIDADES CENTROAMÉRICA						
Tiendas de Descuento	459	453	453	401	377	-
Supermercados	97	96	96	94	92	-
Bodegas	67	54	54	36	32	-
Walmart	17	17	17	16	16	-
Club de Precios	2	2	2	2	2	-
TOTAL UNIDADES	642	622	622	549	519	-
Banco Walmart						
Sucursales bancarias	263	263	263	263	190	38
OTROS DATOS AL FIN DE AÑO						
Número de asociados	248,246	238,128	238,128	219,767	176,463	170,014
Precio de la acción [1] (pesos)	42.33	38.23	38.23	35.44	29.35	18.50
Número de acciones en circulación [1] (millones)	17,722	17,747	17,747	17,848	16,752	16,870
Valor de mercado	750,172	678,471	678,471	632,533	491,671	312,095
Utilidad por acción [1] (pesos)	1.312	1.240	1.250	1.105	0.999	0.866
Dividendo decretado	9,612	9,659	9,659	5,743	5,040	4,902
Número de acciones recompradas [1] (millones)	27	103	103	112	117	152
Inversión en recompra de acciones	1,088	3,455	3,455	3,472	2,509	2,869

[1] Información ajustada por el split realizado en abril de 2010.

**NIIF: Información financiera bajo las Normas Internacionales de Información Financiera*

***NIF: Información financiera bajo las Normas de Información Financiera de México*

NIF**				
2007	2006	2005	2004	2003
3.3	5.2	3.2	4.1	1.3
3.8	4.1	3.3	5.2	4.0
0.8	1.7	(4.7)	(1.2)	8.7
10.9	10.9	10.9	11.3	10.8
10.9	10.8	10.6	11.1	11.3
7.2	7.2	9.2	6.8	6.2
219,714	193,969	161,423	136,546	117,959
13	*20*	*18*	*16*	*14*
6	*10*	*10*	*9*	*8*
787	711	640	582	268
11	*11*	*10*	*117*	*(43)*
220,501	194,680	162,063	137,128	118,227
13	*20*	*18*	*16*	*14*
47,751	42,032	34,540	28,840	24,524
21.7	*21.6*	*21.3*	*21.0*	*20.7*
29,428	26,237	22,480	19,514	17,266
13.3	*13.5*	*13.9*	*14.2*	*14.6*
18,323	15,795	12,060	9,326	7,258
8.3	*8.1*	*7.4*	*6.8*	*6.1*
16	*31*	*29*	*28*	*17*
21,973	19,019	15,109	11,877	9,517
10.0	*9.8*	*9.3*	*8.7*	*8.0*
1,468	1,378	1,369	998	824
19,536	17,119	13,110	10,090	7,886
5,574	4,943	3,796	2,407	2,514
13,962	12,176	9,314	7,683	5,372
15	*31*	*21*	*43*	*11*
8,984	14,985	14,161	11,846	11,764
20,865	18,045	14,084	11,955	10,729
5,373	4,383	3,138	2,308	2,311
71,522	61,449	53,396	45,762	40,849
-	-	-	-	-
106,744	98,862	84,779	71,871	65,653
25,381	25,864	20,429	16,017	14,892
15,179	13,502	12,549	8,906	8,872
66,184	59,496	51,801	46,948	41,889
-	-	-	-	-
106,744	98,862	84,779	71,871	65,653
313	258	203	162	140
136	118	105	89	83
83	77	69	61	53
64	60	55	48	44
76	62	53	50	52
348	311	286	268	252
1,020	886	771	678	624
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
16	-	-	-	-
157,432	141,704	124,295	109,057	99,881
18.85	23.78	14.76	9.58	8.01
16,946	17,144	17,292	17,480	17,732
319,347	407,684	255,143	167,371	142,033
0.817	0.705	0.532	0.434	0.302
4,313	3,223	2,708	1,917	1,624
288	307	409	426	116
6,065	4,842	4,663	3,824	818

Glosario

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

Premios y Reconocimientos

Empresa Sustentable
IPC Sustentable
Bolsa Mexicana de Valores

Empresa Socialmente Responsable (12º año consecutivo)
Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)

Walmart de México y Centroamérica es la única operación de supermercados en la región centroamericana en haber obtenido el galardón Empresa Socialmente Responsable por 5º año consecutivo.
FUNDAHRSE

Certificación Modelo de Equidad de Género (5ª recertificación consecutiva)
Instituto Nacional de las Mujeres

Una de las 10 empresas con mejor desempeño en Latinoamérica
Carbon Disclosure Project

Reconocimiento por su aportación a la inserción laboral de personas con discapacidad
Secretaría de Trabajo y Seguridad Social de Honduras (STSS) y la Embajada de España

Knowledge for Results (Guatemala)
Banco Interamericano de Desarrollo

Empresa con el mejor Gobierno Corporativo
Revista Euromoney

1er lugar en el ranking
Las 100 multinacionales más importantes
Revista Expansión

1er lugar
Empresa más admirada de Centroamérica
Revista Summa y Hay Group

1er lugar
Empresas más empleadoras de México
Revista Mundo Ejecutivo Especial

1er lugar dentro de "Las más grandes empleadoras"
Las 500 empresas más poderosas de América Latina
Revista Expansión

Reconocimiento por ser una de las empresas que contrató el mayor número de personas formadas a través del Programa para Mejorar el Acceso al Empleo (El Salvador)
Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)

Empresa número uno en inversión en equipo y tecnología ambiental; en mejores prácticas de eficiencia y sustentabilidad
Las verdaderas verdes
Revista Poder y Negocios

1er lugar en Comercio Autoservicio
Las 500 empresas más importantes de México
Revista Expansión

2º lugar
Multinacional Más Admirada del 2012 en Centroamérica
Revista Estrategia y Negocios

2º lugar en el ranking de Fundaciones que son ejemplo de compromiso, impacto positivo y beneficio social
Mejor Fundación
Revista Poder y Negocios

2º lugar
Premio Effie Social "Mejores Campañas con Causa"
Effie Social Plata, a la campaña "Tu ayuda es el alimento"
Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad

Reconocimiento por el compromiso con el futuro de México 2012 y por contribuir a la solución del abatimiento del rezago educativo del país
INEA reconoce a Superama
Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA)

Premio a Superama Móvil
Lo Mejor del E-Business 2012 en Apps
CNNExpansión 2012

Informe de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias

Al H. Consejo de Administración de
Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.

Estimados señores:

En cumplimiento del Artículo 43 de la Ley del Mercado de Valores vigente y del reglamento interno aprobado por el H. Consejo de Administración, informamos a ustedes sobre las actividades que llevamos a cabo en el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2012.

Durante el desarrollo de nuestro trabajo, además de la Ley del Mercado de Valores, hemos tenido presentes las recomendaciones contenidas en el Código de Mejores Prácticas Corporativas y el Código de Ética de la sociedad.

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

I. En materia de Prácticas Societarias:

a) Fuimos informados sobre:

1. Los procesos para la evaluación del desempeño de los directivos relevantes y sobre el plan de sustitución autorizado, no teniendo observación alguna.

2. Los procesos seguidos durante el ejercicio para celebrar las operaciones con partes relacionadas y su correspondiente estudio de precios de transferencia, cuyos conceptos son mencionados por la administración en la nota 8 de los estados financieros de la sociedad, no teniendo observación alguna.

3. Los procesos para determinar los paquetes de remuneraciones integrales del Director General y demás directivos relevantes, mencionados en la nota 8 de los estados financieros, no teniendo observación al respecto.

b) El Consejo de Administración no otorgó dispensas a algún consejero, directivo relevante o persona con poder de mando de las indicadas en el artículo 28, fracción III, inciso f) de la Ley del Mercado de Valores.

c) Durante el ejercicio se nos mantuvo informados del avance de las investigaciones sobre prácticas corruptas que el Comité de Auditoría de Walmart Stores, Inc., ha estado conduciendo con la asistencia de abogados independientes y otros asesores y de las medidas que la empresa ha tomado, reforzando la organización interna, capacitando a directivos y asociados y fortaleciendo los procesos, con el fin de ser líder en cumplimiento a nivel mundial, tal como se explica a detalle en la nota 1 inciso b) número I de los estados financieros de Wal-Mart de México, S. A. B. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2012. Además, estamos al tanto de que la Compañía está en el mejor interés de cooperar con las investigaciones.

II. En materia de Auditoría:

a) Analizamos el estado que guarda el sistema de control interno, siendo informados con detalle de los programas y desarrollo del trabajo de auditoría interna y de auditoría externa, así como de los principales aspectos que requieren una mejoría y el seguimiento de las medidas preventivas y correctivas implementadas. Por lo que en nuestra opinión, se cumple con la efectividad requerida para que la sociedad opere en un ambiente general de control.

b) Evaluamos el desempeño de los auditores externos, quienes son responsables de expresar una opinión sobre la razonabilidad de los estados financieros de la sociedad y la conformidad de estos con las Normas Internacionales de Información Financiera y consideramos que los socios de la firma Mancera, S.C. (integrante de Ernst & Young Global) cumplen con los requisitos necesarios de calidad profesional e independencia de acción intelectual y económica requerida, por lo que se recomendó su nombramiento para examinar y emitir el informe sobre los estados financieros de Wal-Mart de México, S. A. B. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2012. Durante 2012 no se presentaron servicios adicionales o complementarios relacionados con este concepto.

c) Asistimos a diversas reuniones para revisar los estados financieros trimestrales y anuales de la sociedad y recomendamos la publicación de dicha información financiera.

d) Fuimos informados sobre las políticas contables y los efectos resultantes de la adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera, vigentes a partir del 1 de enero de 2012, no teniendo observación alguna.

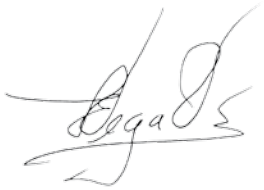
e) Fuimos informados de los avances del plan de inversiones y de los impactos en los resultados que se enviaron a la Bolsa Mexicana de Valores, con motivo de los ajustes en los procesos para aperturas.

f) Se dio seguimiento a los acuerdos de las asambleas de accionistas y del Consejo de Administración.

Basados 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 someta para la aprobación de la Asamblea de Accionistas, los Estados Financieros de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias, por el año fiscal terminado el 31 de diciembre de 2012.

Atentamente,



C.P. Ernesto Vega Velasco
PRESIDENTE DE LOS COMITÉS DE AUDITORÍA Y DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

México, D.F. a 19 de Febrero de 2013

Dictamen de los Auditores Independientes

A los Accionistas de
Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.

Hemos auditado los estados financieros consolidados adjuntos de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias, los cuales consisten en los estados consolidados de situación financiera al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, y los relativos estados consolidados de resultados integrales, de cambios en el capital contable y de flujos de efectivo, por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2012 y 2011; así como un resumen de las políticas contables significativas y otras notas explicativas.

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

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

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

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

Opinión
En nuestra opinión, los estados financieros consolidados adjuntos presentan razonablemente, en todos sus aspectos materiales, la situación financiera consolidada de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, así como sus resultados consolidados y los flujos consolidados de su efectivo por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera.

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

C.P.C. Enrique García Camargo

México, D.F. a 1° de febrero de 2013.

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA
(Notas 1, 2 y 18)
Miles de pesos

	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011	Enero 1º, 2011
Activos			
Activos circulantes:			
Efectivo y equivalentes de efectivo (Nota 3)	$ 28,163,229	$ 25,166,386	$ 24,661,050
Cuentas por cobrar – neto (Nota 4)	10,376,438	10,900,241	6,621,189
Inventarios (Nota 5)	39,091,595	39,335,705	28,331,146
Pagos anticipados y otros	1,016,091	944,506	807,904
Suman activos circulantes	78,647,353	76,346,838	60,421,289
Activos no circulantes:			
Inmuebles y equipo – neto (Nota 6)	117,376,902	111,372,498	97,379,844
Activos intangibles (Nota 7)	25,928,040	31,068,969	30,973,204
Otros activos no circulantes	333,412	433,125	697,990
Suman activos	$ 222,285,707	$ 219,221,430	$ 189,472,327
Pasivos y capital contable			
Pasivos a corto plazo:			
Cuentas por pagar a proveedores (Nota 8)	$ 44,769,655	$ 50,853,686	$ 37,999,509
Otras cuentas por pagar (Nota 9)	14,969,365	13,641,161	10,994,795
Impuestos por pagar	2,424,526	2,080,517	1,454,379
Deuda a corto plazo (Nota 10)	-	-	259,567
Suman pasivos a corto plazo	62,163,546	66,575,364	50,708,250
Pasivos a largo plazo:			
Otros pasivos a largo plazo (Nota 11)	12,638,523	16,407,692	13,553,925
Impuesto diferido (Nota 12)	6,588,903	6,186,166	5,519,846
Beneficios a los empleados (Nota 13)	1,058,117	869,131	680,228
Suman pasivos	82,449,089	90,038,353	70,462,249
Capital contable (Nota 14):			
Capital social	45,959,724	45,966,579	46,169,467
Reserva legal	5,785,575	4,672,883	3,695,362
Utilidades acumuladas	90,370,930	78,866,293	70,638,760
Otras partidas de utilidad integral	162,781	1,639,562	470,218
Prima en venta de acciones	2,067,980	1,911,758	1,816,132
Fondo para el plan de acciones al personal	(4,646,088)	(4,190,174)	(4,108,418)
Participación controladora	139,700,902	128,866,901	118,681,521
Participación no controladora	135,716	316,176	328,557
Suma capital contable	139,836,618	129,183,077	119,010,078
Suman pasivos y capital contable	$ 222,285,707	$ 219,221,430	$ 189,472,327

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES
(Notas 1, 2 y 18)
Miles de pesos

	Año que terminó el 31 de diciembre de	
	2012	**2011**
Ventas netas	$ 413,791,800	$ 375,279,440
Otros ingresos (Nota 15)	4,259,201	3,570,349
Total ingresos	418,051,001	378,849,789
Costo de ventas	(323,454,083)	(293,740,148)
Utilidad bruta	94,596,918	85,109,641
Gastos generales	(61,926,440)	(55,574,767)
Utilidad antes de otros (gastos) productos – neto	32,670,478	29,534,874
Otros (gastos) productos – neto	(271,438)	55,656
Utilidad de operación	32,399,040	29,590,530
Ingresos financieros - neto (Nota 16)	399,059	189,567
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	32,798,099	29,780,097
Impuestos a la utilidad (Nota 12)	(9,529,436)	(7,695,413)
Utilidad neta consolidada	$ 23,268,663	$ 22,084,684
Otras partidas de utilidad integral:		
Partidas que no se reclasificarán al resultado del año:		
Pérdidas actuariales por obligaciones laborales	(217,680)	(52,618)
Partidas que pueden reclasificarse posteriormente al resultado del año:		
Resultado por conversión de monedas extranjeras	(1,259,101)	1,221,962
	(1,476,781)	1,169,344
	$ 21,791,882	$ 23,254,028
Utilidad neta atribuible a:		
Participación controladora	$ 23,275,163	$ 22,080,045
Participación no controladora	(6,500)	4,639
	$ 23,268,663	$ 22,084,684
Utilidad integral atribuible a:		
Participación controladora	$ 21,798,382	$ 23,249,389
Participación no controladora	(6,500)	4,639
	$ 21,791,882	$ 23,254,028
Utilidad básica por acción atribuible a la participación controladora (en pesos)	$ 1.312	$ 1.240

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 2012 Y 2011
(Notas 1, 2, 14 y 18)
Miles de pesos

	Capital social	Reserva legal	Utilidades acumuladas	Otras partidas de utilidad integral	Prima en venta de acciones	Fondo para el plan de acciones al personal	Participación controladora	Participación no controladora	Suma capital contable
Saldos al 1° de enero de 2011	$ 46,169,467	$ 3,695,362	$ 70,638,760	$ 470,218	$ 1,816,132	$ (4,108,418)	$ 118,681,521	$ 328,557	$ 119,010,078
Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal					95,626	(81,756)	13,870		13,870
Incremento a la reserva legal		977,521	(977,521)				-		-
Recompra de acciones	(267,335)		(3,187,373)				(3,454,708)		(3,454,708)
Dividendos pagados			(9,659,202)				(9,659,202)		(9,659,202)
Emisión de acciones para pago del pasivo contingente	64,447						64,447		64,447
Compra de acciones de participación no controladora			1,881				1,881	(17,020)	(15,139)
Otras partidas			(30,297)				(30,297)		(30,297)
Utilidad integral			22,080,045	1,169,344			23,249,389	4,639	23,254,028
Saldos al 31 de diciembre de 2011	45,966,579	4,672,883	78,866,293	1,639,562	1,911,758	(4,190,174)	128,866,901	316,176	129,183,077
Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal					156,222	(455,914)	(299,692)		(299,692)
Incremento a la reserva legal		1,112,692	(1,112,692)				-		-
Recompra de acciones	(70,234)		(1,017,619)				(1,087,853)		(1,087,853)
Dividendos pagados			(9,611,672)				(9,611,672)		(9,611,672)
Emisión de acciones para pago del pasivo contingente	63,379						63,379		63,379
Compra de acciones de participación no controladora			(28,543)				(28,543)	(173,960)	(202,503)
Utilidad integral			23,275,163	(1,476,781)			21,798,382	(6,500)	21,791,882
Saldos al 31 de diciembre de 2012	$ 45,959,724	$ 5,785,575	$ 90,370,930	$ 162,781	$ 2,067,980	$ (4,646,088)	$ 139,700,902	$ 135,716	$ 139,836,618

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS CONSOLIDADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO
(Notas 1 y 2)
Miles de pesos

	Año que terminó el 31 de diciembre de	
	2012	**2011**
Actividades de operación		
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	$ 32,798,099	$ 29,780,097
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Depreciación y amortización	8,393,098	7,597,618
Pérdida por bajas de inmuebles y equipo	46,928	678,500
Deterioro crédito mercantil y pasivo contingente	121,911	-
Gasto de compensación por opciones de acciones	342,957	296,686
Intereses a favor	(673,161)	(662,847)
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
Intereses a cargo de arrendamiento financiero	1,055,550	901,544
Intereses devengados por pasivo contingente	44,891	193,082
Flujo proveniente de resultados	42,130,273	38,784,680
Variaciones en:		
Cuentas por cobrar	1,045,546	(4,102,168)
Inventarios	(201,926)	(10,382,853)
Pagos anticipados y otros activos	33,870	137,412
Cuentas por pagar a proveedores	(5,532,394)	12,100,941
Otras cuentas por pagar	810,628	2,433,066
Impuestos a la utilidad	(8,680,470)	(6,829,519)
Beneficio a los empleados	35,436	47,918
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	29,640,963	32,189,477
Actividades de inversión		
Adquisiciones de inmuebles, equipo y software	(14,659,555)	(18,352,297)
Fondo para el plan de acciones al personal	(642,649)	(282,816)
Intereses cobrados	673,161	662,847
Compra de acciones participación no controladora	(189,720)	(12,891)
Cobros por venta de inmuebles y equipo	514,554	179,356
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(14,304,209)	(17,805,801)
Efectivo excedente para aplicar en actividades de financiamiento	15,336,754	14,383,676
Actividades de financiamiento		
Pago de dividendos	(9,611,672)	(9,659,202)
Recompra de acciones	(1,087,853)	(3,454,708)
Pago de arrendamiento financiero	(1,292,407)	(1,069,295)
Pago de deuda a corto plazo	-	(260,731)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	(11,991,932)	(14,443,936)
Efectos por cambios en el valor del efectivo	(347,979)	565,596
Incremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo	2,996,843	505,336
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del año	25,166,386	24,661,050
Efectivo y equivalentes de efectivo al fin del año	$ 28,163,229	$ 25,166,386

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 2012 Y 2011, Y AL 1° DE ENERO DE 2011
Miles de pesos, excepto en donde se indique algo diferente

1.- INFORMACIÓN CORPORATIVA Y EVENTOS RELEVANTES:

a. Información corporativa

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

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

Grupo	Actividad
Nueva Walmart	Operación de 1,423 (1,204 en 2011) tiendas de descuento Bodega Aurrerá, 227 (213 en 2011) hipermercados Walmart, 142 (124 en 2011) tiendas Sam's Club de precios al mayoreo con membresía y 90 (88 en 2011) supermercados Superama.
Suburbia	Operación de 100 (94 en 2011) tiendas Suburbia, especializadas en ropa y accesorios para toda la familia.
Vips	Operación de 266 (265 en 2011) restaurantes Vips de comida internacional, 92 restaurantes El Portón de comida mexicana y 7 restaurantes Ragazzi de comida italiana, en ambos años.
Empresas importadoras	Importación de mercancía para la venta.
Inmobiliario	Proyectos inmobiliarios y administración de compañías inmobiliarias.
Empresas de servicios	Prestación de servicios profesionales a las compañías del Grupo, prestación de servicios con fines no lucrativos a la comunidad y tenencia de acciones.
Banco Walmart	Operación de 263 sucursales bancarias en ambos años.
Walmart Centroamérica	Operación de 459 (453 en 2011) tiendas de descuento Despensa Familiar y Palí, 97 (96 en 2011) supermercados Paiz, La Despensa de Don Juan, La Unión y Más x Menos, 67 (54 en 2011) Bodegas, Maxi Bodega y Maxi Palí, 17 hipermercados Walmart y 2 tiendas ClubCo de precios al mayoreo con membresía, en ambos años. Dichas unidades se localizan en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

b. Eventos relevantes

I. Procedimientos legales

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

II. Adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)

En enero de 2009, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) publicó las modificaciones a la Circular Única de Emisoras para incorporar la obligatoriedad de presentar estados financieros preparados con base en las NIIF (IFRS, por sus siglas en inglés), emitidas por el International Accounting Standards Board (IASB) a partir del año 2012, permitiendo su aplicación anticipada. Como consecuencia de lo anterior, la Compañía adoptó las NIIF a partir del ejercicio que inicia el 1° de enero de 2012.

Las conciliaciones de los efectos así como las excepciones y exenciones por la adopción de NIIF se muestran en la Nota 18.

2.- RESUMEN DE POLITICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS:

A continuación se resumen las políticas contables más significativas, las cuales han sido aplicadas consistentemente con el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2011.

a. Bases de preparación

Los estados financieros consolidados adjuntos han sido preparados por primera vez de acuerdo con las NIIF vigentes, así como todas las interpretaciones emitidas por el International Financial Reporting Interpretation Committe (IFRIC), incluyendo aquellas emitidas previamente por el Standing Interpretations Committee (SIC).

La Compañía cambió sus políticas contables conforme a NIIF, las cuales incluyen las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC). La conversión de Normas de Información Financiera (NIF) a NIIF fue registrada de acuerdo con la NIIF 1 "Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera", fijando el 1° de enero de 2011 como fecha de transición.

Los últimos estados financieros consolidados anuales de la Compañía fueron preparados conforme a las NIF y han sido reestructurados de acuerdo con las NIIF, de conformidad con lo señalado en la NIIF 1.

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

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

Los estados financieros de Banco Walmart que se incluyen en los estados financieros consolidados han sido preparados de acuerdo a los criterios contables establecidos por la CNBV, contenidos dentro de las Disposiciones de Carácter General aplicables a las instituciones de crédito, las cuales consideran los lineamientos de las NIIF. A la fecha no se tienen diferencias significativas entre ambas normatividades.

Los estados financieros de las subsidiarias en el extranjero se convierten 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 efecto forma parte del capital contable.

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

b. Factores de riesgo

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

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

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

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

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

IV. Inflación. Históricamente algunos países de Centroamérica han experimentado altos niveles de inflación que repercuten de forma directa en el poder adquisitivo de los clientes y en la demanda de los productos y servicios.

c. Consolidación

Los estados financieros consolidados adjuntos incluyen los de **WALMEX** y los de todas sus subsidiarias en México y en el extranjero que se agrupan como se menciona en la Nota 1 inciso a, y son preparados considerando el mismo periodo contable. Los saldos y operaciones entre compañías del Grupo se eliminan para efectos de la consolidación, de conformidad con la NIC 27 "Estados financieros consolidados y separados".

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

Asimismo, los estados financieros de Walmart Centroamérica antes de ser incluidos en el proceso de consolidación son preparados con base en las NIIF y convertidos a pesos mexicanos, de conformidad con la NIC 21 "Efectos de las variaciones en las tasas de cambio de la moneda extranjera".

d. Efectivo y equivalentes de efectivo

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

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

e. Instrumentos financieros

La Compañía no realiza operaciones con instrumentos financieros derivados.

f. Cuentas por cobrar y estimación para cuentas incobrables

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

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

g. Inventarios

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

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

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

h. Pagos anticipados

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

i. Inmuebles y equipo

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

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

Edificios, construcciones e instalaciones en bienes arrendados	2.5% a 33.0%
Mobiliario y equipo	5.0% a 33.0%

j. Arrendamiento

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

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

Los contratos no clasificados como financieros, se consideran como arrendamientos operativos.

k. Deterioro del valor de los inmuebles y equipo

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

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

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

l. Activos intangibles

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

m. Pasivos y provisiones

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

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

n. Pasivo contingente

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

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

o. Impuestos a la utilidad

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

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

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

p. Beneficios a los empleados

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

México:

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

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

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

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

Centroamérica:

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

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

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

En Nicaragua, los beneficios por terminación son pagados de conformidad con la Ley laboral de este país. El monto de los pagos fluctúa entre uno y máximo cinco meses de salario por el periodo de servicios prestados.

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

q. Capital contable

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

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

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

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

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

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

r. Reconocimiento de ingresos

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

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

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

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

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

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

s. Utilidad básica por acción atribuible a la participación controladora

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

t. Segmentos de operación

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

u. Operaciones en moneda extranjera

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

3.- EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO:

El saldo de efectivo y equivalentes de efectivo al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, se integra como sigue:

	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011	Enero 1°, 2011
Efectivo en caja y bancos	$ 8,318,695	$ 8,711,778	$ 6,322,063
Inversiones de realización inmediata	19,844,534	16,454,608	18,338,987
	$ 28,163,229	$ 25,166,386	$ 24,661,050

4.- CUENTAS POR COBRAR – NETO:

Las cuentas por cobrar al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, se integran como se muestra a continuación:

	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011	Enero 1°, 2011
Cartera de crédito Banco Walmart	$ 4,035,917	$ 2,721,410	$ 966,868
Impuestos por recuperar	3,308,944	4,961,205	2,547,742
Clientes	3,065,220	2,850,404	2,571,090
Otras cuentas por cobrar	489,200	702,172	688,188
Estimación para riesgos crediticios Banco Walmart	(364,063)	(218,576)	(42,738)
Estimación para cuentas incobrables a clientes y otros	(158,780)	(116,374)	(109,961)
	$ 10,376,438	$ 10,900,241	$ 6,621,189

5.- INVENTARIOS:

Los inventarios al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, se integran como se muestra a continuación:

	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011	Enero 1°, 2011
Mercancía para la venta	$ 37,426,732	$ 37,296,072	$ 26,680,996
Desarrollo Agro-industrial	548,748	612,512	488,978
	37,975,480	37,908,584	27,169,974
Mercancías en tránsito	1,116,115	1,427,121	1,161,172
	$ 39,091,595	$ 39,335,705	$ 28,331,146

6.- INMUEBLES Y EQUIPO – NETO:

Los inmuebles y equipo al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, se integra como sigue:

Inmuebles y equipo propios

	Enero 1°, 2011	Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2011	Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2012
Terrenos	$ 25,443,990	$ 1,615,210	$ (39,596)	$ -	$ 275,823	$ 27,295,427	$ 1,992,763	$ (270,023)	$ (12,437)	$ (220,610)	$ 28,785,120
Edificios	35,288,640	4,703,990	(149,612)	546,342	414,033	40,803,393	3,677,521	(222,732)	632,148	(320,502)	44,569,828
Instalaciones y mejoras	30,634,728	3,279,589	(561,067)	230,943	251,436	33,835,629	2,929,457	(331,765)	62,117	(209,436)	36,286,002
Mobiliario y Equipo	35,339,518	6,083,462	(645,543)	165,611	487,795	41,430,843	5,610,947	(889,283)	271,306	(419,920)	46,003,893
Total	126,706,876	15,682,251	(1,395,818)	942,896	1,429,087	143,365,292	14,210,688	(1,713,803)	953,134	(1,170,468)	155,644,843
Depreciación acumulada	(40,080,206)	(6,988,673)	797,304	-	(218,387)	(46,489,962)	(7,701,317)	1,074,595	(46,764)	189,043	(52,974,405)
Obras en proceso	2,459,168	2,434,289	(238,676)	(946,168)	(117,541)	3,591,072	247,085	116,540	(820,162)	(105,131)	3,029,404
Total inmuebles y equipo	$ 89,085,838	$ 11,127,867	$ (837,190)	$ (3,272)	$ 1,093,159	$ 100,466,402	$ 6,756,456	$ (522,668)	$ 86,208	$ (1,086,556)	$ 105,699,842

Inmuebles y equipo en arrendamiento

	Enero 1°, 2011	Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2011	Adiciones	Bajas	Traspasos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2012
Inmuebles	$ 8,817,119	$ 2,598,062	$ (42,495)	$ -	$ 193,462	$ 11,566,148	$ 1,145,128	$ (3,774)	$ -	$ (132,705)	$ 12,574,797
Mobiliario y Equipo	1,152,087	339,159	-	-	-	1,491,246	357,106	(4,780)	(126,233)	-	1,717,339
Total	9,969,206	2,937,221	(42,495)	-	193,462	13,057,394	1,502,234	(8,554)	(126,233)	(132,705)	14,292,136
Depreciación acumulada	(1,675,200)	(422,224)	19,271	-	(73,145)	(2,151,298)	(509,467)	165	53,880	(8,356)	(2,615,076)
Total inmuebles y equipo	$ 8,294,006	$ 2,514,997	$ (23,224)	$ -	$ 120,317	$ 10,906,096	$ 992,767	$ (8,389)	$ (72,353)	$ (141,061)	$ 11,677,060
Total	$ 97,379,844	$ 13,642,864	$ (860,414)	$ (3,272)	$ 1,213,476	$ 111,372,498	$ 7,749,223	$ (531,057)	$ 13,855	$ (1,227,617)	$ 117,376,902

El gasto por depreciación por el año terminado el 31 de diciembre de 2012 y 2011 ascendió a $8,171,611 y $7,389,377, respectivamente.

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

7.- ACTIVOS INTANGIBLES:

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, los activos intangibles se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011	Enero 1°, 2011
Crédito mercantil	$ 24,745,086	$ 29,768,097	$ 29,768,097
Marcas	609,428	673,497	609,047
Software	356,580	371,730	320,939
Clientes	115,441	142,493	175,238
Licencias	59,160	75,287	75,514
Patentes	42,345	37,865	24,369
	$ 25,928,040	$ 31,068,969	$ 30,973,204

El monto cargado a resultados por concepto de amortización al 31 de diciembre de 2012 y 2011 ascendió a $221,487 y $208,241, respectivamente.

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

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

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

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

Como resultado de dicho estudio, la Compañía reconoció una pérdida por deterioro de $5,023,011 en el rubro de otros (gastos) productos – neto.

Derivado de lo anterior, la Compañía realizó un análisis de la contraprestación contingente reconocida desde febrero 2010 como parte de la adquisición de Walmart Centroamérica. Dicho análisis dio como resultado una cancelación del pasivo contingente por $4,901,100, del cual se registró un ingreso de $4,649,277 en el rubro de otros (gastos) productos – neto y una cancelación de interés por $251,823 registrado en el rubro de ingresos financieros – neto.

8.- PARTES RELACIONADAS:

a) Saldos con partes relacionadas

Al 31 de diciembre de 2012, 2011, y al 1° de enero de 2011, el estado consolidado de situación financiera incluye los siguientes saldos con partes relacionadas:

	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011	Enero 1°, 2011
Cuentas por pagar a proveedores:			
C.M.A. – U.S.A., L.L.C. (Afiliada)	$ 615,185	$ 596,283	$ 434,746
Global George, LTD. (Afiliada)	17,109	29,459	11,584
	$ 632,294	$ 625,742	$ 446,330
Otras cuentas por pagar:			
Wal-Mart Stores, Inc. (Tenedora)	$ 377,254	$ 269,599	$ 358,993
Global George, LTD. (Afiliada)	-	-	832
	$ 377,254	$ 269,599	$ 359,825

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, los saldos por cobrar y por pagar a partes relacionadas están formados por saldos de cuenta corriente, sin intereses, pagaderos en efectivo, para los cuales no existen garantías.

b) Operaciones con partes relacionadas

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

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

A continuación se presentan los montos de las operaciones con partes relacionadas por el año terminado el 31 de diciembre de 2012 y 2011:

	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011
Importaciones de mercancía para la venta:		
C.M.A. – U.S.A., L.L.C. (Afiliada)	$ 3,138,902	$ 3,226,776
Global George, LTD. (Afiliada)	17,072	20,762
	$ 3,155,974	$ 3,247,538
Asistencia técnica, servicios y regalías:		
Wal-Mart Stores, Inc. (Tenedora)	$ 2,146,203	$ 1,967,650

c) Remuneraciones a principales funcionarios

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, las remuneraciones a los principales funcionarios se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011
Beneficios a corto plazo	$ 695,027	$ 675,811
Beneficios por terminación	64,477	62,059
Beneficios basados en acciones	53,906	43,686
	$ 813,410	$ 781,556

Estos beneficios fueron reconocidos como gastos generales durante el año que terminó el 31 de diciembre de 2012 y 2011.

9.- OTRAS CUENTAS POR PAGAR:

El saldo de las otras cuentas por pagar al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, se integra como sigue:

	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011	Enero 1°, 2011
Pasivos acumulados y otros	$ 9,101,897	$ 9,179,829	$ 7,960,168
Captación tradicional Banco Walmart	4,249,943	2,928,312	1,345,284
Provisiones	597,918	707,430	733,004
Arrendamiento financiero (Nota 11)	476,019	402,017	325,502
Partes relacionadas (Nota 8)	377,254	269,599	359,825
Pasivo contingente (Nota 11)	131,685	124,275	245,935
Dividendos	34,649	29,699	25,077
	$ 14,969,365	$ 13,641,161	$ 10,994,795

Al 31 de diciembre de 2012, la Compañía tiene compromisos para la adquisición de inventarios e inmuebles y equipo, así como servicios de mantenimiento por $9,003,254 ($9,538,187 al 31 de diciembre de 2011 y $7,504,837 al 1° de enero de 2011).

10.- DEUDA A CORTO PLAZO:

El 6 de septiembre de 2011, la Compañía CARHCO subsidiaria de Walmart Centroamérica liquidó el préstamo con el Banco HSBC por veintiún millones de dólares, el cual estaba garantizado por una inversión restringida.

11.- OTROS PASIVOS A LARGO PLAZO:

En el rubro de otros pasivos a largo plazo al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, se incluyen las obligaciones a plazo mayor de un año por los contratos de arrendamiento financiero y del pasivo contingente como se muestra a continuación:

a) Arrendamientos:

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

La Compañía tiene celebrados diversos contratos de arrendamiento operativo de inmuebles con terceros, a plazos forzosos que fluctúan entre 2 y 15 años. Las rentas de estos contratos son fijas, y variables en función a un porcentaje sobre ventas.

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

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

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

Año	Arrendamiento operativo (plazo forzoso)	Arrendamiento financiero (pagos mínimos)
2013	$ 271,727	$ 476,019
2014	$ 249,749	$ 440,893
2015	$ 232,969	$ 479,810
2016	$ 197,356	$ 432,115
2017	$ 133,786	$ 413,760
2018 en adelante	$ 206,348	$ 9,812,697

El total de las rentas operativas de inmuebles cargadas a resultados al 31 de diciembre de 2012 y 2011 ascendieron a $3,883,870 y $3,314,663, respectivamente.

b) Pasivo contingente

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, la contraprestación contingente originada por la adquisición de Walmart Centroamérica asciende a $1,190,933, $5,825,152 y $5,725,332, respectivamente, incluyendo $131,685, $124,275 y $245,935 a plazo menor de un año, misma que se estará liquidando en acciones y en efectivo.

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

	2012	2011
Pago en acciones	$ 63,379	$ 64,447
Pago en efectivo	60,894	61,920
Total pago contingente	$ 124,273	$ 126,367
Número de acciones emitidas serie "V"	1,586,861	1,909,546

12.- IMPUESTOS A LA UTILIDAD:

La Compañía y sus subsidiarias, excepto el Banco Walmart y Walmart Centroamérica, tienen autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para determinar su resultado fiscal sobre bases consolidadas.

Los impuestos aplicados a resultados al 31 de diciembre de 2012 y 2011, se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011
Impuesto causado	$ 9,029,590	$ 7,158,438
Impuesto diferido	499,846	536,975
Total	$ 9,529,436	$ 7,695,413

El impuesto diferido pasivo (activo) generado por las diferencias temporales al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, es el siguiente:

	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011	Enero 1°, 2011
Inmuebles y equipo	$ 8,200,595	$ 7,584,557	$ 6,678,156
Inventarios	(787,232)	(514,483)	(229,319)
Repatriación de utilidades Walmart Centroamérica	1,206,647	1,303,528	890,390
Pérdidas fiscales pendiente de amortizar de Banco Walmart y Walmart Centroamérica	(846,616)	(856,556)	(667,230)
Cobros anticipados	(224,350)	(216,524)	(191,267)
Otros pasivos a largo plazo	(243,378)	(209,726)	(286,316)
Otras partidas – neto	(716,763)	(904,630)	(674,568)
Total	$ 6,588,903	$ 6,186,166	$ 5,519,846

Al 31 de diciembre de 2012, la tasa efectiva de impuestos consolidada es del 29.1% (25.8% en 2011). La diferencia con las tasas de impuesto establecidas en las leyes fiscales se debe a efectos inflacionarios y de otras partidas permanentes.

En México, la tasa aplicable del impuesto sobre la renta es de 30% para 2012 y 2013, 29% en 2014 y 28% a partir de 2015. Para los demás países las tasas de impuesto sobre la renta aplicables son como se muestran a continuación:

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

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

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

Al 31 de diciembre de 2012, se tienen pérdidas fiscales acumuladas pendientes de amortizar como sigue:

Año de expiración	Banco Walmart
2016	$ 27,080
2017	270,378
2018	656,991
2019	805,211
2020	780,837
2021	625,776
2022	126,084
	$ 3,292,357

Con base en proyecciones fiscales, la Compañía identificó que seguirá generando impuesto sobre la renta en los años subsecuentes.

13.- BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS:

México:

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

A continuación se presentan los activos y pasivos de las obligaciones por prima de antigüedad y por remuneraciones al término de la relación laboral por retiro al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011:

	Prima de antigüedad			Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro
Saldo a	Obligación por beneficios definidos	Activos del plan	Pasivo neto proyectado	Obligación por beneficios definidos
Diciembre 31, 2012	$ 786,744	$ (603,038)	$ 183,706	$ 103,353
Diciembre 31, 2011	$ 633,332	$ (533,676)	$ 99,656	$ 82,617
Enero 1°, 2011	$ 528,201	$ (478,853)	$ 49,348	$ 69,598

Asimismo, los costos de las obligaciones por prima de antigüedad y por remuneraciones al término de la relación laboral por retiro por el año que terminó el 31 de diciembre de 2012 y 2011 se muestran a continuación:

	Prima de antigüedad		Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro	
	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011
Costo de los servicios del periodo corriente	$ 94,444	$ 78,429	$ 5,358	$ 4,504
Interés neto	7,963	4,191	6,462	5,773
Costo neto del periodo	$ 102,407	$ 82,620	$ 11,820	$ 10,277

Los beneficios pagados y las aportaciones al fideicomiso en México por prima de antigüedad al 31 de diciembre de 2012 ascendieron a $56,374 ($44,280 al 31 de diciembre de 2011 y $36,523 al 1° de enero de 2011) y $101,623 ($82,063 al 31 de diciembre de 2011 y $73,135 al 1° de enero de 2011).

Al 31 de diciembre de 2012, los activos del plan están invertidos, a través del fideicomiso en: 93% mercado de dinero y 7% en sociedades de inversión.

Centroamérica:

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011 los pasivos derivados de los beneficios por terminación laboral, se detallan a continuación:

País	Obligaciones por beneficios definidos		
	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011	Enero 1°, 2011
Costa Rica	$ 62,522	$ 31,500	$ 21,484
Guatemala	564,658	518,169	421,511
Honduras	77,342	78,826	66,117
Nicaragua	12,798	11,639	9,421
El Salvador	53,738	46,724	42,749
Total	$ 771,058	$ 686,858	$ 561,282

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, los costos derivados de los beneficios por terminación laboral se detallan a continuación:

País	Costo de los servicios del periodo corriente		Interés neto	
	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011
Costa Rica	$ 47,289	$ 38,069	$ 8,968	$ 7,485
Guatemala	53,825	41,702	42,175	30,038
Honduras	16,802	20,793	7,844	9,242
Nicaragua	4,489	5,524	1,639	2,451
El Salvador	11,076	13,458	5,146	4,980
Total	$ 133,481	$ 119,546	$ 65,772	$ 54,196

Los pagos de los beneficios por terminación laboral al 31 de diciembre de 2012 ascendieron a $147,720 ($91,591 al 31 de diciembre de 2011 y $138,438 al 1° de enero de 2011).

Al 31 de diciembre de 2012, las hipótesis actuariales utilizadas en la valuación actuarial de cada país son las siguientes:

País	Tasa de descuento	Tasa de crecimiento salarial
México	7.00%	5.25%
Costa Rica	9.98%	6.00%
Guatemala	7.50%	5.00%
Honduras	12.82%	6.70%
Nicaragua	13.90%	7.80%
El Salvador	7.30%	3.30%

14.- CAPITAL CONTABLE:

a. En la Asamblea Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas celebrada el 27 de marzo de 2012, se tomaron los siguientes acuerdos:

1. Aprobación de la cantidad máxima que la sociedad utilizará durante 2012 para recomprar acciones propias, la cual asciende a $5,000,000.
2. Cancelación de 100,997,000 acciones serie "V" provenientes de la recompra de acciones.
3. Incremento a la reserva legal por $1,112,692 con cargo a la cuenta de utilidades acumuladas.
4. Decreto de un dividendo el cual se le pagará al accionista en efectivo a razón de $0.44 pesos por cada acción y un dividendo extraordinario que se pagará en efectivo por la cantidad de $0.11 pesos por acción; ambos dividendos serán pagados el 30 de abril de 2012.

b. En la Asamblea Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas celebrada el 10 de marzo de 2011, se tomaron los siguientes acuerdos:

1. Aprobación de la cantidad máxima que la sociedad utilizará durante 2011 para recomprar acciones propias, la cual asciende a $8,000,000.
2. Cancelación de 81,987,000 acciones serie "V" provenientes de la recompra de acciones.
3. Incremento a la reserva legal por $977,521 con cargo a la cuenta de utilidades acumuladas.
4. Decreto de un dividendo el cual se le pagará al accionista en efectivo a razón de $0.38 pesos por cada acción y un dividendo extraordinario que se pagará en efectivo por la cantidad de $0.17 pesos por acción; ambos dividendos serán pagados el 29 de abril de 2011.

c. El capital social está integrado por acciones nominativas sin expresión de valor nominal; el monto máximo autorizado es ilimitado.

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, el capital social nominal exhibido y el número de acciones se muestran a continuación:

Capital social	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011	Enero 1°, 2011
Fijo	$ 5,591,362	$ 5,583,127	$ 5,574,801
Variable	37,381,747	37,392,273	37,586,089
Total	$ 42,973,109	$ 42,975,400	$ 43,160,890
Número de acciones serie "V" ordinarias, de suscripción libre:			
Fijo (Clase 1)	2,305,810,773	2,305,604,592	2,305,357,888
Variable (Clase 2)	15,415,784,094	15,441,487,954	15,543,045,112
Total	17,721,594,867	17,747,092,546	17,848,403,000

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, el capital social incluye capitalización de utilidades por $11,451,328 y de cuentas de actualización por $899,636.

Durante el año que terminó el 31 de diciembre de 2012, se adquirieron 27,084,540 (103,220,000 en 2011) acciones de **WALMEX** de las cuales 2,167,000 (4,390,000 en 2011) fueron canceladas por acuerdo en la asamblea de accionistas del 27 de marzo de 2012 (10 de marzo de 2011); dicha recompra implicó reducir el capital social histórico en $65,670 ($249,937 en 2011). La diferencia entre el valor teórico y el precio de adquisición de las acciones, se aplicó contra las utilidades acumuladas.

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

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, y al 1° de enero de 2011, el monto total de las cuentas fiscales relacionadas con el capital contable ascienden a $135,398,711, $124,540,698 y $117,570,192, respectivamente.

e. El fondo para el plan de acciones al personal está constituido por 252,607,096 acciones de **WALMEX**, las cuales se encuentran en un fideicomiso creado para tal fin.

El monto cargado a resultados por el costo de compensación durante el año que terminó el 31 de diciembre de 2012 y 2011 asciende a $342,957 y $296,686 respectivamente, el cual no representa una salida de recursos.

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

	Número de acciones	**Precio promedio ponderado (pesos)**
Saldo al 1° de enero de 2011	265,209,951	16.37
Asignadas	37,028,368	33.75
Ejercidas	(37,045,192)	12.48
Canceladas	(3,901,362)	23.81
Saldo al 31 de diciembre de 2011	261,291,765	19.27
Asignadas	37,202,679	39.79
Ejercidas	(41,817,426)	14.82
Canceladas	(6,031,950)	29.54
Saldo al 31 de diciembre de 2012	250,645,068	22.81
Acciones disponibles para asignación:		
Al 31 de diciembre de 2012	1,962,028	
Al 31 de diciembre de 2011	2,287,341	

Al 31 de diciembre de 2012, las acciones asignadas y ejercibles correspondientes al fondo para el plan de acciones, se integran como se muestra a continuación:

	Asignadas				**Ejercibles**	
Año	Número de acciones	Vida promedio remanente (en años)	Precio promedio ponderado (pesos)	Rango de precios (pesos)	Número de acciones	Precio promedio ponderado (pesos)
2003	8,362,426	0.2	6.35	5.78-6.88	8,362,426	6.35
2004	14,470,242	1.2	8.46	8.45-9.09	14,470,242	8.46
2005	19,645,536	2.2	9.90	9.90	19,645,536	9.90
2006	20,242,875	3.2	14.40	14.40-15.02	20,242,875	14.40
2007	18,137,697	4.2	21.55	21.55	18,137,697	21.55
2008	30,219,368	5.2	19.35	19.35	21,509,544	19.35
2009	40,583,656	6.2	15.95	15.85-22.80	17,852,578	15.97
2010	30,400,681	7.2	29.70	29.69-31.05	8,858,553	29.70
2011	32,815,617	8.2	33.75	33.70-33.75	3,742,956	33.75
2012	35,766,970	9.2	39.79	34.74-40.05	-	-
Total	250,645,068	5.7	22.81		132,822,407	16.14

15.- OTROS INGRESOS:

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, los otros ingresos que forman parte de la actividad principal de la Compañía se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011
Membresías	$ 1,211,604	$ 1,076,404
Ingresos de Banco Walmart	943,158	470,930
Rentas	793,180	769,567
Gasolina	337,154	337,818
Venta de desperdicio	311,639	285,478
Comisiones por servicios	269,884	226,200
Estacionamiento	159,921	193,132
Otros	232,661	210,820
Total	$ 4,259,201	$ 3,570,349

16.- INGRESOS FINANCIEROS – NETO:

Los ingresos (gastos) financieros – neto al 31 de diciembre de 2012 y 2011, se integra como sigue:

	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2011
Ingresos financieros		
Productos financieros	$ 1,235,714	$ 1,286,750
Utilidad (pérdida) en cambios	11,963	(2,557)
	1,247,677	1,284,193
Gastos financieros		
Intereses arrendamiento financiero	1,055,550	901,544
Intereses devengados por pasivo contingente	(206,932)	193,082
	848,618	1,094,626
Total	$ 399,059	$ 189,567

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

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

17.- INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS:

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

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

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

México:

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

Centroamérica:

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

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

	Año que terminó el 31 de diciembre de 2012			
Segmento	Total ingresos	Utilidad de operación	Ingresos financieros -neto	Utilidad antes de impuestos a la utilidad
México:				
Autoservicio	$ 341,480,071	$ 28,612,287	$ -	$ -
Servicios Financieros	943,158	(569,744)	-	-
Otros	19,365,540	3,270,504	-	-
Centroamérica:				
Autoservicio	56,262,232	1,459,727	-	-
Deterioro crédito mercantil y cancelación de pasivo contingente	-	(373,734)	-	-
Consolidado	$ 418,051,001	$ 32,399,040	$ 399,059	$ 32,798,099

	Año que terminó el 31 de diciembre de 2011			
Segmento	Total ingresos	Utilidad de operación	Ingresos financieros -neto	Utilidad antes de impuestos a la utilidad
México:				
Autoservicio	$ 311,178,982	$ 26,477,514	$ -	$ -
Servicios Financieros	470,930	(886,536)	-	-
Otros	17,377,991	2,283,842	-	-
Centroamérica:				
Autoservicio	49,821,886	1,715,710	-	-
Consolidado	$ 378,849,789	$ 29,590,530	$ 189,567	$ 29,780,097

	Año que terminó el 31 de diciembre de 2012			
Segmento	Adquisiciones de inmuebles, equipo y software	Depreciación y amortización	Total activo	Pasivos a corto plazo
México:				
Autoservicio	$ 10,539,380	$ 6,126,671	$ 145,087,260	$ 42,562,503
Servicios Financieros	68,350	32,761	5,271,426	4,436,619
Otros	894,838	921,973	16,827,486	3,549,776
Partidas no asignables	-	-	8,219,668	3,600,944
Centroamérica:				
Autoservicio	3,156,987	1,311,693	22,134,781	7,882,019
Crédito mercantil y pasivo contingente	-	-	24,745,086	131,685
Consolidado	$ 14,659,555	$ 8,393,098	$ 222,285,707	$ 62,163,546

	Año que terminó el 31 de diciembre de 2011			
Segmento	Adquisiciones de inmuebles, equipo y software	Depreciación y amortización	Total activo	Pasivos a corto plazo
México:				
Autoservicio	$ 14,228,423	$ 5,588,541	$ 143,893,542	$ 48,382,866
Servicios Financieros	52,490	43,114	3,919,820	3,117,445
Otros	877,260	735,710	13,951,767	2,730,346
Partidas no asignables	-	-	5,503,998	3,821,543
Centroamérica:				
Autoservicio	3,194,124	1,230,253	22,184,206	8,398,889
Crédito mercantil y pasivo contingente	-	-	29,768,097	124,275
Consolidado	$ 18,352,297	$ 7,597,618	$ 219,221,430	$ 66,575,364

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

18.- EFECTOS POR LA ADOPCIÓN DE NIIF:

a) Como se menciona en la Nota 1 inciso b sección II, a partir del 1° de enero de 2012, la Compañía cambió sus políticas contables conforme a NIIF, fijando el 1° de enero de 2011 como fecha de transición. La conciliación de los efectos por adopción de NIIF así como las reclasificaciones se muestra a continuación:

I) Conciliación del estado consolidado de situación financiera al 1° de enero de 2011 (fecha de transición a NIIF) entre NIF y NIIF:

	NIF	Efectos y reclasificaciones	Nota	NIIF
Activos				
Activos circulantes:				
Efectivo y equivalentes al efectivo	$ 24,661,050	$ -		$ 24,661,050
Cuentas por cobrar - neto	6,876,842	(255,653)	1	6,621,189
Inventarios	29,023,076	(691,930)	2	28,331,146
Pagos anticipados y otros	862,278	(54,374)	3	807,904
Suman activos circulantes	61,423,246	(1,001,957)		60,421,289
Activos no circulantes:				
Inmuebles y equipo - neto	102,300,004	(4,920,160)	4	97,379,844
Activos intangibles	-	30,973,204	5	30,973,204
Crédito mercantil	29,768,097	(29,768,097)	6	-
Otros activos no circulantes	1,316,221	(618,231)	7	697,990
Suman activos	$ 194,807,568	$ (5,335,241)		$ 189,472,327
Pasivos y capital contable				
Pasivos a corto plazo:				
Cuentas por pagar a proveedores	$ 37,999,509	$ -		$ 37,999,509
Otras cuentas por pagar	11,012,071	(17,276)	8	10,994,795
Impuestos por pagar	1,454,379	-		1,454,379
Deuda a corto plazo	259,567	-		259,567
Suman pasivos a corto plazo	50,725,526	(17,276)		50,708,250
Pasivos a largo plazo:				
Otros pasivos a largo plazo	13,532,992	20,933	9	13,553,925
Impuesto diferido	6,954,799	(1,434,953)	10	5,519,846
Beneficios a los empleados	734,641	(54,413)	11	680,228
Suman pasivos	71,947,958	(1,485,709)		70,462,249
Capital contable:				
Capital social	52,161,256	(5,991,789)		46,169,467
Reserva legal	4,718,199	(1,022,837)		3,695,362
Utilidades acumuladas	67,178,951	3,459,809		70,638,760
Otras partidas de utilidad integral	470,218	-		470,218
Prima en venta de acciones	2,292,985	(476,853)		1,816,132
Fondo para el plan de acciones al personal	(4,290,556)	182,138		(4,108,418)
Participación controladora	122,531,053	(3,849,532)		118,681,521
Participación no controladora	328,557	-		328,557
Suma capital contable	122,859,610	(3,849,532)	12	119,010,078
Suman pasivos y capital contable	$ 194,807,568	$ (5,335,241)		$ 189,472,327

II) Conciliación del estado consolidado de situación financiera al 31 de diciembre de 2011 entre NIF y NIIF:

	NIF	Efectos y reclasificaciones	Nota	NIIF
Activos				
Activos circulantes:				
Efectivo y equivalentes al efectivo	$ 25,166,386	$ -		$ 25,166,386
Cuentas por cobrar - neto	11,114,643	(214,402)	1	10,900,241
Inventarios	40,163,158	(827,453)	2	39,335,705
Pagos anticipados y otros	1,015,530	(71,024)	3	944,506
Suman activos circulantes	77,459,717	(1,112,879)		76,346,838
Activos no circulantes:				
Inmuebles y equipo - neto	116,679,663	(5,307,165)	4	111,372,498
Activos intangibles	-	31,068,969	5	31,068,969
Crédito mercantil	29,768,097	(29,768,097)	6	-
Otros activos no circulantes	1,118,909	(685,784)	7	433,125
Suman activos	$ 225,026,386	$ (5,804,956)		$ 219,221,430
Pasivos y capital contable				
Pasivos a corto plazo:				
Cuentas por pagar a proveedores	$ 50,853,686	$ -		$ 50,853,686
Otras cuentas por pagar	13,660,337	(19,176)	8	13,641,161
Impuestos por pagar	2,080,517	-		2,080,517
Suman pasivos a corto plazo	66,594,540	(19,176)		66,575,364
Pasivos a largo plazo:				
Otros pasivos a largo plazo	16,387,060	20,632	9	16,407,692
Impuesto diferido	7,866,066	(1,679,900)	10	6,186,166
Beneficios a los empleados	900,112	(30,981)	11	869,131
Suman pasivos	91,747,778	(1,709,425)		90,038,353
Capital contable:				
Capital social	51,923,717	(5,957,138)		45,966,579
Reserva legal	5,695,720	(1,022,837)		4,672,883
Utilidades acumuladas	75,645,235	3,221,058		78,866,293
Otras partidas de utilidad integral	1,692,180	(52,618)		1,639,562
Prima en venta de acciones	2,344,473	(432,715)		1,911,758
Fondo para el plan de acciones al personal	(4,338,893)	148,719		(4,190,174)
Participación controladora	132,962,432	(4,095,531)		128,866,901
Participación no controladora	316,176	-		316,176
Suma capital contable	133,278,608	(4,095,531)	12	129,183,077
Suman pasivos y capital contable	$ 225,026,386	$ (5,804,956)		$ 219,221,430

III) Conciliación del estado consolidado de resultados integrales por el año que terminó el 31 de diciembre de 2011 entre NIF y NIIF:

	NIF	Efectos y reclasificaciones	Nota	NIIF
Ventas netas	$ 379,021,488	$ (3,742,048)	13	$ 375,279,440
Otros ingresos	1,885,152	1,685,197	14	3,570,349
Total ingresos	380,906,640	(2,056,851)		378,849,789
Costo de ventas	(297,208,119)	3,467,971	15	(293,740,148)
Utilidad bruta	83,698,521	1,411,120		85,109,641
Gastos generales	(53,619,890)	(1,954,877)	16	(55,574,767)
Utilidad antes de otros (gastos) productos - neto	30,078,631	(543,757)		29,534,874
Otros (gastos) productos - neto	(71,491)	127,147	17	55,656
Utilidad de operación	30,007,140	(416,610)		29,590,530
Ingresos (gastos) financieros - neto	190,961	(1,394)	18	189,567
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	30,198,101	(418,004)		29,780,097
Impuestos a la utilidad	(7,939,614)	244,201	19	(7,695,413)
Utilidad neta consolidada	$ 22,258,487	$ (173,803)		$ 22,084,684
Utilidad atribuible a:				
Participación controladora	$ 22,253,848	$ (173,803)		$ 22,080,045
Participación no controladora	4,639	-		4,639
	$ 22,258,487	$ (173,803)		$ 22,084,684

IV) Notas explicativas a la conciliación del estado consolidado de situación financiera al 31 de diciembre de 2011 y al 1° de enero de 2011, y a la conciliación del estado consolidado de resultados integrales por el año que terminó el 31 de diciembre de 2011.

1- Cuentas por cobrar -neto

Los depósitos en garantía se reclasifican al rubro de otros activos no circulantes; adicionalmente se tiene un efecto de NIIF en la cuenta por cobrar de siniestros, por el cambio del valor de los activos fijos.

	Enero 1°, 2011	Diciembre 31, 2011
Depósitos en garantía	$ (255,653)	$ (207,814)
Cuentas por cobrar de siniestros	-	(6,588)
	$ (255,653)	$ (214,402)

2- Inventarios

El cambio radica en el reconocimiento de las rebajas permanentes, de conformidad con la NIC 2 "Inventarios". El cambio en el inventario, representa la reversión de las rebajas permanentes no vendidas a la fecha del estado consolidado de situación financiera.

Adicionalmente, las bonificaciones sobre compras de los centros de distribución se difirieron y registraron contra utilidades acumuladas y serán reconocidos en resultados de acuerdo al desplazamiento de los inventarios que les dieron origen.

	Enero 1°, 2011	Diciembre 31, 2011
Rebajas permanentes	$ 282,253	$ 333,844
Diferimiento de bonificaciones	(974,183)	(1,161,297)
	$ (691,930)	$ (827,453)

3- Pagos anticipados y otros

Las contraprestaciones pagadas por firma de contratos de arrendamiento con terceros se reclasifican al rubro de otros activos no circulantes.

	Enero 1°, 2011	Diciembre 31, 2011
Contraprestaciones	$ (54,374)	$ (71,024)

4- Inmuebles y equipo - neto

Para efectos de cumplir con la NIC 16 "Propiedades, planta y equipo" la Compañía cambió en forma retrospectiva el método de clasificación por componentes y vidas útiles de los edificios y las construcciones e instalaciones en inmuebles arrendados aumentando la depreciación acumulada.

Se revisó la base de datos de contratos de arrendamiento identificando algunos que califican como financieros con los nuevos criterios que utiliza la Compañía.

Se reclasificó el software al rubro de activos intangibles.

	Enero 1°, 2011	Diciembre 31, 2011
Depreciación acumulada	$ (4,663,845)	$ (4,992,969)
Arrendamiento financiero	20,534	22,054
Software	(276,849)	(336,250)
	$ (4,920,160)	$ (5,307,165)

5- Activos intangibles

Reclasificación a activos intangibles de los siguientes conceptos que se presentaban en diferentes rubros en el estado consolidado de situación financiera como se menciona a continuación:

- En el estado consolidado de situación financiera se presentaba por separado el crédito mercantil.

- Las licencias, marcas, patentes y regalías formaban parte del rubro de otros activos.

- El software se presentaba anteriormente en el rubro de inmuebles y equipo – neto.

	Enero 1°, 2011	Diciembre 31, 2011
Crédito mercantil	$ 29,768,097	$ 29,768,097
Licencias, marcas, patentes y regalías	928,258	964,622
Software	276,849	336,250
	$ 30,973,204	$ 31,068,969

6- Crédito mercantil

Los importes de este rubro se reclasificaron a activos intangibles.

7- Otros activos no circulantes

En este rubro se reclasificaron los depósitos en garantía y las contraprestaciones; por otro lado se reclasificaron de este rubro los activos intangibles por licencias, marcas, patentes y regalías.

	Enero 1°, 2011	Diciembre 31, 2011
Depósitos en garantía	$ 255,653	$ 207,814
Contraprestaciones	54,374	71,024
Activos intangibles	(928,258)	(964,622)
	$ (618,231)	$ (685,784)

8- Otras cuentas por pagar

De conformidad con la NIC 19 "Beneficios a los empleados", se reclasifica el pasivo a corto plazo de los beneficios a empleados por terminación al pasivo a largo plazo, presentándose en el rubro de beneficios a los empleados. Así también se revisó la base de datos de contratos de arrendamiento identificando algunos que califican como financieros con los nuevos criterios que utiliza la Compañía.

	Enero 1°, 2011	Diciembre 31, 2011
Reclasificación a beneficios a empleados a largo plazo	$ (17,552)	$ (19,179)
Arrendamiento financiero	276	301
Otros	-	(298)
	$ (17,276)	$ (19,176)

9- Otros pasivos a largo plazo

Se revisó la base de datos de contratos de arrendamiento identificando algunos que califican como financieros con los nuevos criterios que utiliza la Compañía.

	Enero 1°, 2011	Diciembre 31, 2011
Arrendamiento financiero	$ 20,933	$ 20,632

10- Impuesto diferido

Debido a la adopción de las NIIF, la Compañía recalculó el impuesto diferido con base en el cambio de las diferencias temporales entre los saldos contables y fiscales de inmuebles y equipo, inventarios y beneficios a los empleados. El efecto de este impuesto se registró contra las utilidades acumuladas por el impacto en los valores contables a los rubros afectados.

	Enero 1°, 2011	Diciembre 31, 2011
Inmuebles y equipo	$ (1,164,289)	$ (1,346,558)
Inventarios	(292,254)	(348,389)
Beneficio a los empleados	21,590	15,047
	$ (1,434,953)	$ (1,679,900)

11- Beneficios a los empleados

Conforme a la NIC 19, los beneficios por terminación se reconocen como un pasivo solo cuando se tenga un plan formal, de lo contrario se cargan a resultados en el momento en que se conocen. Así también las pérdidas y ganancias actuariales por terminación se reconocen conforme se devenguen directamente en el estado consolidado de resultados integral.

WALMEX reconoció los beneficios por terminación laboral, de conformidad con la nueva NIC 19, que entra en vigor a partir del 1° de enero de 2013, la cual permite su aplicación anticipada. Adicionalmente se está incorporando el pasivo a corto plazo de esta obligación.

	Enero 1°, 2011	Diciembre 31, 2011
Reclasificación del pasivo a corto plazo	$ 17,552	$ 19,179
Efecto de NIIF de beneficio por terminación	(71,965)	(102,778)
Pérdida actuarial	-	52,618
	$ (54,413)	$ (30,981)

12- Capital contable

De conformidad con la NIC 29 "Información financiera en economías hiperinflacionarias", se eliminaron del capital contable, los efectos acumulados de inflación de 1999 a 2007, dado que no se consideran como periodos económicos hiperinflacionarios.

	Enero 1°, 2011	Diciembre 31, 2011
Capital social	$ (5,991,789)	$ (5,957,138)
Reserva legal	(1,022,837)	(1,022,837)
Otras partidas de utilidad integral	-	(52,618)
Prima en venta de acciones	(476,853)	(432,715)
Fondo para el plan de acciones al personal	182,138	148,719
Total actualización	$ (7,309,341)	$ (7,316,589)

Asimismo, los efectos en las utilidades acumuladas por la adopción de NIIF son como sigue:

	Enero 1°, 2011	Diciembre 31, 2011
Actualización	$ 7,309,341	$ 7,316,589
Inventarios	(691,930)	(827,453)
Inmuebles y equipo	(4,663,845)	(4,999,557)
Beneficios a los empleados	71,965	50,157
Impuesto diferido	1,434,953	1,679,900
Arrendamiento financiero	(675)	1,422
	$ 3,459,809	$ 3,221,058

13- Ventas netas

El costo de tiempo aire por $(3,742,048) se reclasificó a ventas netas para presentar el ingreso neto en lugar del ingreso total.

14- Otros ingresos

Adicional a los ingresos por membresías y a los intereses del Banco Walmart, se reconocen en este rubro los siguientes ingresos:

	Diciembre 31, 2011
Ingresos por renta	$ 769,567
Comisiones por servicio	226,200
Ventas de desperdicio	285,478
Estacionamiento	193,132
Otros ingresos	210,820
	$ 1,685,197

15- Costo de ventas

Los efectos y reclasificaciones al costo de ventas se muestran a continuación:

	Diciembre 31, 2011
Efectos:	
Diferimiento de bonificaciones de proveedores	$ (200,433)
Rebajas permanentes	65,688
	(134,745)
Reclasificaciones:	
Tiempo aire	3,742,048
Costo de ventas de otros ingresos	(127,049)
Cancelación provisión ejercicios anteriores	(17,782)
Otros	5,499
	3,602,716
	$ 3,467,971

16- Gastos generales

Los efectos y reclasificaciones en gastos generales se muestran a continuación:

	Diciembre 31, 2011
Efectos:	
Depreciación	$ (259,715)
Beneficio a los empleados	30,811
Arrendamiento financiero	544
	(228,360)
Reclasificaciones:	
Otros ingresos	(1,685,197)
Otros ingresos no operativos	(402,394)
Costo de ventas de otros ingresos	127,049
Cancelación provisión ejercicios anteriores	326,510
PTU	(92,485)
	(1,726,517)
	$ (1,954,877)

17- Otros (gastos) productos– neto

Se reclasificaron a gastos generales la PTU y las cancelaciones por provisiones de ejercicios anteriores. Adicionalmente se tiene un efecto de NIIF por la pérdida por bajas de inmuebles y equipo.

	Diciembre 31, 2011
PTU	$ 92,485
Reclasificación cancelación provisión ejercicios anteriores	(308,728)
Otros ingresos no operativos	402,394
Pérdida por bajas de inmuebles y equipo	(53,505)
Otros	(5,499)
	$ 127,147

18- Ingresos (gastos) financieros – neto.

Se revisó la base de datos de contratos de arrendamiento identificando algunos que califican como financieros con los nuevos criterios que utiliza la Compañía. El efecto por intereses fue de $(1,394).

19- Impuestos a la utilidad

El impuesto diferido del periodo fue recalculado derivado del cambio en las diferencias temporales contables y fiscales del estado consolidado de situación financiera, mencionadas anteriormente.

b) Excepciones y exenciones en la adopción de NIIF

Las excepciones obligatorias mencionadas en la NIIF 1, no le son aplicables a la Compañía.

A continuación se mencionan las exenciones que aplicó la Compañía:

Combinación de negocios
La Compañía no aplicó de forma retroactiva la NIIF 3 a las combinaciones de negocios realizadas en el pasado, la Compañía mantuvo los valores de la adquisición de Walmart Centroamérica a la fecha de transición, así como el crédito mercantil.

Costo atribuido
La Compañía decidió reconocer como costo atribuido de ciertos activos el valor en libros a la fecha de transición (1° de enero de 2011).

Pérdidas y ganancias actuariales
Para la exención de reconocer todas las pérdidas o ganancias actuariales por servicios pasados de los beneficios a los empleados, la Compañía las aplicó contra utilidades acumuladas.

Diferencias de conversión acumuladas
Debido a que las operaciones que se tienen en el extranjero son de reciente adquisición, la Compañía decidió mantener los valores en forma separada en el capital contable.

19.- NUEVOS PRONUNCIAMIENTOS CONTABLES:

A continuación se mencionan las nuevas normas emitidas por el IASB con vigencia a partir del 1° de enero de 2013, permitiendo su aplicación anticipada:

a. NIIF 10 "Estados financieros consolidados"; esta norma se basa en un único modelo de control aplicable a cualquier entidad (incluyendo las entidades con cometido específico), esta norma sustituye a la NIC 27 "Estados financieros consolidados y separados" y a la SIC 12 "Consolidación- entidades de cometido específico".

b. NIIF 11 "Acuerdos conjuntos"; esta norma define la contabilización de los acuerdos regidos por control conjunto. La opción de aplicar el método de integración proporcional queda eliminada para los negocios conjuntos (entendidos bajo su nueva definición), esta norma sustituye a la NIC 31 "Participación en negocios conjuntos" y a la SIC 13 "Entidades controladas conjuntamente- aportaciones no monetarias de los participantes".

c. NIIF 12 "Información a revelar sobre participaciones en otras entidades"; esta norma reúne en una norma todos los requerimientos de desgloses referentes a subsidiarias, acuerdos conjuntos, asociadas y entidades estructuradas.

d. NIIF 13 "Medición del valor razonable"; esta norma define el concepto de valor razonable y requiere revelaciones sobre las mediciones del valor razonable.

La aplicación de estas nuevas NIIF no tienen efecto material en los estados financieros de la Compañía.

20.- APROBACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS:

Los estados financieros y sus notas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2012 y 2011, fueron aprobados el 1° de febrero de 2013 para su emisión y publicación por la Administración de la Compañía y deberán ser aprobados posteriormente por el Consejo de Administración y la Asamblea de Accionistas de la Compañía.

Lineamientos GRI

1. Guía del Informe

El reporte fue estructurado siguiendo los principales lineamientos publicados por la Global Reporting Initiative (GRI). En Walmart de México y Centroamérica buscamos dar continuidad a la publicación clara y transparente de nuestro desempeño y, en esta edición, publicamos de acuerdo con la Guía 3.1, con un nivel de aplicación A Self Declared.

2. Alcance del Informe

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

3. Periodo del Reporte

La información incluida en este reporte corresponde al periodo comprendido del 1° de enero de 2012 al 31 de diciembre de 2012.

4. Grupos de Interés

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

Nivel A: clientes, asociados, accionistas, proveedores y comunidad.
Nivel B: organizaciones sociales, empresariales, competidores, etc.

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

NA- No aplica ND- No disponible %M- Porcentaje de mujeres %H- Porcentaje de hombres

INDICADORES DE DESEMPEÑO

ECONÓMICO

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EC1 Valor económico	**Valor económico directo generado (VEG)**				
	- Total ingresos	MX$ 329,028	MX$ 361,789	MX$ 49,822	MX$ 56,262
	Valor económico distribuido (VED)				
	Costos operativos	MX$ 254,629	MX$ 278,857	MX$ 39,112	MX$ 44,597
	Inversiones en la comunidad (recursos canalizados)	MX$ 554.09	MX$581.6	MX$ 15.24	MX$ 42.61
EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.		La estrategia de Walmart de México y Centroamérica, a través de los objetivos corporativos, comunicaciones internas/externas periódicas, contempla las evaluaciones de riesgos y oportunidades, y las iniciativas para la eficiencia energética y la reducción de GEI. Todas las iniciativas pasan por un proceso de revisión riguroso para asegurar su alineación con la estrategia general del negocio de Wal-Mart antes de su aprobación. Los riesgos y las oportunidades se evalúan a nivel empresa, del mercado y los activos en función del alcance de su impacto. De forma continua se recopila información para identificar los riesgos o las oportunidades de la más amplia gama posible de fuentes, entre ellas: oficina corporativa, asociados en piso de venta, contactos en la industria, empresas consultoras, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, agencias de noticias, organizaciones profesionales, legisladores, inversionistas y miembros de la comunidad financiera. Riesgos: • Incremento de costos de energía. • Mayor impacto y frecuencia en desastres naturales en zonas donde se encuentren tiendas, afectando su operación. • Incremento en los costos de materias primas y de los productos por limitaciones en la disponibilidad de recursos no renovables, como agua e insumos agrícolas. • Legislación sobre cambio climático. • Impuestos o límites regulatorios para emisiones de GEI. Oportunidades: • Suministro de energía renovable. • Incentivos económicos para la reducción de emisiones GEI. • Menor dependencia del abastecimiento de agua de la red e incremento en el porcentaje de reuso de agua. • Optimizar el uso de materias primas, en particular de empaques. • Incrementar la eficiencia en la red de logística y la reducción de viajes. • Reducir viajes de asociados mediante teleconferencias.			
EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Planes de jubilación	**Plan de Pensiones conforme a ley** El Seguro Social les otorga a los empleados jubilados una pensión por cesantía en edad avanzada o vejez Requisitos: 60 ó 65 años de edad. Con Ley 1973, deben tener 500 semanas cotizadas como mínimo y con Ley 1997 deben tener 1,250 semanas. Como beneficio adicional, la empresa otorga al jubilado en el momento de la baja 3 meses de sueldo. Está normado en política de bajas.	**Plan de Pensiones conforme a ley** El Seguro Social les otorga a los empleados jubilados una pensión por cesantía en edad avanzada o vejez Requisitos: 60 ó 65 años de edad. Con Ley 1973, deben tener 500 semanas cotizadas como mínimo y con Ley 1997 deben tener 1,250 semanas. Como beneficio adicional, la empresa otorga al jubilado en el momento de la baja 3 meses de sueldo. Está normado en política de bajas.	Plan de Pensiones conforme a la ley de cada país.	Plan de Pensiones conforme a la ley de cada país.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

ECONÓMICO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EC3 **Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.**	**Otros programas**				
	Total de asociados beneficiados	164,260 %M %H	%M %H		%M %H
	- Transferencias / Reubicaciones	7,354 51% 49%	6,327 52% 48%	ND	3,254 34% 66%
	- Site Balance de Vida (no. visitas)	105,686	236,833		No está implementado en CAM
	Víctimas de desastres naturales y emergencias				
	- Asociados apoyados	378	-	14	29
	- Monto de apoyo	MX$ 2.8	-	$ 31,933	$239,123
	Convenios				
	- Asociados beneficiados	164,260	-	-	-
	- Convenios	289	360		-
	- Ahorros generados por convenios	MX$ 26.9	MX$46.3	-	-
	Apoyo del IMSS (campañas integrales de vacunación, credencialización y orientación)				
	- Asociados beneficiados	24,023	47,973	**-**	**-**
		• Comedor saludable en instalaciones de Azcapotzalco: más de 1,200 asociados beneficiados. • Máquinas expendedoras de productos saludables en los cinco edificios corporativos. • Nutriólogo disponible en oficinas Toreo. • Difusión de menús saludables otorgados por el IMSS. • Mi Programa de Sustentabilidad (MPS) para asociados en staff con el objetivo de mejorar hábitos que generan un impacto positivo en su calidad de vida y en beneficio de la comunidad. • Desarrollo de programa Comienza Hoy, Vive Sano, enfocado en salud, estrés y alimentación de asociados.	• Comedor saludable en instalaciones de Azcapotzalco: más de 1,200 asociados beneficiados. • Nutriólogo disponible en oficinas Toreo. • Difusión de menús saludables otorgados por el IMSS. • Mi Programa de Sustentabilidad (MPS) para asociados en staff con el objetivo de mejorar hábitos que generan un impacto positivo en su calidad de vida y en beneficio de la comunidad. • Desarrollo de programa Comienza hoy, vive sano, enfocado en salud, estrés y alimentación de asociados.	• Además del apoyo económico a los asociados víctimas de desastres naturales, durante la emergencia le empresa entregó canastas de alimentos para sus familias (diario), tarjetas de regalo para suplir las necesidades más inmediatas; hospedaje en hoteles para los que perdieron sus casas.	ND
EC4 **Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.**		No recibimos ayuda financiera de los gobiernos.	No recibimos ayuda financiera de los gobiernos.	No recibimos ayuda financiera de los gobiernos.	No recibimos ayuda financiera de los gobiernos.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

ECONÓMICO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EC5 Relaciones salariales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.		La empresa cumple con los salarios establecidos por las autoridades.	La empresa cumple con los salarios establecidos por las autoridades. Dependiendo del área geográfica, nuestro tabulador general se ubica entre 17% y 27% por encima del promedio del salario mínimo profesional.	Todos los países de CAM tienen un salario mínimo de ley. La empresa cumple con los salarios establecidos por las autoridades.	Todos los países de CAM tienen un salario mínimo de ley. La empresa cumple con los salarios establecidos por las autoridades. El salario mínimo en cada país es igual al punto mínimo de contratación tanto para hombres como para mujeres en los puestos más básicos de la empresa.
	Se consideró el puesto de menor rango en la empresa sujeto a sueldo base exclusivamente (no propinas ni comisiones) y que corresponde a auxiliar de limpieza.		La mayor población de asociados se encuentra en el DF, Guadalajara y Monterrey. En todos los lugares con operaciones significativas existe salario mínimo como sueldo base.		
EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	**% mercancía que se compra en México/CAM**	95%	95%	96%	95%
	Total de proveedores	21,538	22,817	6,470	5,767
	- % proveedores nacionales	85%	85%	61%	59%
	Medi-Mart				
	Laboratorios nacionales	17	16	NA	NA
	Laboratorios extranjeros	7	9	NA	NA
	- Total de productos activos	326	340	NA	NA
	- Nuevos lanzamientos de producto	20	40	NA	NA
	- Medi-Mart: ahorros en medicamentos	MX$ 1,426	MX$ 1,483	NA	NA
	Marcas Estratégicas				
	Productos	1,171	1,685	1,200	1,167
	Proveedores	206	236	144	189
	- % proveedores nacionales/regionales	82%	77%	80%	84%
	- % venta proveedores nacionales/ regionales	95%	97%	88%	88%
	- % venta que representa ME	5.2%	7.6%	11.7%	11%
	- % proveedores de importación	19%	23%	20%	16%

INDICADORES DE DESEMPEÑO

ECONÓMICO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas .	**Frutas y Verduras**				
	- % compra a proveedores nacionales/ regionales	94%	89.7%	52%	77%
	- % compra de producto nacional/regional	84%	80.2%	80%	77%
	- % compra directa al productor	82%	67%	65% (incluye Tierra Fértil)	58% (incluye Tierra Fértil)
	- % compra directa de importación	ND	10.3%	20%	17%
	Carnes				
	- % compra a proveedores nacionales/ regionales	91%	88%	95%	95%
	- % compra de producto nacional/regional		91%	90%	95%
	- % compra directa al productor	66.9%	87.7%	80%	85%
	- % compra directa de importación	8.9%	8.9%	55%	15%
	Pescados y Mariscos				
	- % compra a proveedores nacionales/ regionales	92.7%	95%	52%	47%
	- % compra de producto nacional/regional	21.4%	37.7%	50%	50%
	- % compra directa al productor	ND	18.3%	40%	40%
	- % compra directa de importación	7.3%	5%	60%	60%
	Aves				
	- % proveedores nacionales	-	-	95%	95%
	- % compra directa al productor	-	-	50%	50%
	Definición del término "local"	Proveedor local: aquel que distribuye su producto o servicio en su estado o región de origen (ej., proveedores veracruzanos en tiendas de Veracruz)	Proveedor local: aquel que distribuye su producto o servicio en su estado o región de origen (ej., proveedores veracruzanos en tiendas de Veracruz)	Se identifica como proveedor "local" a aquel que vende en el país. Éste puede ser fabricante, distribuidor o importador.	Se identifica como proveedor "local" a aquel que vende en el país. Éste puede ser fabricante, distribuidor o importador.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

ECONÓMICO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas .	Informe si la organización cuenta con una política o prácticas habituales de preferencia hacia proveedores locales.	No existen condiciones preferenciales para proveedores locales; contamos con programas para incorporar y desarrollar proveedores locales. (ej., Ferias Regionales, programas de consultoría PyME y la incorporación de proveedores locales como proveedores tipo 70). Barra Crosby - permite al proveedor estibar tarimas en la caja del tráiler, reduciendo su flotilla a la mitad. Entrega a granel - sin tarima, reduciendo costo transporte. Ferias Regionales - trato preferencial, coordinación y facilitación de entrega a Cedis. Comunidades -capacitación en Cedis y distribución, trato preferencial comercialización de productos.	No existen condiciones preferenciales para proveedores locales, aunque sí contamos con programas que buscan incorporar y desarrollar proveedores locales a nuestra base de proveeduría. (ej. ferias regionales, programas de consultoría PyME y la incorporación de proveedores locales como proveedores tipo 70). Acceso a programas con apoyo de la Secretaría de Economía como: Instalación de SAP Business One. Consultoría de Negocios COMPITE.	No existen condiciones preferenciales para proveedores locales, aunque sí contamos con dos programas que buscan incorporar y desarrollar proveedores locales en el portafolio: Una Mano para Crecer (proveedores de manufactura) y Tierra Fértil (proveedores agroindustriales).	No existen condiciones preferenciales para proveedores locales, aunque sí contamos con dos programas que buscan incorporar y desarrollar proveedores locales en el portafolio: Una Mano para Crecer (proveedores de manufactura) y Tierra Fértil (proveedores agroindustriales).
	Factores que influyen en la selección de proveedores además de su ubicación geográfica.	Innovación, costo competitivo vs. el mercado, capacidad de entrega, cumplimiento con las normas legales, de calidad y sanitarias requeridas para el producto, prácticas sustentables para contribuir a la mejora del medio ambiente y en la comunidad.	Innovación, costo competitivo vs. el mercado, capacidad de entrega, cumplimiento con las normas legales, de calidad y sanitarias requeridas para el producto, prácticas sustentables para contribuir a la mejora del medio ambiente y en la comunidad.	Innovación, costo competitivo vs. el mercado, capacidad de entrega, cumplimiento con las normas legales, de calidad y sanitarias requeridas para el producto, prácticas sustentables para contribuir a la mejora del medio ambiente y en la comunidad.	Innovación, costo competitivo vs. el mercado, capacidad de entrega, cumplimiento con las normas legales, de calidad y sanitarias requeridas para el producto, prácticas sustentables para contribuir a la mejora del medio ambiente y en la comunidad.
EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.		Contamos con una política que apoya la diversidad, por lo que el proceso de contratación se enfoca en buscar el mejor candidato para ocupar la plaza, independientemente de si es o no residente local. • Proceso: entrevistas, selección, evaluaciones psicométricas, entrevista con el comité del negocio, selección, oferta económica, documentos, integración de expediente, ingreso, bienvenida e inicio de entrenamiento.	En la compañia contamos con una política que apoya la diversidad, por lo que el proceso de contratación se enfoca en buscar el mejor candidato para ocupar la plaza, independientemente de si es o no residente local. • Proceso: entrevistas, selección, evaluaciones psicométricas, entrevista con el comité del negocio, selección, oferta económica, documentos, integración de expediente, ingreso, bienvenida e inicio de entrenamiento.	Por ley se debe dar preferencia a residentes locales en cada país. Esto sólo aplica para territorio nacional, no para divisiones políticas del país (provincias, departamentos, etc).	Por ley se debe dar preferencia a residentes locales en cada país. Esto sólo aplica para territorio nacional, no para divisiones políticas del país (provincias, departamentos, etc).
	Nacionalidad				
	-Mexicana / centroamericana	98%	99.9%	99%	99%
	- Extranjera / expatriado	2.04%	0.1%	1%	0.1%
	Definición de "alta dirección"	La alta dirección contempla los niveles de Subdirección, Dirección y Vicepresidencia.	La alta dirección contempla los niveles de Subdirección, Dirección y Vicepresidencia.	La alta dirección contempla los niveles de Subdirección, Dirección y Vicepresidencia.	La alta dirección contempla los niveles de Subdirección, Dirección y Vicepresidencia.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

ECONÓMICO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EC8 Desarrollo e impacto de las inversiones, principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales.	**Proveedores**				
	Programa de Desarrollo PyME				
	- % PyME en proveeduría	70%	67%	60%	51%
	Participantes en sesiones informativas	-	123	1659	1,000
	Participantes en seminarios	200	-	ND	
	Participantes en capacitación	88	-	17 sesiones	489 en 20 sesiones
	Nuevos Proveedores PyME				
	- Ventas nuevos proveedores	MX$ 5	MX$ 25.3	ND	-
	- Asesorías de proveeduría Walmart	-	1,000 horas hombre	ND	-
	- Nuevos proveedores	35	73	75	287
	- Artículos de nuevos proveedores	142	565	ND	-
	Ferias Regionales				
	- Ferias	10	4	5	5 rondas de negocio
	-Tiendas participantes	143	114	ND	-
	- Proveedores participantes	+200	91	1,170	139 empresas
	- Artículos	900	349	ND	-
	- Ventas derivadas de las ferias	MX$ 20.7	MX$29.5	ND	-
	CAT-MEX				
	- Sinergias con proveedores nacionales	74	72	7	-
	- Nuevas sinergias	2	5	0	-
	- Productos desarrollados	7,726	8,745	92	-
	-Prendas inspeccionadas	33.1 millones	47.3 millones	65,832	-
	- Marcas estratégicas abastecidas por CAT-MEX	16	16	4	-
				Programa Tierra Fértil	**Programa Tierra Fértil**
				• Pequeños y medianos agricultores impulsados 3,774	• Pequeños y medianos agricultores impulsados 3,408
				• Familias beneficiadas 8,412	• Familias beneficiadas 7,338
				• Compras generadas: MX$ 0.9	• Compras generadas: MX$986.1
				Programa Una Mano para Crecer	**Programa Una Mano para Crecer**
				• Proveedores 576	• Proveedores 549
					• % venta total 44.7%

INDICADORES DE DESEMPEÑO

ECONÓMICO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	**Mejorar la calidad de vida**				
	Aperturas	365	263	76	22
	Nuevas oportunidades laborales (contrataciones y transferencias) Empleos generados	18,226	61,428	135	7,213
			• Disponibilidad de medicamentos, productos y servicios para personas con bajos ingresos, contribuyendo a mejorar su salud y capacidad económica. • Fomentamos una conciencia social en temas de sustentabilidad y apoyo comunitario. • Fortalecemos diversos sectores como la industria textil.		• Disponibilidad de medicamentos, productos y servicios para personas con bajos ingresos, contribuyendo a mejorar su salud y capacidad económica. • Fomentamos una conciencia social en temas de sustentabilidad y apoyo comunitario.
	Satisfacción del cliente				
		• Doble Garantía de Frescura, programa que garantiza al cliente la devolución del importe pagado y un producto similar en caso de que el perecedero no le satisfaga. • Centro de Atención Telefónica (CAT) o *call center* para información, comentarios y sugerencias de clientes. (Ver PR5)	• Doble Garantía de Frescura, programa que garantiza al cliente la devolución del importe pagado y un producto similar en caso de que el perecedero no le satisfaga. • Contamos con un Centro de Atención Telefónica (CAT) o *call center* para información, comentarios y sugerencias de clientes. (Ver PR5)	El Servicio de Atención al Cliente (SAC) o *call center* empezó a operar en toda la región en 2010 para atender dudas, sugerencias o quejas de clientes. (Ver PR5)	El Servicio de Atención al Cliente (SAC) o *call center* empezó a operar en toda la región en 2010 para atender dudas, sugerencias o quejas de clientes. (Ver PR5)
	Desarrollo de proveedores				
		Trabajamos de cerca con proveedores de todos los tamaños, que empiezan mostrando su producto en diversas tiendas (ej. ferias). Si su producto es rentable, se muestra en todas las tiendas del formato. El impacto en las PyMEs (muchas de ellas de carácter familiar) es el crecimiento en productividad, rentabilidad, equipamiento y número de empleados, entre otros.	Trabajamos de cerca con proveedores de todos los tamaños, que empiezan mostrando su producto en diversas tiendas (ej. ferias). Si su producto es rentable, se muestra en todas las tiendas del formato. El impacto en las PyMEs (muchas de ellas de carácter familiar) es el crecimiento en productividad, rentabilidad, equipamiento y número de empleados, entre otros.	Trabajamos de cerca con proveedores de todos los tamaños, que empiezan mostrando su producto en diversas tiendas (ej. ferias). Si su producto es rentable, se muestra en todas las tiendas del formato. El impacto en las PyMEs (muchas de ellas de carácter familiar) es el crecimiento en productividad, rentabilidad, equipamiento y número de empleados, entre otros.	Trabajamos de cerca con proveedores de todos los tamaños, que empiezan mostrando su producto en diversas tiendas (ej. ferias). Si su producto es rentable, se muestra en todas las tiendas del formato. El impacto en las PyMEs (muchas de ellas de carácter familiar) es el crecimiento en productividad, rentabilidad, equipamiento y número de empleados, entre otros.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.	**Materiales consumidos**				
	No renovables			234,099 kg (1)	
	- Diesel	2,481,556 kg	3,222,291 kg	586,683 kg (1)	ND
	- Gas natural	20,355,563 kg	27,096,857 kg	-	-
	- Gas LP	43,388,695 kg	45,942,077 kg	1,171,052 kg (1)	1,161,525 kg (2)
	Directos				
	- Papel bond (impresiones, TAB)	37,638,928 kg	7,899,887 kg	301,364 kg (1)	237,600 kg (2)
	- Papel sanitario	1,609,000 kg	771,470 kg	ND	97,862 kg (2)
	- Químicos	3,109,197 kg	805,624 kg	36,421 kg	97,955 kg
	- Plástico (playo y bolsas)	13,753,155 kg	14,246,93 kg	242,892 kg (1)	262,922 kg
	- Madera	209,300 kg	400,000 kg	ND	-
	Volumen o peso total de materiales consumidos	120,063,838 kg	99,613,670 kg	2,572,510 kg	2,360,242 kg
	No renovables				
	- Combustibles fósiles	66,225,148 kg	76,261,225 kg	1,757,735 kg	1,663,903 kg
	- Plásticos	13,753,155 kg	14,246,933 kg	242,892 kg	262,922 kg
EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados / reciclados.	**Plástico**	**Reciclaje del material**			**Reciclaje del material**
	- Plástico (bolsas con 30% resina reciclada)	3,735,046 kg 27%	4,086,749 kg	ND	741,598.2 kg 30 %
	- Playo recuperado para reciclaje	9,971,553 kg 73%	11,389,979 kg	ND	ND
	Madera				
	- Tarimas reparadas y reacondicionadas	ND ND	904,755 piezas 1,085,706 m3	ND	ND
	Papel				
	- Papel bond	34,714,260 kg 92%	4,561,897 kg	ND	ND
	- Papel sanitario	1,448,100 kg 90%	771,470 kg	ND	ND
EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	**Consumo total directo de energía**	3,324,202 GJ	3,830,491 GJ	86,127 GJ(1)	81,668 GJ(2)
	Fuentes no renovables				
	- Gas LP	2,169,435 GJ	151,448 GJ	58,553 GJ	58,076 GJ
	- Gas natural	1,038,134 GJ	2,297,104 GJ	NA	-
	- Diesel	116,633 GJ	1,381,940 GJ	27,574 GJ	23,612 GJ

(1) *Proyección a 2011*
(2) *Proyección a 2012*

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EN4 * Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	**Consumo total indirecto de energía**	5,320,791 GJ	6,903,487 GJ	869,235 GJ (1)	974,224 GJ (2)
	Fuentes renovables				
	- Eólica (electricidad del parque eólico)	794,598 GJ	916,719 GJ	0	0
	- Mix de renovables	ND	ND	576,303 GJ	604,993 GJ
	Electricidad de la red nacional	4,526,193 GJ	5,986,767 GJ	292,932 GJ	369,231 GJ
EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	**Ahorro total de energía**	79,402 GJ	237,578 GJ	27,291 GJ	NA
	Ahorro total de energía	22.1 millones kWh	65.9 millones KWh	7.6 millones kWh	NA
EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	**Iniciativas de ahorro**		**% ahorro estimado**		
	- Sistema de administración de energía	9%	NA	• Cambios de iluminación • Control de energía, equipos de menor consumo, mejores prácticas de ahorro de energía en áreas operativas. • Campaña de ahorro de energía con mejores prácticas en tienda. • Suministro de energías renovables.	• Cambios de iluminación • Control de energía, equipos de menor consumo, mejores prácticas de ahorro de energía en áreas operativas. • Campaña de ahorro de energía con mejores prácticas en tienda.
	- Sustitución de iluminación por lámparas T5	12%	12%		
	- Inducción magnética en estacionamientos	NA	NA		
	- Sistema de medición remota	2.5%	2.5%		
	- Optimización de sistemas de control	3%	3%		
	- Iluminación con LED	6%	30% (aplicado en Suburbia)		
	- Instalación puertas en refrigeración abierta		12%		
	Meta 2025: Abastecernos al 100% de energía renovable				
	Integración de energías renovables	39%	38%	66.3%	62.1%
	- Parque eólico	15%	15%	ND	ND
	- Suministro compañías federales/estatales	24%	23%	66.3%	62.1%
		• Instalación de lámparas LED en estacionamientos en lugar de aditivos metálicos. • Mejoramiento del sistema de administración de energía. • Equipos de refrigeración y aire acondicionado de menor consumo eléctrico. • Campaña interna de mejores prácticas para la reducción de consumo de energía.	•Instalación de lámparas LED en estacionamientos y tiendas. • Mejoramiento del sistema de administración de energía. • Instalación de puertas en refrigeración abierta. • Campaña interna de mejores prácticas para la reducción de consumo de energía. • Sistema de medición remota.	• Instalación de lámparas LED en estacionamientos. • Instalación de administradores de energía. • Instalación de equipos para disminuir la humedad relativa • Equipos de refrigeración y aire acondicionado de menor consumo eléctrico.	• Instalación de lámparas LED en estacionamientos. • Instalación de administradores de energía. • Instalación de equipos para disminuir la humedad relativa. •Equipos de refrigeración y aire acondicionado de menor consumo eléctrico.

(*) CEPAL publica que el 62.1% de energía en la región proviene de fuentes renovables (2011).

(1) *Proyección a 2011*

(2) *Proyección a 2012*

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.**	Reducción consumo indirecto de energía	1.5%	3.8%	3%	NA
	- Consumo referido a unidad de área	267.98 kWh/m2	260.55 kWh/m2	200.36 kWh/m2	218.47 kWh/m2
	- Consumo electricidad	1,477,997,596 kWh	1,662,990,932 kWh	241,454,222 kWh	270,617,722 kWh (2)
	Indique los supuestos y la metodología empleados para calcular el consumo energético, así como la fuente de información utilizada.	Suma total del consumo eléctrico de acuerdo a la facturación en el año, comparado con el consumo del año anterior (tiendas comparables en mismos meses de facturación).	Suma total del consumo eléctrico de acuerdo a la facturación en el año, comparado con el consumo del año anterior (tiendas comparables en mismos meses de facturación)	Suma total del consumo eléctrico de acuerdo a la facturación en el año, comparado con el consumo del año anterior (tiendas comparables en mismos meses de facturación).	Suma total del consumo eléctrico de acuerdo a la facturación en el año, comparado con el consumo del año anterior (tiendas comparables en mismos meses de facturación).
EN8 Captación total de agua por fuentes.	**Captación total**	5,927,549 m3	8,077,692 m3	ND	ND
	- Suministro municipal	5,897,762	8,041,932	ND	ND
	- Pozos	29,787	35,760	ND	ND
	Consumo tiendas comparables	3,226,823 m3	3,174,474 m3	ND	ND
	Consumo por m2	0.92 m3/m2	0.72 m3/m2	ND	ND
	Captación agua pluvial	2,596 m3	2,495 m3	ND	ND
EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.		De acuerdo con los criterios correspondientes, nuestro consumo regional no es significativo.	De acuerdo con los criterios correspondientes, nuestro consumo regional no es significativo.	ND	ND
EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	**Agua reutilizada**	1,619,910 m3	1,470,000 m3	ND	ND
	- % vs. consumo total de agua	27.3%	18.2%	ND	ND
	Plantas de tratamiento	530	580	188	208

*** Los datos incluidos en este indicador responden a tiendas comparables en meses comparables.*

(1) *Proyección a 2011*

(2) *Proyección a 2012*

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EN11 **Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.**		Para los sitios que cuentan con vegetación forestal, se obtiene previamente la autorización correspondiente de la Semarnat.	Bodega Aurrerá Playa Maya (20,813 m2) Para los sitios que cuentan con vegetación forestal, se obtiene previamente la autorización correspondiente de la Semarnat.	ND	WMT Constitución (27,373 m2) Compensación de 1,516 árboles en el terreno y compensación de 8,434 árboles en Área Natural Protegida El Cedral. Construcción de dos sistemas de retención de escorrentía superficial. Obras de protección en Quebrada Sur y Quebrada El Arenal, conformación y estabilización de taludes, instalación de sistema contra incendios, implementación plan de atención de emergencias.
EN12 **Impactos más significativos en la biodiversidad, en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.**		Agricultura sustentable: - Se capacitaron 5,236 agricultores MiPyMEs, - 11,740 de empresas grandes y - 142 personas de comunidades marginadas (50% mujeres). Pesca sustentable: Objetivo 2015: 100% de pescado tilapia proveniente de China y basa de Vietnam contarán con la certificación de la organización Best Aqualculture Practices (BAP). Resultado: 70% de la compra cuenta con la certificación BAP. Aceite de palma: Objetivo 2015: el 100% de los productos de marcas propias con aceite de palma certificada. Resultado: Se identificaron todos los productos de Marcas Estratégicas con aceite de palma y se estableció línea base (2010). En 2012 se iniciará la capacitación para los compradores clave.	Agricultura sustentable: - Se capacitaron 20,157 agricultores, de los cuales 8,992 son mujeres. Pesca sustentable: Objetivo 2015: 100% de pescado tilapia proveniente de China y basa de Vietnam contarán con la certificación de la organización Best Aqualculture Practices (BAP). Resultado: 100% de la compra cuenta con la certificación BAP. Aceite de palma: Objetivo 2015: el 100% de los productos de marcas propias con aceite de palma certificada. Resultado: Se identificaron todos los productos de marcas propias que contienen aceite de palma y se estableció la línea base (2010).	Agricultura sustentable: - En noviembre se realizó en Costa Rica la primera Cumbre de Compra Directa al Agricultor bajo el marco de las metas de Agricultura Sustentable, con la participación de representantes de 13 operaciones de Walmart Internacional. Pesca sustentable: - Acuacultura: 50% El Salvador, 70% Costa Rica y 71% Guatemala (vs. venta total). Costa Rica 1.2 millones de pesos entregados al INBIO para protección de el PILA (Parque Internacional La Amistad), la mayor área silvestre protegida de Costa Rica. Playa Guacalillo: Se recolectaron 6.5 toneladas de materiales reciclables y basura en más de 3 km de playa. Guatemala Parque Nacional Naciones Unidas: Mantenimiento de área reforestada y siembra de 800 árboles nuevos. Cerro Alux: 500 árboles nuevos.	Pesca Sustentable: - Acuacultura: El Salvador 58%, Costa Rica 72% y Guatemala 59% (vs. venta total). Costa Rica: Parque Metropolitano La Sabana: Jornada de limpieza en áreas verdes, línea del tren, zonas concurridas y la siembra de más de 2 mil semillas de árboles de especies nativas de la zona. Dicha actividad correspondió al primer voluntariado corporativo. Playa Azul, Jacó: Jornada de limpieza de la playa y de las áreas cercanas a la playa. Garabito Jacó: Día del Ambiente. Traspaso de almácigo a bolsas, San Sebastián, San José. Se trasplantaron casi 300 especies. Garabito Jacó: Limpieza del bulevar y la calle ancha de ingreso a la comunidad. Esta jornada se realizó en conjunto con los vecinos de la zona y los asociados de la tienda.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EN12 **Impactos más significativos en la biodiversidad, en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.**		Papel de fibra reciclada: Los folletos que se distribuyen en nuestras tiendas se imprimen en papel de fibra reciclada. Papel con certificación FSC: El papel de consumo interno para impresión posee la certificación Forest Stewardship Council (FSC). Madera autorizada: Las tarimas de madera que compra Walmart de México provienen de fuentes autorizadas.	En 2012 se capacitó a los compradores clave y se estableció el plan de sustitución hacia el 2015. Papel de fibra reciclada: Los folletos que se distribuyen en nuestras tiendas se imprimen en papel de fibra reciclada post-consumo. Papel con certificación FSC: El papel de consumo interno para impresión posee la certificación Forest Stewardship Council (FSC). Madera autorizada: Las tarimas de madera que compra Walmart de México provienen de fuentes autorizadas.	El Salvador El Playón: Área protegida en El Salvador, reforestación de 15 ha en 5 años. Honduras Centro Filadelfia: Reforestación y cuidado, siembra de 200 nuevos árboles. Nicaragua Lago Cocibolca: Limpieza de cauce de río.	Escuela Concepción de Atenas: Siembra de árboles en las instalaciones de la escuela ubicada en Concepción de Atenas, Alajuela, en conjunto con la comunidad y los asociados de la Planta Avícola. El Salvador: Área natural protegida El Playón, Chanmico, en el municipio de San Juan Opico, Depto. de La Libertad: se han sembrado un total de 5,000 árboles en 12 ha. El Cedral: Reforestación de 11.43 ha con 10,000 árboles en Comunidad El Cedral, municipio de Nejapa, Depto. San Salvador como parte del programa de compensación ambiental por el proyecto Walmart Constitución en Mejicanos. Guatemala: Se sembraron 1,000 árboles en el Parque Nacional Naciones Unidas en Amatitlán, un área protegida de 373ha. Además se construyó un muro perimetral reutilizando materiales de desecho para el vivero de plantas, elaborados con envases y otros desechos plásticos que fueron recolectados por los asociados de la compañía. Con motivo del Día del Agua, se brindaron charlas educativas y talleres, con la participación de 100 alumnos de la Escuela Tecún Umán, 25 asociados voluntarios y ejecutivos de la entidad Fondo del Agua. Nicaragua: Se reforestaron los alrededores de la Reserva Natural Laguna de Tiscapa y su anfiteatro. Se entregaron bolsas reutilizables a la comunidad para evitar el uso de plástico que contamina la laguna y se donaron cestos para el tratamiento de la basura.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EN13 Hábitats protegidos o restaurados.	- Ubicación y tamaño de hábitats restaurados y/o protegidos.	Parque Sierra de Guadalupe Edo. de Mexico, reforestación de 27 ha Campamento Flor de Marqués Chiapas, reforestación de 300 ha	Parque Sierra de Guadalupe, Edo. de Mexico, reforestación de 27 ha Campamento Flor de Marqués, Chiapas, reforestación de 300 ha	ND	ND
	- Colaboraciones con terceros en medidas de restauración y/o protección.	Financiamos a la Organización Natura y Ecosistemas Mexicanos, A.C. para el proyecto Campamento Ecoturístico Flor de Marqués para conservar los remanentes de selva alta perennifolia en el ejido, además de promover una actividad económica y fortalecer un corredor ecoturístico a nivel regional.	Seguimiento de la Organización Natura y Ecosistemas Mexicanos, A.C. para desarrollar el proyecto Campamento Ecoturístico Flor de Marqués, en Chiapas, y conservar los remanentes de selva alta perennifolia en el ejido Flor de Marqués, además de promover una actividad ecónomica con todos los componentes de sustentabilidad y fortalecer a nivel regional (municipio Marqués de Comillas) un corredor ecoturístico, financiado en 2011 y concluido en 2012.		
EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Estrategia de la organización	En la construción de nuevas tiendas se incluyen planes de remediación para que, En caso de afectar zonas verdes, los árboles puedan ser trasplantados y reubicados En zonas cercanas. En estricto apego a la ley, para cada desarrollo nuevo se tramitan las autorizaciones correspondientes ante la Semarnat.	En la construción de nuevas tiendas se incluyen planes de remediación para que, en caso de afectar zonas verdes, los árboles puedan ser trasplantados y reubicados en zonas cercanas. En estricto apego a la ley, para cada desarrollo nuevo se tramitan las autorizaciones correspondientes ante la Semarnat.	En la construción de nuevas tiendas se incluyen planes de remediación para que, en caso de afectar zonas verdes, los árboles puedan ser trasplantados y reubicados en zonas cercanas. En estricto apego a la ley, para cada desarrollo nuevo se tramitan las autorizaciones correspondientes conforme a la legislación de cada país.	En la construción de nuevas tiendas se incluyen planes de remediación para que, en caso de afectar zonas verdes, los árboles puedan ser trasplantados y reubicados en zonas cercanas. En estricto apego a la ley, para cada desarrollo nuevo se tramitan las autorizaciones correspondientes conforme a la legislación de cada país.
	Proyecto: Campamento Ecoturístico Flor de Marqués				
	Indicar si existe una normativa nacional.		El programa de Pago por Servicios Ambientales que apoya la Comisión Nacional Forestal.		

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Incorporación de consideraciones relativas a la biodiversidad en las herramientas analíticas, tales como las evaluaciones de impacto ambiental.	-	Fundación Walmart de México, en colaboración con Natura y Ecosistemas Mexicanos, A.C. realiza diagnósticos socioambientales de la región y formula propuestas de proyectos productivos que generen empleos y aumenten ingresos, al tiempo que conserven la biodiversidad. Los proyectos no requieren de una Evaluación de Impacto Ambiental debido a que su construcción se está desarrollando en un área deforestada. Sin embargo, en el diseño arquitectónico se incorporaron elementos relativos al funcionamiento de los ecosistemas que se están protegiendo. Se elabora un manual de mejores prácticas de operación y construcción para garantizar la conservación de la biodiversidad.	-	-
	Participación/compromiso con grupos de interés relevantes	-	El ejido, dueño de la selva, está organizado en torno a este proyecto y las decisiones se toman en asamblea.	-	-
	Procesos de seguimiento	-	Reportes con indicadores de cumplimiento, visitas de verificación.	-	-
	Información pública	-	Este proyecto incluye varios aspectos de vanguardia: conversión de agricultores en empresarios ecoturísticos; la conservación de la biodiversidad mediante proyectos productivos sustentables; organización para la operación de proyectos; estatutos que comprometen a la conservación, entre otros mecanismos poco frecuentes en los proyectos ecoturísticos. Esta información deberá sistematizarse y hacerse pública con la finalidad de influir en otros procesos semejantes y replicar las lecciones aprendidas.	ND	ND

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EN15 Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones, según el grado de amenaza de la especie.		NA	NA	NA	NA
EN16 ** Emisiones totales, directas e indirectas, de GEI, en peso.	**Emisiones directas (alcance 1)**				
	Emisiones totales	731,014 ton	523,314 ton	36,676 ton(1)	29,851 ton(2)
	Emisiones totales vs. área construida	95.97 kg/m2	82 kg/m2	31.26 kg/m2(1)	24.10 kg/m2(2)
	Emisiones indirectas (alcance 2)				
	Emisiones totales	621,848 ton	886,873 ton	62,688 ton(1)	65,553 ton(2)
	Emisiones totales vs. área construida	81.63 kg/m2	138.95 kg/m2	52.02 kg/m2	52.92 kg/m2(2)
	Norma utilizada y metodología asociada a los datos	Para el cálculo de las emisiones de GEI se utiliza la metodología establecida en el Protocolo WRI/WBCSD. Los datos se obtienen de las cantidades adquiridas de combustibles, refrigerantes y electricidad. Las emisiones se calculan utilizando los factores de emisión publicados.	Para el cálculo de las emisiones de GEI se utiliza la metodología establecida en el Protocolo WRI/WBCSD. Los datos se obtienen de las cantidades adquiridas de combustibles, refrigerantes y electricidad. Las emisiones se calculan utilizando los factores de emisión publicados.	Para el cálculo de las emisiones de GEI se utiliza la metodología establecida en el Protocolo WRI/WBCSD. Los datos se obtienen de las cantidades adquiridas de combustibles, refrigerantes y electricidad. Las emisiones se calculan utilizando los factores de emisión publicados.	Para el cálculo de las emisiones de GEI se utiliza la metodología establecida en el Protocolo WRI/WBCSD. Los datos se obtienen de las cantidades adquiridas de combustibles, refrigerantes y electricidad. Las emisiones se calculan utilizando los factores de emisión publicados.
EN17 Otras emisiones indirectas de GEI, en peso.	**Emisiones de CO2 por distribución de productos**	174,635 ton	199,417 ton	24,637 ton(1)	26,133 ton
	Emisiones por transportación de personal	3,316 ton	3,454 ton	ND	ND

** Los datos incluidos en este indicador corresponden a tiendas comparables en meses comparables.

(1) *Proyección a 2011*

(2) *Proyección a 2012*

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EN18 **Iniciativas para reducir las emisiones de GEI y reducciones logradas.**	**Iniciativas**	• Suministro de energía eléctrica proveniente del parque eólico. • Cambio de iluminación en piso de ventas (lámparas T5 en lugar de T8). • Iluminación LED en estacionamientos. • Programa de reducción de fugas de refrigerantes en equipos de refrigeración. • Implementación de campaña operativa de ahorro de energía. • Mejoramiento del sistema de administración de energía. • Programa de reducción de viajes en el transporte de mercancías."	**Logística** • Programa de reducción de viajes en el transporte de mercancías. • Barra Crosby - permite al proveedor estibar tarimas en la caja del tráiler, reduciendo su flotilla a la mitad. • Entrega a granel - entrega sin tarima, permitiendo reducir el costo de transporte. **Sustentabilidad** • Suministro de energía eléctrica proveniente del parque eólico. • Cambio de iluminación en piso de ventas (lámparas T5 en lugar T8). • Iluminación LED en estacionamientos y tiendas. • Programa de reducción de fugas de refrigerantes en equipos de refrigeración. • Implementación de campaña operativa de ahorro de energía. • Mejoramiento del sistema de administración de energía. • Programa de reducción de viajes en el transporte de mercancías. • Instalación de puertas en refrigración abierta.	• Cambio de iluminación en piso de ventas (lámparas T5 en lugar de T8). • Programa de reducción de fugas de refrigerantes en equipos de refrigeración. • Implementación de campaña operativa de ahorro de energía. • Mejoramiento del sistema de administración de energía. • La principal iniciativa de reduccion de emisiones está fundamentada en el control de fugas de refrigerantes.En 2011 se redujo 37% contra 2010, generando reducción de 13,683 toneladas de CO2."	• Cambio de iluminación en piso de ventas (lámparas T5 en lugar T8). • Programa de reducción de fugas de refrigerantes en equipos de refrigeración. • Implementación de campaña operativa de ahorro de energía. • Mejoramiento del sistema de administración de energía. • La principal iniciativa de reduccion de emisiones está fundamentada en el control de fugas de refrigerantes. En el 2012 se redujo un 35% contra el año pasado.
	Emisiones no generadas por suministro de energía proveniente del parque eólico	106,169 ton CO2	135,802 ton CO2	41,562 ton CO2 (1)	ND
	Meta 2012: Disminuir 20% GEI				
	Emisiones GEI	918,927 ton CO2	1,008,349 ton	53,822 ton CO2 (1)	48,640 ton
	Disminución emisiones CO2 vs. base 2005	20.6%	22.4%	10% (1)	16% (2)
	Alcance vs. meta 2012	103%	112%	50% (1)	80% (2)
EN19 **Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.**	**Refrigerante R-22**	43,562 kg	36,125 kg	7,072 kg	7,078 kg

EN20 **NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.**	**Emisiones por transportación de mercancías / Uso de combustibles fósiles**	(1) Total ton	Uso fósil ton	Transporte ton			(2) Total ton	Uso fósil ton	Transporte ton
	Emisiones NOx	10,960	9,579	1,381	210 ton	27,402 ton	29.28	5.97	23.31
	Emisiones SOx	500	188	312	10 ton	167,765 ton	175.54	10.05	165.49
	Emisión de partículas PM	1,050	1,050		23 ton	1,297 ton	1.35	0.18	1.17
	Emisión de VOC	374	374		20 ton	675 ton	0.70	0.17	0.53

(1) *Proyección a 2011*
(2) *Proyección a 2012*

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino. Inciativas y ahorros de agua.	**Vertimiento total de aguas residuales a drenajes municipales**	4,307,639 m3	6,607,692 m3	ND	ND
	- Agua residual tratada	1,206,139 m3	1,470,000 m3	ND	ND
	- % agua residual tratada	28%	28%	ND	ND
		El agua tratada cumple con las normas NOM 002 y 003, utilizando sistemas biológicos.	El agua tratada cumple con las normas NOM 002 y 003, utilizando sistemas biológicos.	ND	ND
	Metas 2025: Generar cero descargas contaminantes 2012: Disminuir 25% consumo de agua potable				
	- Consumo de agua por unidad de área	0.92 m3/m2	0.72 m3/m2	ND	ND
	- Ahorro en consumo de agua potable (tiendas comparables)	21.3%	25.5%	ND	ND
	- % avance vs. meta anual	106.5%	102%	ND	ND
	- % unidades con planta de tratamiento	28.6%	29.8%	ND	32.3%
	Iniciativas de ahorro	Las iniciativas integradas a las especificaciones de tienda: • Tiendas con ahorradores de agua en lavabos y tarjas. • Mingitorios secos en unidades nuevas y remodelaciones. • Reutilización de agua para uso sanitario y áreas verdes. • Plantas de tratamiento en ciertas unidades nuevas y remodelaciones.	Las iniciativas se han integrado a las especificaciones de tiendas: • Tiendas con ahorradores de agua en lavabos y tarjas. • Mingitorios secos en unidades nuevas y remodelaciones. • Reutilización de agua para uso sanitario y áreas verdes. • Plantas de tratamiento en ciertas unidades nuevas y remodelaciones.	• Hidroeconomizadores en algunas tiendas y Cedis, aunque no se mide su impacto. • Para la mitigación de impactos ambientales se instalaron durante el año 72 plantas de tratamiento de aguas residuales en tiendas nuevas, aunque no se midió su impacto.	• Para la mitigación de impactos ambientales se instalaron durante el año 20 plantas de tratamiento de aguas residuales en tiendas nuevas, aunque no se midió su impacto.
EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	**Total residuos gestionados**	300,713 ton	303,077 ton	33,417 ton	37,191 ton(2)
	- % de reciclaje de residuos generados	71%	69%	55%	55%
	Residuos reciclados	212,261 ton	207,644 ton	19,695 ton	19,444 ton
	Rellenos sanitarios y vertederos municipales	88,451 ton	95,433 ton	16,838 ton	16,736 ton
	Residuos órganicos	119,409 ton	128,074 ton	697 ton	407 ton
	- Compostaje	1,950 ton	5,335 ton	NA	NA
	Residuos inórganicos	181,304 ton	175,003 ton	188 ton	604 ton
	- Unidades con programa(s) de reciclaje	1,350	1,417	100% tiendas, Cedis, plantas de producción y oficinas.	100% tiendas, Cedis, plantas de producción y oficinas.
	Meta 2012: Reducir 50% el consumo de bolsas de plástico kg [vs. base 2007]				
	- % reducción de consumo (vs. base 2007)	65%	68%	43%	51%
	- % ahorro vs. año anterior	29%	8%	6%	5%
	- Consumo de bolsa de plástico por área	2.09 kg/m2	2.12 kg/m2	2.16%	2 kg/m2
	- % avance vs. la meta 2012	130%	136%	86%	101%

(2) *Proyección a 2012*

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	**Meta 2025: Generar cero desechos Meta 2012: Reciclar el 75% de nuestros residuos**				
	Espacio liberado de relleno sanitario por recuperación de residuos sólidos para reciclaje	1,235,807 m3	1,206,828 m3	127,406 m3(1)	125,346 m3(2)
	% relleno sanitario evitado al reciclar y gestionar nuestros residuos	71%	69%	55%	55%
	- Acopio y reciclaje de cartón corrugado	170,729 ton	163,059 ton	17,840 ton(1)	17,519 ton(2)
	- Acopio y reciclaje de celulosa con clientes	26 ton	41 ton	NA	NA
	- Acopio y reciclaje de plástico	10,574 ton	11,944 ton	1,866 ton(1)	1,925 ton(2)
	- Gancho plástico	603 ton	554 ton	12 ton(1)	9 ton
	- Playo	9,972 ton	11,390 ton	1,854 ton(1)	1,925 ton(2)
	Cómo se determinó método de tratamiento	Los métodos de tratamiento se determinaron de acuerdo a la infraestructura existente en el país y el valor de los residuos. Los residuos recuperados que son valorizables, se enviaron a reciclaje. En el caso del compostaje, se determinó de acuerdo a la infraestructura disponible.	Los métodos de tratamiento se determinaron de acuerdo a la infraestructura existente en el país y el valor de los residuos. Los residuos recuperados que son valorizables se enviaron a reciclaje. En el caso del compostaje, se determinó de acuerdo a la infraestructura disponible.	Los métodos de tratamiento se determinaron de acuerdo a la estructura existente en el país. Los residuos valorizables se enviaron a reciclaje.	Los métodos de tratamiento se determinaron de acuerdo a la estructura existente en el país. Los residuos valorizables se enviaron a reciclaje.
EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.		No se presentaron derrames significativos.	No se presentaron derrames significativos.	No se presentaron derrames significativos.	Se reportan 14 eventos por derrames de químicos: 2 fugas menores de refrigerante, 1 derrame de 24 gal de gasolina en una de nuestras estaciones de servicio y los restantes 11 fueron fugas de gas LP, la mayoría en cilindros de 25 lbs para la venta en CR, que presentaron problemas en su válvula. La más importante fuga se presentó cuando el camión de gas Tomza llenaba el tanque estacionario del MxM de Sta. Ana en CR, y la manguera de suministro sufrió una ruptura, lo que obligó a evacuar a los vecinos. El volumen del gas fugado no se pudo establecer.

(1) *Proyección a 2011*
(2) *Proyección a 2012*

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
EN24 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	**Peso total de residuos peligrosos transportados**	10.6 ton	11.8 ton	29.7 ton	56.3 ton
	- Importados	NA	NA	NA	NA
	- Exportados	NA	NA	NA	NA
	Peso total de residuos peligrosos tratados	10.6 ton	11.8 ton	29.7 ton	56.3 ton
EN25 Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante .		Debido al giro de la empresa, el indicador no aplica.	Debido al giro de la empresa, el indicador no aplica.	Debido al giro de la empresa, el indicador no aplica.	Debido al giro de la empresa, el indicador no aplica.
EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.		771 productos de bajo impacto ambiental, entre los que destacan : • 226 alimentos orgánicos e hidropónicos (58 con certificación de comercio justo). • 261 productos ahorradores de energía y agua. • 163 productos biodegradables y no contaminantes. • 47 productos hechos con material reciclado, 17 reutilizables. • 269 casetas acústicas para plantas de emergencia (19 nuevas). • 141 cuartos eléctricos insonorizados (81 nuevos).	1,254 productos con características de bajo impacto ambiental, entre los que destacan: • 507 alimentos orgánicos e hidropónicos (128 con certificación de comercio justo). • 365 productos ahorradores de energía y agua . • 288 productos biodegradables y no contaminantes. • 67 productos hechos con material reciclado, 27 reutilizables. • 293 casetas acústicas para plantas de emergencia (24 nuevas). • 188 cuartos eléctricos insonorizados (47 nuevos).	Oferta de productos sustentables desarrollados por proveedores, pero no hay iniciativas comerciales con proveedores para dicho tipo de productos. • 76 casetas acústicas para equipos de refrigeración y para plantas de generación eléctrica de emergencia. • Desecho de materiales electrónicos 29,680 kg.	Oferta de productos sustentables desarrollados por proveedores, pero no hay iniciativas comerciales con proveedores para dicho tipo de productos. • 61 casetas acústicas para plantas de generación eléctrica de emergencia. • Desecho de materiales electrónicos 56,300 kg.
EN27 Porcentaje de productos vendidos y materiales de embalaje que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	**vs. total de reciclados.**				
	Acopio y reciclaje de cartón corrugado	80%	79%	91%	90%
	Acopio y reciclaje de celulosa con clientes	0.01%	0.02%	0%	0%
	Acopio y reciclace de plástico	5%	6%	9%	10%
	- Gancho plástico	0.03%	0.3%	0.1%	0%
	- Playo	5%	5.5%	9%	10%
EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.		No se reportan multas ni sanciones no monetarias significativas que hayan sido confirmadas por la autoridad.	1 multa por MX $1,1 impuesta a la unidad Bodega Las Trancas, la cual fue pagada a la Procuraduría Ambiental del estado de Veracruz.	No se reportan multas ni sanciones no monetarias significativas que hayan sido confirmadas por la autoridad.	No se reportan multas ni sanciones no monetarias significativas que hayan sido confirmadas por la autoridad.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México			2011 CAM	2012 CAM
EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Emisiones de CO2 por distribución de productos (Ver EN7)	174,635 ton	199,417 ton			24,637 ton	26,133 ton
	- Kilómetros recorridos	189,293,752 km	216,155,597 km			19,352,474 km	20,527,360 km
	- Galones	ND	ND			2,419,059 gal	2,565,920 gal
	Ahorros por proyectos e iniciativas logísticas (ej. *backhaul*, eficiencia cubicaje, etc.)		**Total**	***Backhaul***	**Logística Inversa**		
	- Eficiencias operativas (viajes ahorrados)	83,605	157,523	63,066	94,457	ND	
	- Kilómetros no recorridos	5,289,595 km	7,088,535 km	2,837,970 km	4,250,565 km	1,108,320 km	1,230,880 km
	- Emisiones CO2 evitadas ton	4,878 ton	6,540 km				1,045 km
	- Reducción de viajes		157,400	63,000	94,400	941 ton	
	- Cartón recolectado nivel nacional		126,758 ton	-	126,758 ton		-
	- Playo reciclado nivel nacional		10,574 ton	-	10,574 ton		-
	- Galones evitados	ND	-	-	-	92,360 gal	102,573 gal
EN30 Inversión ambiental.	**Inversión ambiental**	MX$2,340	MX$150 (sólo eficiencia energética)			MX$279.5	MX$242.9

INDICADORES DE DESEMPEÑO

AMBIENTAL *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
OI1 **Otras acciones de responsabilidad social y sustentabilidad significativas.**	**Otras acciones de responsabilidad social y sustentabilidad significativas para la compañía.**	**Liderazgo ambiental** Programa gratuito de eco-eficiencias para fomentar la competitividad en la cadena de valor, realizado por Walmart de México y Centroamérica en colaboración con la Semarnat. **Resultados:** • 150 empresas completaron el curso • 254 personas capacitadas • MX$61.4 en inversión (ROI = 5.95 meses) **Ahorros:** • Agua = 371 millones de litros / año • Energía = 12.2 millones kWh / año • GEI = 12,545 ton CO2 / año • Reciclaje = 19,533 ton / año	**Liderazgo ambiental** Programa gratuito de ecoeficiencias para fomentar la competitividad en la cadena de valor, realizado por Walmart de México y Centroamérica en colaboración con la Semarnat. **Resultados:** • 99 empresas completaron el curso • 150 personas capacitadas • MX$22.6 en inversión (ROI = 5 meses) **Ahorros:** • Agua = 234 millones de litros / año • Energía = 3.9millones kWh / año • GEI = 6,143 ton CO2 / año • Reciclaje = 3,603 ton / año • MX$50	ND	**ND**
		Sustainable Packaging Scorecard Herramienta gratuita que permite conocer el impacto ambiental de los empaques. El objetivo es reducir residuos, aumentar eficiencias en la cadena de suministro e impulsar la innovación y prácticas sustentables. **Resultados:** • 4,200 artículos capturados. • 160 proveedores participantes.	**Sustainable Packaging Scorecard** Herramienta gratuita que permite conocer el impacto ambiental de los empaques. El objetivo es reducir residuos, aumentar eficiencias en la cadena de suministro e impulsar la innovación y prácticas sustentables. **Resultados:** • 5,265 artículos capturados. • 185 proveedores participantes.		

INDICADORES DE DESEMPEÑO

PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO

Indicador	Contenido	2011 México				2012 México				2011 CAM				2012 CAM			
		% vs Total	Asociados	%M	%H	% vs Total	Asociados	%M	%H	% vs Total	Asociados	%M	%H	% vs Total	Asociados	%M	%H
LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	**Total asociados:**	100%	208,903	52%	48%	100%	217,450	52%	48%	100%	29,225	40%	60%	100%	30,796	40%	60%
	Ejecutivos	1%	2,414			1%	2,561			1%	292			1%	328	34%	66%
	No ejecutivos	99%	206,489			99%	214,889			99%	28,933			99%	30,468	41%	59%
	Asociados permanentes:	92%	192,906	52%	48%	94%	204,887	52%	48%	97.6%	28,496	40%	60%	98%	30,104	41%	59%
	Jornada completa	83.5%	174,478			84.4%	183,613			89%	254,931			89%	27,455	39%	61%
	Jornada parcial	8.8%	18,428			9.8%	21,274			9%	2,565			9%	2,649	57%	43%
	Asociados eventuales:	7.7%	15,997	48%	52%	5.8%	12,563	49%	51%	2.4%	729	37%	63%	2%	692	38%	62%
	Jornada completa	6.7%	14,070			4.5%	9,802			2%	612			2%	506	32%	68%
	Jornada parcial	0.9%	1,927			1.3%	2,761			0%	117			1%	186	55%	45%
	Asociados eventuales temporada navideña:	6%	12,223			6%	12,063			0%	0			0%	122	46%	54%

			% vs Total	Asociados	%M	%H	% vs Total	Asociados	%M	%H	% vs Total	Asociados	%M	%H	% vs Total	Asociados	%M	%H
LA2 Número total de nuevas contrataciones.	**Nuevos asociados**		100%	54,713	48%	52%	100%	61,428	48%	52%	100%	10,229	33%	67%	100%	7,213	37%	63%
	Grupos de edad:	=<25	58%	31,687	42%	58%	59%	36,092	41%	59%	54%	5,524	29%	71%	57%	4,088	32%	68%
		26-30	16%	8,501	51%	49%	15%	9,188	51%	49%	22%	2,266	35%	65%	22%	1,558	41%	59%
		31-35	10%	5,388	57%	43%	9%	5,818	60%	40%	11%	1,259	39%	61%	11%	790	46%	54%
		36-40	8%	4,139	62%	38%	7%	4,417	60%	37%	6%	619	42%	58%	6%	412	48%	52%
		>=41	9%	4,998	59%	41%	10%	5,913	60%	40%	5%	561	42%	58%	5%	365	46%	54%

INDICADORES DE DESEMPEÑO

PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México		2011 CAM	2012 CAM	
LA3* Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada.**	**Indique los beneficios sociales que se ofrecen a todos los empleados.**	Todos los asociados cuentan con las mismas prestaciones.					
	Beneficios sociales estándar para asociados de jornada completa, jornada parcial/ temporal	ND	Jornada Completa	Jornada Parcial/ Temp.	ND	Jornada Completa	Jornada Parcial/ Temp.
	- Vacaciones ejecutivos		C			C	
	- Vacaciones no ejecutivos		A	A		A	A
	- Días de descanso (festivos)		C	C		B	
	- Días personales subgerentes en operaciones		B	B		B	
	- Permisos especiales		C	C		C	A
	- Subsidio de alimentación		B	B		B	B
	- Vale electrónico		A				
	- Descuento en compras		B	B		B	B
	- Company car ejecutivos		B				
	- Car allowance ejecutivos					B	
	- Check-up médico- ejecutivos		B			B	
	- Seguro de vida		B			B	
	- Seguro hospitalario					B	
	- Seguro de gastos médicos mayores		B			B	
	- Subsidio incapacidad		C	C		C	A
	- Celebración fin de año		B	B		B	B
LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.		Los asociados en todo el país son contratados conforme a lo dispuesto en la Ley Federal del Trabajo. El 100% de aquellos asociados que, de acuerdo con dicha ley, son sujetos de este tipo de contratación.	Los asociados en todo el país son contratados conforme a lo dispuesto en la Ley Federal del Trabajo. El 100% de aquellos asociados que, de acuerdo con dicha ley, son sujetos de este tipo de contratación.		Cumplimos con la legislación laboral en cada uno de los países donde operamos.	Cumplimos con la legislación laboral en cada uno de los países donde operamos.	

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

INDICADORES DE DESEMPEÑO

PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
LA5 Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.		En México la ley no contempla esta figura.	La ley no contempla esta figura.	La ley no contempla esta figura.	La ley no contempla esta figura.
LA6 Comités de seguridad y salud laboral.	% asociados en Comités de Salud y Seguridad	21.3%	19.5%	10%	100% de los asociados están representados por un Comité de Seguridad, Higiene y Salud Ocupacional. De éstos, el 10% aproximadamente mantiene una participación activa como miembro de dicho comité.
	Asociados por cada unidad u oficina en Comisión de Seguridad e Higiene	5 - 10	5-10	5 - 10	5-10
	Nivel de funcionamiento	Centro de Trabajo / Corporativo	Centro de trabajo / Corporativo	Centro de Trabajo / Corporativo	Centro de trabajo/ Regional
	Asociados capacitados en seguridad y salud	48,040	50,460	821	6,777
LA7 Ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y víctimas mortales relacionadas con el trabajo.	**Indicar si se incluyen o excluyen incidentes laborales leves (que requieren primeros auxilios)**	Incidentes leves excluidos.	Incidentes leves excluidos.	Incidentes leves excluidos.	Incidentes leves que no requieran licencia médica se excluyen.
	Indique si "días" significa "días naturales" o "días hábiles de trabajo"	Días = Días naturales	Días = Días naturales	Días = Días hábiles	Días = Días hábiles o laborales
	Cómo se contabilizan los "días perdidos"	De acuerdo a lo indicado en la incapacidad calificada por el IMSS como "accidente de trabajo".	De acuerdo a lo indicado en la incapacidad calificada por el IMSS como "accidente de trabajo".	Desde el momento en que el médico tratante emite el permiso médico.	Desde el momento en que el médico tratante emite el permiso médico. Normalmente coincide con el día del accidente.
	Accidentes registrados	14,432	13,288	1,683	1,310
	- En trayecto	2,916	NA	ND	-
	- Riesgo de trabajo	11,516	13,082	ND	1,310
	- Tasa de enfermedades profesionales ([total de casos de enfermedades ocupacionales / total hr trabajadas] * 200,000)		4		No se calcula este indicador, el récord se lleva como Accidentes/mil asociados= 4.06
	Días de incapacidad	459,787	316,541	29,453	27,441
	- En trayecto	109,040	NA	ND	-
	- Riesgo de trabajo	350,747	316,541	ND	27,441

INDICADORES DE DESEMPEÑO

PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
LA7 Ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y víctimas mortales relacionadas con el trabajo.	**Asociados incapacitados**	13,492	11,910	11,694	6,761
	- Número absoluto de víctimas mortales	2	0	0	1
	Sistema de reglamentación para el registro y comunicación de accidentes	De acuerdo a la Ley del IMSS y sus reglamentos, los accidentes que este Instituto califica como de trabajo.	De acuerdo a la Ley del IMSS y sus reglamentos, los accidentes que este Instituto califican como de trabajo.	El reporte de accidentabilidad se realiza conforme a los requerimientos de Walmart de México y Centroamérica y Walmart Internacional. En aquellos casos en que la legislación local solicita algun formato en particular, se realiza el reporte respectivo.	El reporte de accidentabilidad se realiza conforme a los requerimientos de Walmart de México y Centroamérica, Walmart Internacional y la legislación de cada país donde se opera.
LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Asistencia y asesoramiento	Existen diferentes programas de Control de Riesgos, desde cursos para puestos específicos de mayor riesgo, revisiones mensuales a instalaciones, campañas permanentes de comunicación para evitar condiciones y actos inseguros, etc., con el objetivo de que prevalezca un ambiente seguro para asociados y clientes.	Existen diferentes programas de control de riesgos, desde cursos para puestos específicos de mayor riesgo, revisiones mensuales a instalaciones, campañas permanentes de comunicación para evitar condiciones y actos inseguros, etc., todo lo anterior con el objetivo de que prevalezca una ambiente seguro tanto para asociados como para clientes.	Existen diferentes programas de Control de Riesgos, desde cursos para puestos específicos de mayor riesgo, revisiones mensuales a instalaciones, campañas permanentes de comunicación para evitar condiciones y actos inseguros, etc., con el objetivo de que prevalezca un ambiente seguro para asociados y clientes.	Con el fin de cumplir nuestra visión de "Hacer de Walmart un lugar más seguro para comprar y trabajar", se han desarrollado programas de comunicación y capacitación, con el fin de reforzar el cumplimiento de los lineamientos del Manual de Seguridad Humana buscando crear espacios de trabajo y compra seguros y libres de accidentes. Nuestros esfuerzos en promoción de la salud se concentraron alrededor de nuestro Programa Mi Salud-Mi Vida, con el que se ha articulado la acción de las campañas de capacitación y comunicación, las clínicas médicas de empresa y los demás instrumentos, para buscar sensibilizar a los asociados en el cuidado de su salud.
	Prevención y/o control de riesgos	Ayuda por desastres para asociados, administrada por el Centro de Continuidad de Operaciones (CCO) y RRHH	Ayuda por desastre para asociados, administrada por el Centro de Continuidad de Operaciones (CCO) y RRHH	Ayuda por desastres para asociados, administrada por el Centro de Continuidad de Operaciones (CCO) y RRHH	Además de la ayuda que se administra por el Comité de Respuesta a Crisis y Emergencias, en conjunto con RRHH, también se ha difundido información para colaborar a que los asociados puedan prepararse a nivel personal y familiar, para situaciones de emergencia como sismos y erupciones volcánicas.
	Trabajadores destinados a ocupaciones que presentan un alto índice o riesgo de contraer enfermedades específicas.	Con base en el mapeo de riesgo de las diferentes ocupaciones, en la empresa no existe un alto índice de contraer una enfermedad específica como resultado de la ocupación.	Personal de mantenimiento • Personal de brigadas de primeros auxilios que pueden estar en contacto con residuos biológicos • Personal de display que pueden ser afectados por exposición a solventes.	Con base en el mapeo de riesgo de las diferentes ocupaciones, en la empresa no existe un alto índice de contraer una enfermedad específica como resultado de la ocupación.	Con base en el mapeo de riesgo de las diferentes ocupaciones en la empresa, la probabilidad de contraer una enfermedad específica, como resultado único de la ocupación es muy baja.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.		Las cuestiones de salud, seguridad e higiene se contemplan en los contratos laborales, Reglamento Interior de Trabajo y la normatividad interna correspondiente, de conformidad con lo que establece la Ley Federal del Trabajo y las disposiciones legales complementarias.	Cumplimos con la legislación laboral en cada uno de los países donde operamos.	Cumplimos con la legislación laboral en cada uno de los países donde operamos.	Cumplimos con la legislación laboral en cada uno de los países donde operamos.

LA10 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.				%M	%H			%M	%H							
	Inversión capacitación		MX$109.7				MX$91.3				MX$5.7		Participaciones presenciales	23,218	Horas hombre (miles)	132,109
	- Presencial		MX$106				MX$86.6				ND		Participaciones CBL	41,863	Horas hombre CBL (miles)	211,586
	- A distancia		MX$4.2				MX$4.7				ND		Total	65,081		343,695
	Total asociados capacitados (incluye los que dejaron la empresa)		220,567	51%	49%	Incluye CDA y aperturas	310,757	55%	45%		72,600					
	Horas hombre		3.975 millones				4.54 millones				0.73 millones					
	Capacitación	Horas/ Hombre	Horas por asociado			Horas/ Hombre	Horas por asociado			Clasificación	Asociados	Horas por asociado	Clasificación	Asociados	Horas por asociado	
	-Nivel directivo	6,433	38			5,520	12.1									
	-Nivel gerencial	170,441	71			898,315	86.9			Operativo	58,080	40	Operativo	45,557	40	
	-Nivel departamental	574,387	21			841,020	26.2			No operativo	14,520	25	No. operativo	19,524	25	
	-Nivel línea	3,223,549	12			2,793,294	17.3									

INDICADORES DE DESEMPEÑO

PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México			2012 México			2011 CAM			2012 CAM		
		Asociados	**%M**	**%H**	**Asociados**	**%M**	**%H**	**Asociados**	**%M**	**%H**	**Asociados**	**%M**	**%H**
LA11 Programas de gestión de habilidades y formación continua de asociados	**Total de asociados permanentes**	192,906	52%	48%	204,887	52%	48%	28,496	40%	60%	30,104	41%	59%
	Promociones	18,255	48%	52%	22,936	49%	51%	3,215	35%	65%	3,674	34%	66%
	Base Universal de Talento (BUT), asociados no ejecutivos	24,002	53%	47%	17,883	53%	53%	ND			ND	ND	ND
	- Asociados promovidos de la BUT	6,406	49%	51%	3,487	48%	52%	ND			ND	ND	ND
	- % vs. total de la BUT	27%			19%			ND					
	- % vs. total promociones	35%			15%			ND					
	Top Talent (TT: planes de desarrollo acelerado)	346	29%	71%	421	29%	71%	53	27%	73%	54	35%	65%
	- Asociados promovidos de TT	57	15.8%	84.2%	49	30.6%	69.4%	ND			3	66.6%	33%
	- % vs. total de TT	16%			12%			ND			6%		
	- % vs. total promociones	0.3%			0.2%			ND			0.1%		
	- Mujeres Top Talent	194			122			ND			19		
	Asociados en plan desarrollo internacional (expatriados)	17						7					
	Capacitación corporativa												
	- Cursos impartidos	54,142			-			ND				126	
	- Asociados capacitados	220,567			-			56,790			Participaciones	14,516	
	- Horas hombre	3,970,206			-			613,044				44,996	
	- Horas hombre por asociado	18			-			ND				34.5	
	- Inversión en capacitación	MX$109.7			-			ND				MX $2.6	
	Formación externa							**Academia de Liderazgo**					
	- Asociados con educación abierta (autoridades educativas)	4,319			-			Asociados	1,933			NA	
	Financiamiento para formación externa de asociados							Hrs. Hombre	33,377			NA	
	- Monto total financiado	MX$ 3.04			-							NA	
	- Asociados	3,536			-							NA	
	Financiamiento para formación externa Top Talent											NA	
	- Monto total financiado	MX$ 4.31			-							NA	
	- Asociados	326			-							NA	
		Existe un programa permanente de capacitación en diferentes temas y áreas para que todos los asociados adquieran las habilidades necesarias para desempeñarse satisfactoriamente en los ámbitos profesional y personal.						Existe un programa permanente de capacitación en diferentes temas y áreas para que todos los asociados adquieran las habilidades necesarias para desempeñarse satisfactoriamente en los ámbitos profesional y personal.					

INDICADORES DE DESEMPEÑO

PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México			2012 México			2011 CAM			2012 CAM			
LA12 Empleados que reciben evaluaciones de desempeño.	**Evaluación anual, aplica para asociados permanentes con por lo menos un año en la empresa**		%M	%H		%M	%H		%M	%H	22,891		%M	%H
	Asociados evaluados	131,865	53%	47%	122,815	55%	45%	28,496	40%	60%		2,401	36%	64%
	% de la plantilla total de asociados permanentes	68%			60%			100%			10.5%			
LA13 Composición por género, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.		Total	%M	%H	Total	%M	%H	Total	%M	%H	Total	%M	%H	
	Total asociados permanentes	192,906	52%	48%	204,887	52%	48%	28,496	40%	60%	30,104	49%	51%	
	Mujeres	101,087			107,564			11,398			12,199			
	Hombres	91,819			97,323			17,098			17,905			
	Personas con discapacidad	669	37%	63%	623	39%	61%	213	29%	71%	188	27%	73%	
	Grupos de edad													
	- < 30 años	90,934	46%	54%	96,728	45%	55%	6,605	30%	70%	16,397	35%	65%	
	- 30 años < 50 años	91,458	59%	41%	95,924	60%	40%	19,072	25%	75%	12,316	47%	53%	
	> 50 años	10,514	52%	48%	12,235	53%	47%	3,843	46%	54%	1,391	53%	47%	
	Órgano de gobierno													
	Miembros independientes	4	25%	75%				Nos regimos por el órgano de Gobierno Corporativo de WM México y CAM			ND			
	-Minorías	No												
	- Grupos de edad	100% > 50 años												
LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.		No existe diferencia entre los sueldos por sexo, edad, religión, preferencia sexual o ideología política. Contamos con un tabulador salarial y las diferencias se deben al desempeño individual de cada asociado, mismo que se evalúa anualmente en base a comportamientos de éxito y antigüedad en la empresa.			No existe diferencia entre los sueldos por sexo, edad, religión, preferencia sexual o ideología política. Contamos con un tabulador salarial y las diferencias que existen se deben al desempeño individual de cada asociado, mismo que se evalúa anualmente en base a comportamientos de éxito y antigüedad en la empresa.			No existe diferencia entre los sueldos por sexo, edad, religión, preferencia sexual o ideología política. Contamos con un tabulador salarial y las diferencias se deben al desempeño individual de cada asociado, mismo que se evalúa anualmente en base a comportamientos de éxito y antigüedad en la empresa.			No existe diferencia entre los sueldos por sexo, edad, religión, preferencia sexual o ideología política. Contamos con un tabulador salarial y las diferencias que existen se deben al desempeño individual de cada asociado, mismo que se evalúa anualmente en base a comportamientos de éxito y antigüedad en la empresa.		
LA15 Regreso al trabajo y tasas de retención después de un permiso de maternidad/ paternidad por género.	- Número de empleados que tienen derecho a un permiso de maternidad/paternidad.	100%			100%			100%			100%			
	-Número de empleados que regresaron después de un permiso de maternidad/ paternidad.	ND			De 4,796 asociadas con ausencia por maternidad 3,464 continuaban trabajando al 31 diciembre 2012.			ND			De 967 asociadas con ausencia por maternidad 861 continuaban trabajando al 31 diciembre 2012.			

INDICADORES DE DESEMPEÑO

DERECHOS HUMANOS

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
HR1 Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	- Número total de acuerdos de inversión.	No se tienen acuerdos de inversión El Contrato de Proveedores que se firma con todos los proveedores y en el que se estableces los términos de la proveeduría, contiene el clausulado relativo al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables a la actividad que desarrolle el proveedor conforme a su giro de fabricación, elaboración o importación de productos, incluyendo las relativas a la no contratación de menores de edad y el pago de todas las prestaciones establecidas en la Ley Federal del Trabajo.	No se tienen acuerdos de inversión. El Contrato de Proveedores que se firma con todos los proveedores, contiene el clausulado relativo al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables a la actividad que desarrolle el proveedor conforme a su giro de fabricación, elaboración o importación de productos, incluyendo las relativas a la no contratación de menores de edad y pago de todas las prestaciones establecidas en la Ley Federal del Trabajo.	No se tienen acuerdos de inversión El Contrato de Proveedores que se firma con todos los proveedores y en el que se estableces los términos de la proveeduría, contiene el clausulado relativo al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables a la actividad que desarrolle el proveedor conforme a su giro de fabricación, elaboración o importación de productos, incluyendo las relativas a la no contratación de menores de edad y el pago de todas las prestaciones establecidas en la ley laboral.	No se tienen acuerdos de inversión. El Contrato de Proveedores que se firma con todos los proveedores, contiene el clausulado relativo al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables a la actividad que desarrolle el proveedor conforme a su giro de fabricación, elaboración o importación de productos, incluyendo las relativas a la no contratación de menores de edad y pago de todas las prestaciones establecidas en la ley laboral.
HR2 Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	Porcentaje de contratos con cláusulas o que son objeto de análisis en materia de derechos humanos.	100%	100%	100%	100%
HR3 Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aspectos de derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Asociados				
	- Empleados del área de seguridad	100%	ND	ND	ND
	Capacitación corporativa				
	- Número de cursos	8	ND	9	ND
	- Número de sesiones	ND	ND	ND	ND
	- Número de asociados	54,643	ND	19,126	ND
	- Porcentaje de asociados (vs. empleados permanentes)	28%	ND	67%	ND
HR4 Número total de incidentes y medidas adoptadas.	Línea Directa (mecanismo interno)				
	- Número total de incidentes	11	1,559	16	590
	- Incidentes con medidas disciplinarias de acuerdo a nuestra normatividad	8	573	ND	280
	- Incidentes no comprobados	3	986	ND	310

INDICADORES DE DESEMPEÑO

DERECHOS HUMANOS *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
HR5 Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Actividades y proveedores en las que se haya detectado una amenaza a los derechos de los empleados.	Ninguna, ya que se da un estricto cumplimiento a la Ley Federal de Trabajo.	Ninguna, ya que se da un estricto cumplimiento a la Ley de Trabajo de cada país.	Ninguna, ya que se da un estricto cumplimiento a la Ley de Trabajo de cada país.	Ninguna, ya que se da un estricto cumplimiento a la Ley de Trabajo de cada país.
HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.		Walmart de México y Centroamérica cumple con la Ley Federal del Trabajo al contratar sólo a personas con edad mínima de 18 años cumplidos. El contrato de proveedores y el programa de Estándares Éticos para Proveedores contiene cláusulas de responsabilidad laboral relativas al cumplimiento de la Ley Federal del Trabajo y el respeto a la normatividad laboral.	Walmart de México y Centroamérica cumple con la Ley Federal del Trabajo al contratar sólo a personas con edad mínima de 18 años cumplidos. El contrato de proveedores y el programa de Estándares Éticos para Proveedores contiene cláusulas de responsabilidad laboral relativas al cumplimiento de la Ley Federal del Trabajo y el respeto a la normatividad laboral.	Walmart de México y Centroamérica cumple con la Ley del Trabajo de cada país. Para ser proveeodor o prestador de servicios, deben fijarse términos y condiciones de la relación comercial incluyendo obligaciones relativas al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables, incluso la no contratación de menores de edad, de extranjeros que no tengan permisos, y el pago de todas las prestaciones establecidas en la ley laboral.	Walmart de México y Centroamérica cumple con la Ley del Trabajo de cada país. Para ser proveeodor o prestador de servicios que se fijen los términos y condiciones de la relación comercial incluyendo las obligaciones relativas al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables, a la no contratación de menores de edad, de extranjeros que no tengan los permisos, y el pago de todas las prestaciones establecidas en la ley laboral.
HR7 Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.		Walmart de México y Centroamérica está alineada a las leyes y normas de trabajo y seguridad que establecen las autoridades oficiales. Con lo anterior aseguramos que nuestro comportamiento empresarial evita este tipo de prácticas.	Walmart de México y Centroamérica está alineada a las leyes y normas de trabajo y seguridad que establecen las autoridades oficiales. Con lo anterior aseguramos que nuestro comportamiento empresarial evita este tipo de prácticas.	Walmart de México y Centroamérica está alineada a las leyes y normas de trabajo y seguridad que establecen las autoridades oficiales. Con lo anterior aseguramos que nuestro comportamiento empresarial evita este tipo de prácticas.	Walmart de México y Centroamérica está alineada a las leyes y normas de trabajo y seguridad que establecen las autoridades oficiales. Con lo anterior aseguramos que nuestro comportamiento empresarial evita este tipo de prácticas.
	- Mecanismos internos en caso de inconformidad	• Política de Puertas Abiertas • Línea Directa • Cumplimiento normativo	• Política de Puertas Abiertas • Línea Directa • Cumplimiento normativo	• Política de Puertas Abiertas • Línea Directa • Cumplimiento normativo	• Política de Puertas Abiertas • Línea Directa • Cumplimiento normativo
HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	**- Personal de prevención y pérdidas**	100%	100%	100%	100%
	- Personal de seguridad subcontratado	100%	100%	100%	100%
HR9 Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	- Número de incidentes	No se tiene registro de incidentes.	No se tiene registro de incidentes.	No se tiene registro de incidentes.	No se tiene registro de incidentes.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

DERECHOS HUMANOS *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
HR10 Porcentaje y número total de operaciones que han sido sometidas a revisión de derechos humanos y/o evaluación de impacto.		El primer prinicipio básico de Walmart México y CAM es el Respeto por el individuo. Todas las operaciones de la compañía se llevan a cabo bajo el estricto cumplimiento de las leyes y el respeto por los derechos humanos.	El primer prinicipio básico de Walmart de México y Centroamérica es el Respeto por el Individuo. Todas las operaciones de la compañía se llevan a cabo bajo el estricto cumplimiento de las leyes y el respeto por los derechos humanos.	El primer prinicipio básico de Walmart México y CAM es el Respeto por el individuo. Todas las operaciones de la compañía se llevan a cabo bajo el estricto cumplimiento de las leyes y el respeto por los derechos humanos.	El primer prinicipio básico de Walmart de México y Centroamérica es el Respeto por el Individuo. Todas las operaciones de la compañía se llevan a cabo bajo el estricto cumplimiento de las leyes y el respeto por los derechos humanos.
HR11 Número de quejas relacionadas con derechos humanos, presentadas, atendidas y resueltas a través de un mecanismo formal de quejas.		La Comisión de Derechos Humanos de Tamaulipas recibió queja de una persona que supuestamente no fue contratada por discriminación por obesidad. Se informó que la empresa no incurre en esa ni en ninguna otra práctica discriminatoria.	No se tiene registro de incidentes.	ND	No se tiene registro de incidentes.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

SOCIEDAD

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
S01 Operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	**Descripción de los programas de desarrollo, evaluaciones de impacto y participación con la comunidad**				
	Número y porcentaje total de operaciones con participación en:				
	- Programas de desarrollo	ND	• Hambre • Cadenas Productivas • Mujeres • Voluntariado y desastres	ND	ND
	- Evaluaciones de impacto	ND	Medimos el impacto a través de dos indicadores: "Incremento en el ingreso disponible de familias beneficiadas" y "Disponibilidad de alimentos".	ND	ND
	- Participación con la comunidad	ND	A través de nuestro programa de Voluntariado la comunidad participa realizando actividades de mejoramiento de espacios públicos. Con nuestro programa de Desastres apoyamos a las víctimas con donativos en especie.	ND	ND
	Filantropía				
	Total recursos canalizados	MX$554.09	MX$581.6	MX$15.2	MX$42.61
	- % de la empresa	95.4%	96%	86%	18%
	- % de socios, clientes y proveedores	4.6%	4%	14%	21%
	- Personas beneficiadas	2.1 millones	2 millones	665,000	1.3 millones
	- Presencia	en 31 estados de la República y el DF	En 31 estados de la República y el DF	51 provincias en 5 países	5 países
	- Instituciones colaboradoras	241	215	143	157

INDICADORES DE DESEMPEÑO

SOCIEDAD *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
S01 Operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	**Hambre**				Apoyo a Banco de Alimentos en Costa Rica, Nicaragua, Honduras y Guatemala
	- Personas apoyadas mensualmente	588,838	547,823	ND	53,020
	- Total de toneladas anuales	22,400 ton	22,510 ton	ND	777 ton
	- Equivalencia monetaria	MX$520.34	MX$497.80	MX$3.5	MX$ 18.2
	Iniciativas				
	Atención a desnutrición				
	- Niños con desnutrición atendidos	10,170	4,265	-	-
	- % niños que alcanzó estado de nutrición normal	33%	49%	-	-
	Huertos y granjas familiares	3,656	49%	-	-
	- Personas beneficiadas	15,348	10,790	Costa Rica: 5 Centros de Atención Prioritaria	-
	- Estados beneficiados	13	10	• Niños atendidos mensual-mente: 750	-
	Sistemas de captación de agua	752	167		-
	- Personas beneficiadas	3,760	835	Nicaragua: Alimentación Sana con Visión Mundial	-
	- Estados beneficiados	8	7	• Huertos 65	-
	Sanitarios secos	408	48	• Niños beneficiados 403	-
	- Personas beneficiadas	2,040	240	• Adultos beneficiados 100	-
	Estufas ecológicas	256	27	El Salvador: Huerto hidropónico y granja	-
	- Personas beneficiadas	1,280	135	• Niños beneficiados 5,946	-
	- Estados beneficiados	3	2	• Provincias 6	-
	Construcción de vivienda	50	20	Honduras: Huertos en Cerro de Plata y en Colinas de Oriente con Visión Mundial, programa de desarrollo en Montaña del Hisopo.	-
	- Personas beneficiadas	250	10	• Huertos comunitarios 2 • Niños beneficiados 287 • Beneficiarios totales 765	-

INDICADORES DE DESEMPEÑO

SOCIEDAD *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
S01 Operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	**Comercialización de productos indígenas**				
	- Instituciones beneficiadas	12	13	-	-
	- Comunidades beneficiadas	62	73	-	-
	- Estados de la República	9	9	-	-
	- Compras totales (incluye compras internas)	MX$3.4	MX$3.5	-	-
	- Piezas totales (incluye compras internas)	103,382	211,003	-	-
	- Reintegro de utilidades (el programa reintegra el 100%)	MX$381,930	$561,579	Diversificación agrícola en El Salvador	-
	- Beneficiarios directos	1,907	1,861	• Pequeños productores impulsados 103	-
	- Beneficiarios indirectos	7,555	5,567	• Compras generadas: MX$15	-
	- Tiendas participantes	366	295	• Incremento en el ingreso: 500%	-
	- Proyectos productivos autosustentables	13	21	-	-
	- Incremento en ingresos	37%	38	-	-
	Agricultura Sustentable				
	- Estados de la República	ND	5	-	-
	- Cadenas productivas	ND	6	-	-
	- Compras totales	ND	MX$3	-	-
	- Compras totales	ND	538.68 ton	-	-
	- Beneficiarios directos	ND	542	-	-
	- Cedis paticipantes	ND	2	-	-
	- Beneficiarios indirectos	ND	1,670	-	-
	- Proyectos productivos autosustentables	ND	6	-	-
	Desastres naturales				
	- Toneladas canalizadas	369.7	274	MX$1.1	162
	- Damnificados apoyados	108,595	124,545	11,625	15,000
	- Donaciones clientes	MX$509,692	MX$3	-	MX$4.13
	- Donación Fundación Walmart de México	MX$4.9	MX$1.5	-	MX$1.85
	Donaciones totales a desastres	MX$5.4	MX$4.3	-	MX$5.98
	Desastres atendidos	• Terremoto y tsunami en Japón. • 8 estados apoyados por desastres naturales: Chihuahua, Colima, DF, Edo. de México, Jalisco, Oaxaca, Tabasco y Veracruz.	• Sequía 5 estados apoyados: Chihuahua, Durango, San Luis Potosí, Coahuila y Zacatecas	• Terremoto/tsunami Japón • Depresión Tropical E12	• Costa Rica: Inundaciones en el Atlántico y terremoto de 7.6° Richter en Península de Nicoya. • Guatemala: Terremoto de 7.2° Richter en San Marcos.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

SOCIEDAD *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
SO1 Operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	**Voluntariado**				
	- Voluntarios	122,060	130,996	5,342	6,691
	- Jornadas	3,085	3,211	163	162
	- Estados beneficiados (se incluye el DF)	32	32	5 países	5 países
	- Personas beneficiadas	1.5 millones	1.3 millones	ND	882,824
	- Asociados que participaron en más de una actividad	69,934	26,481	-	-
	- Clientes y familiares	7,225	12,461	-	-
	- Horas hombre de clientes y familiares	17,216	34,401	-	-
	Programas clientes, socios y proveedores				
	Aportaciones	MX$10.9	MX$23	MX $2	-
	Tarjeta de Ayuda Social	MX$5.4	MX$5.30	• Cuadernos con Corazón (Guatemala) $166,944	• Fortalecimiento Mujeres Emprendedoras de La Chureca en Nicaragua con Manna Project International (MPI) - Aporte $360,858.7 • Primer Diplomado de Mujeres en Honduras con Vital Voices - Aporte $328,340 • Mujeres a la Obra en El Salvador con Asociación de Proveedores Agrícolas (APA) - Aporte $348,340 • Organika y Oxlajú en Guatemala con Asociación Gremial de Empresarios Rurales (AGER) Aporte $407,141.6 • Mujeres con Futuro en Costa Rica, Nicaragua, Honduras y El Salvador con Visión Mundial - Aporte MX$ 2.9
	-Personas beneficiadas	4,353	4,143	• Niños beneficiados 68,846 115 escuelas	505 mujeres y sus familias
	Programa de comercialización			• Campaña Hiper Soli (Honduras) $ 121,118.9	• Campaña Hiper Soli (Honduras) $46,033
	- Ventas	MX$2.5	MX$3.5	• Personas apoyadas 504	• Personas apoyadas 200
	- Venta en piezas	76,923	75,570	• Dulce Ayuda (Costa Rica) $ 561,681	• Dulce Ayuda (Costa Rica) MX$3.26 por clientes
	- Beneficiarios	1,907	1,861	• Campaña Soy Pilita (Costa Rica) MX$1.2	200 niños por año

INDICADORES DE DESEMPEÑO

SOCIEDAD *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México		2011 CAM	2012 CAM
S01 Operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	**Campañas navideñas**					
	- Beneficiarios	152,187	138,007			Tour Navideño en El Salvador, Árbol de Ángeles en oficinas centrales de los 5 países; ambos con instituciones que benefician a la niñez.
	- Campaña con Suburbia (prendas/beneficiarios)	84,691	84,349	Fundación Walmart donó 84.349 ton		• Niños beneficiados 1,136
	- Campaña con Walmart, Superama, SAM's, Bodega Aurrerá, Cedis y oficinas (beneficiarios)	38,321	42,387	Fundación Walmart donó 42,387 ton		-
	- Donación al Juguetón de TV Azteca	29,175	11,271 niños	34,140 juguetes donados por clientes y 10,945 por Fundación Walmart		-
	Campaña "Tu Ayuda es el Alimento"					
	- Donativo clientes	234	NA		-	-
	- Donativo clientes	MX$2.8	NA		-	-
	- Donativo aliados	69 ton	NA		-	-
	- Donativo aliados	MX$1.1	NA		-	-
	- Donativo Fundación Walmart de México	MX$8	NA		-	-
	- Impacto sobre comunidades y economías locales.	Medimos los impactos de las comunidades a través de dos indicadores: "Disponibilidad de alimentos" e "Incremento de ingresos".	Medimos el impacto a través de dos indicadores: "Incremento en el ingreso disponible de familias beneficiadas" y "Diponibilidad de alimentos".		-	-
	- Evaluación de necesidades de la comunidad.	Las 257 organizaciones apoyadas realizan la evaluación de necesidades en la comunidad antes de recibir el donativo de nuestra parte.	Las 215 organizaciones apoyadas realizan la evaluación de necesidades en la comunidad antes de recibir el donativo de nuestra parte.		-	-
S02 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.		La Declaración de Ética es la columna vertebral de la Cultura Walmart y garantiza que cumplimos con la legislación.	La Declaración de Ética es la columna vertebral de la Cultura Walmart y garantiza que cumplimos con la legislación.		La Declaración de Ética es la columna vertebral de la Cultura Walmart y garantiza que cumplimos con la legislación.	La Declaración de Ética es la columna vertebral de la Cultura Walmart y garantiza que cumplimos con la legislación.
	-Total de unidades de negocio analizadas	2,095	ND		625	ND
	- Porcentaje de unidades de negocio analizadas	100%	ND		100%	ND

INDICADORES DE DESEMPEÑO

SOCIEDAD *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
S03 **Empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.**	**Capacitación Declaración de Ética y Anticorrupción**	La empresa cuenta con un Programa Global Anticorrupción en el que se desarrolló un curso específico sobre el tema. Impartición de cursos y talleres en línea y presenciales a asociados de las áreas con mayor relación con dicho programa. Además, la Declaración de Ética que es un código de conducta, que se da a conocer a cada nuevo integrante de nuestra empresa, incluye un apartado de la Política Anticorrupción.	Como parte integral del Programa Anticorrupción de Walmart, en el 2012 se impartieron cursos y talleres presenciales a 7,765 asociados de las áreas con mayor interacción con dicho programa, y a terceros intermediarios. Asimismo, se desarrolló un nuevo curso en línea sobre el programa anticorrupción que será lanzado en el 2013. Para mayor detalle sobre las acciones que se han tomado con relación al programa anticorrupción, incluido el entrenamiento de asociados y terceros, favor de consultar: Nota 1 inciso b) número I de los estados financieros de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2012.	La empresa cuenta con un Programa Global Anticorrupción en el que se desarrolló un curso específico sobre el tema. Impartición de cursos y talleres en línea y presenciales a asociados de las áreas con mayor relación con dicho programa. Además, la Declaración de Ética que es un código de conducta, que se da a conocer a cada nuevo integrante de nuestra empresa, incluye un apartado de la Política Anticorrupción.	Como parte integral del Programa Anticorrupción de Walmart, en el 2012 se impartieron cursos y talleres presenciales a 7,765 asociados de las áreas con mayor interacción con dicho programa, y a terceros intermediarios. Asimismo, se desarrolló un nuevo curso en línea sobre el programa anticorrupción que será lanzado en el 2013. Para mayor detalle sobre las acciones que se han tomado con relación al programa anticorrupción, incluido el entrenamiento de asociados y terceros, favor de consultar: Nota 1 inciso b) número I de los estados financieros de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2012.
	Asociados vía CBL	47,723		Este indicador se reporta de manera consolidada en México y Centroamérica.	
	Asociadoss en línea	5,940			
	Asociados presencial	10,819			
S04 **Incidentes de corrupción.**	Incidentes con empleados Incidentes con proveedores - Medidas adoptadas en respuesta a los incidentes. -Demandas contra la organización o alguno de sus empleados y el resultado.	La empresa tiene cero tolerancia ante este tipo de situaciones.	En este momento Walmart está siendo objeto de una investigación sobre supuestas violaciones a la Ley de Prácticas Corruptas de los Estados Unidos. Para mayor detalle, favor de consultar: Nota 1 inciso b) número I de los estados financieros de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2012.	La empresa tiene cero tolerancia ante este tipo de situaciones.	En este momento Walmart está siendo objeto de una investigación sobre supuestas violaciones a la Ley de Prácticas Corruptas de los Estados Unidos. Para mayor detalle, favor de consultar: Nota 1 inciso b) número I de los estados financieros de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2012.
S05 **Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas, y actividades de cabildeo.**		Las actividades de participación pública se llevan a cabo a través de las diferentes cámaras nacionales y locales de las que formamos parte.	Las actividades de participación pública se llevan a cabo a través de las diferentes cámaras nacionales y locales de las que formamos parte.	Las actividades de participación pública se llevan a cabo a través de las diferentes cámaras nacionales y locales de las que formamos parte.	Las actividades de participación pública se llevan a cabo a través de las diferentes cámaras nacionales y locales de las que formamos parte.
S06 **Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.**		No se efectúan aportaciones a partidos políticos ni a sus instituciones relacionadas.	No se reportan aportaciones a partidos políticos ni a instituciones relacionadas.	No se efectúan aportaciones a partidos políticos ni a sus instituciones relacionadas.	No se reportan aportaciones a partidos políticos ni a instituciones relacionadas.
S07 **Total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopólicas y contra la libre competencia, y sus resultados.**		No se ha incurrido en prácticas monopólicas, ni en contra de la libre competencia.	No se ha incurrido en prácticas monopólicas, ni en contra de la libre competencia.	No se ha incurrido en prácticas monopólicas, ni en contra de la libre competencia.	No se ha incurrido en prácticas monopólicas, ni en contra de la libre competencia.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

SOCIEDAD *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
SO8 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones .		No se reportan multas administrativas ni sanciones no monetarias significativas (consideramos significativo aquellas que rebasan los MX $1.2).	No se reportan multas ni sanciones no monetarias significativas (consideramos significativas aquellas que rebasan los MX$1.2.	No se reportan multas administrativas ni sanciones no monetarias significativas (consideramos significativo aquellas que rebasan los MX $1.2).	No se reportan multas administrativas ni sanciones no monetarias significativas (consideramos significativo aquellas que rebasan los MX$1.2.
SO9 Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.		En todas las locaciones participamos con la comunidad buscando ser un buen vecino aportando beneficios a nuestro entorno, cuidando el medio ambiente y apoyando la economía de las familias; por ello no representamos un impacto negativo en las comunidades.	En todas las locaciones participamos con la comunidad buscando ser un buen vecino aportando beneficios a nuestro entorno, cuidando el medio ambiente y apoyando la economía de las familias; por ello no representamos un impacto negativo en las comunidades.	En todas las locaciones participamos con la comunidad buscando ser un buen vecino aportando beneficios a nuestro entorno, cuidando el medio ambiente y apoyando la economía de las familias; por ello no representamos un impacto negativo en las comunidades.	En todas las locaciones participamos con la comunidad buscando ser un buen vecino aportando beneficios a nuestro entorno, cuidando el medio ambiente y apoyando la economía de las familias; por ello no representamos un impacto negativo en las comunidades.
SO10 Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.		En todos los diseños de proyectos se cumple con la legislación ambiental y de desarrollo urbano. En la construcción se emplean medidas de mitigación, tales como: manejo de residuos, programas de rescate de flora y fauna etc.	En caso de que existan terrenos con hidrocarburos en el suelo y/o residuos peligrosos, Walmart siempre los dispone de conformidad con legislación. En todos los diseños de proyectos se cumple con la legislación ambiental y de desarrollo urbano. En la construcción de los mismos se emplean medidas de mitigación, tales como manejo de residuos, programas de rescate de flora y fauna, etc.	En todos los diseños de proyectos se cumple con la legislación ambiental y de desarrollo urbano. En la construcción se emplean medidas de mitigación, tales como: manejo de residuos, programas de rescate de flora y fauna etc.	En caso de que existan terrenos con hidrocarburos en el suelo y/o residuos peligrosos, Walmart siempre los dispone de conformidad con la legislación. En todos los diseños de proyectos se cumple con la legislación ambiental y de desarrollo urbano. En la construcción de mismos se emplean medidas de mitigación, tales como manejo de residuos, programas de rescate de flora y fauna, etc.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
PR1 **Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.**	Marcas Estratégicas				
	- Desarrollo de concepto	No	No	Sí	Sí
	- Investigación y Desarrollo (I+D)	Sí	Sí	Sí	Sí
	- Certificación	Sí	Sí	Sí	Sí
	- Manufactura y producción	Sí	Sí	Sí	Sí
	- Marketing y promoción	No	No	No	No
	- Almacenaje, distribución y suministro	Sí	Sí	Sí	Sí
	- Utilización y servicio	No	No	Sí	Sí
	- Eliminación, reutilización y reciclaje	Sí	Sí	No	No
	Productos Marcas Estratégicas	1,171	1,685	1,200	1,167
	% productos evaluados (Marcas Estratégicas)	100%	85%	100%	100%
		Proveedores Marcas Estratégicas: • 100% de los ingredientes y materias primas autorizadas en la Normatividad Mexicana (Secretaría de Salud, Sagarpa, Cofepris). En desarrollos de niños, no incluimos sustitutos de azúcar que puedan crear reacciones alérgicas o sensibilidades. • Los prototipos de productos a lanzar son evaluados en competitividad con respecto al contratipo. • Los artículos resurtibles de Marcas Estratégicas están dentro de un programa anual de análisis para asegurar el cumplimiento con la normatividad aplicable. • Todas las fábricas en las que se elaboran productos de Marcas Estratégicas son auditadas por firmas autorizadas que verifican el cumplimiento de Buenas Prácticas de Manufactura, Seguridad Alimentaria y Estándares Éticos.	Seguimos con el mismo criterio del año anterior. Adicionalmente se han incluido inspecciones de Seguridad de la Cadena de Abasto (Supply Chain Security) a plantas de proveedores que están fabricando en el extranjero y se internan en el país via CMA.	En función de la naturaleza del producto, los fabricantes asignan el ciclo de vida que corresponde. Existe un estrico control para no comercializar productos caducos. Las unidades hacen revisiones diarias.	En función de la naturaleza del producto, los fabricantes asignan el ciclo de vida que corresponde. Existe un estrico control para no comercializar productos caducos. Las unidades hacen revisiones diarias.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
PR1 **Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.**		• Los productos tienen número de lote y caducidad que asegura la calidad óptima de éstos durante la vida de anaquel establecida. Las etiquetas cuentan con leyendas e instrucciones que facilitan el manejo del producto por el consumidor; algunas de estas leyendas son de conservación. • Existen especificaciones con proveedores que son enviadas a Cedis para la inspección de productos. **Resto de proveedores:** • En función de la naturaleza del producto, los fabricantes asignan el ciclo de vida que corresponde. Existe un estricto control para no comercializar productos caducos. • Las unidades hacen revisiones diarias.			
PR2 **Total de incidentes derivados del incumplimiento de regulación legal o de códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.**	**Total de incidentes salud y seguridad**	14	10	ND	ND
	- Con resultado en multa o sanción	3	13 multas impuestas por Secretaría de Salud y 130 multas por Profeco	ND	ND
	- Con resultado en amonestación	0	2 por parte de Secretaría de Salud	ND	ND
	- Con resultado en incumplimiento de códigos voluntarios	0	0	ND	ND
	- Visitas de la autoridad sanitaria y Profeco	2,353	3,095 de las cuales : 1,933 fueron visitas de Secretaría de Salud y 1,162 de Profeco	NA	NA
	-Órdenes de retiro	51	46	ND	ND
	- Órdenes de retiro por caducidad	0	10, de las cuales 5 correspondieron a Secretaría de Salud y 5 de Profeco	ND	ND
	Control Interno				
	- Rechazos por salud, seguridad y/o calidad	0		ND	ND

INDICADORES DE DESEMPEÑO

RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
PR3 **Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.**	**Requerimientos de información y etiquetado**	Las etiquetas de los productos nacionales de marcas propias pasan por el proceso de revisión y validación del área Legal. Durante 2011, se realizó el análisis de 634 etiquetas de alimentos y mercancías generales; y 352 de marca propia de medicamentos, dando un total de 986 etiquetas.	Las etiquetas de los productos nacionales de marcas propias pasan por el proceso de revisión y validación del área Legal. Durante 2012 el área Legal realizó el análisis de 984 etiquetas de alimentos, mercancías generales y medicamentos de marca propia. Por su parte, el área de Marcas Estratégicas envió a revisión 248 etiquetas de diversos productos de marcas propias con el Bufete en Comercio Exterior y Normalización, S.A. de C.V.	-	-
	- Procedencia de los componentes del producto				
	- Contenido de sustancias (en especial de aquellas con impacto ambiental o social)				
	- Utilización segura del producto o servicio				
	- Forma de eliminación del producto (su impacto ambiental o social)				
	% Productos Marcas Estratégicas	100%		100%	
	Otros	• Los contratos comerciales que se celebran con proveedores contienen la obligación de cumplir con la normatividad. • Calidad Corporativa revisa de manera aleatoria en Cedis, productos de Marcas Estratégicas para validar la información de etiquetado. • El 100% de las etiquetas de marcas propias deben ser validadas por áreas internas de la compañía o por unidades de verificación acreditadas.	• Los contratos comerciales que se celebran con proveedores contienen la obligación de cumplir con la normatividad. • Calidad Corporativa revisa de manera aleatoria en Cedis, productos de marcas propias para validar la información de etiquetado. • El 100% de las etiquetas de marca propias deben ser validadas por las áreas internas de la compañía o por Unidades de Verificación Acreditadas.	• Los contratos comerciales que se celebran con proveedores contienen la obligación de cumplir con la normatividad. • Calidad Corporativa revisa de manera aleatoria en Cedis, productos de Marcas Estratégicas para validar la información de etiquetado. • El 100% de las etiquetas de marcas propias deben ser validadas por áreas internas de la compañía o por unidades de verificación acreditadas.	• Los contratos comerciales que se celebran con proveedores contienen la obligación de cumplir con la normatividad.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
PR4 Total de incumplimientos de la regulación y de códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	**Total de incidentes de etiquetado / Info.**	128	148	ND	ND
	- Con resultado en multa o sanción	31	49	ND	ND
	- Con resultado en amonestación	0	0	ND	ND
	- Con resultado en incumplimiento de códigos voluntarios	0	0	ND	ND
	- Procesos de la autoridad por incumplimiento	128	148	ND	ND
	- Casos de marcas propias	5	4 casos, de los cuales 3 se encuentran en litigio, excepto un procedimiento en el que se corrigió de inmediato la etiqueta del producto.	ND	ND
	Total de productos	ND			ND
	Otros	El área de Calidad Corporativa realiza la revisión aleatoria del etiquetado de textiles para marcas propias en los Cedis. Este año se rechazaron 42 productos por incumplimiento con la NOM de etiquetado.	El área de Calidad Corporativa realiza la revisión aleatoria al etiquetado de textiles para marcas propias en los centros de distribución. Este año se rechazaron 664 productos por incumplimiento con la NOM de etiquetado.	• Se desarrolló una guía de cumplimiento de acuerdo con la legislación de cada país y el nuevo reglamento técnico centroamericano de etiquetado. El área de Cumplimiento atendió 512 consultas referentes a etiquetado y los registros sanitarios.	• Se desarrolló una guía de cumplimiento de acuerdo con la legislación de cada país y el nuevo reglamento técnico centroamericano de etiquetado.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	**Clientes**	Centro de Atención Telefónica (CAT) *Call center* para información, comentarios y sugerencias de clientes. • La queja se canaliza al área correspondiente. • Plazo máximo de solución: 48 horas. • El operador telefónico da seguimiento hasta el cierre de la incidencia. • Sistema de escalamiento para situaciones específicas. • Se mide satisfacción del cliente seleccionando el 10% de las quejas de manera aleatoria para evaluar el nivel de solución.	Centro de Atención Telefónica (CAT) *Call center* para información, comentarios y sugerencias de clientes. • La queja se canaliza al área correspondiente. • Plazo máximo de solución: 48 horas. • El operador telefónico da seguimiento hasta el cierre de la incidencia. • Sistema de escalamiento para situaciones específicas. • Se mide satisfacción del cliente seleccionando el 10% de las quejas de manera aleatoria para evaluar el nivel de solución.	Servicio de Atención al Cliente (SAC) *Call center* para información, comentarios y sugerencias de clientes. Cada mes, medimos el nivel de satisfacción de nuestros clientes a través de la herramienta de investigación Store Track. En el 2011 el índice de satisfacción para Total Centroamérica fue de 88%.	Servicio de Atención al Cliente (SAC) *Call center* para información, comentarios y sugerencias de clientes. Cada mes, medimos el nivel de satisfacción de nuestros clientes a través de la herramienta de investigación Store Track. En el 2012 el índice de satisfacción para Total Centroamérica fue de 86%.
	Total de llamadas	219,505	315,261	184,444	211,091
	- % contestación	73%	89%	ND	ND
	- Total de quejas	12,435	15,812	ND	ND
	- % quejas	5.7%	5%	7%	7%
	- % atención de quejas igual o menor a 48 horas	83%	84%	ND	ND
	- % respuesta a quejas	100%	100%	100%	100%
		Controles de ejecución en tienda: Revisión de los estándares de ejecución en tienda a través de Mystery Shoppers. • Indicador mensual por unidad y operadora.	Controles de ejecución en tienda: Rallys: Revisión de los estándares de ejecución en tienda a través de Mystery Shoppers. • Indicador mensual por unidad y operadora. • Rápido, amable, limpio y seguro son las dimensiones que mide dicho estudio. • Las variables que se miden son: agotamientos, precios correctos, filas en cajas, el asociado acompañó al cliente hasta el producto y sanitarios limpios. Se entrega un reporte unificado con principales oportunidades en *call center* y Rallys.	NA	NA

INDICADORES DE DESEMPEÑO

RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México				2012 México				2011 CAM	2012 CAM
PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	**Proveedores**	**Encuesta de satisfacción de proveedores** • Estudio cuantitativo a través de un tercero, que mide el nivel de desempeño y satisfacción de proveedores. • Se obtiene un indicador anual que muestra el ranking que ocupa la operadora en el mercado. • Se obtiene benchmark vs. mercado.				**Encuesta de satisfacción de proveedores** • Estudio cuantitativo a través de un tercero, que mide el nivel de desempeño y satisfacción de proveedores. • Se obtiene un indicador anual que muestra el ranking que ocupa la operadora en el mercado. • Se obtiene benchmark vs. mercado.				NA	NA
	Rankings	Bodega	Walmart	Superama	Sam's	Bodega	Walmart	Superama	Sam's	NA	ND
	- Cadena de suministro	2	3	1	4	2	3	1	4	NA	ND
	- Relaciones de negocio	1	5	2	4	1	5	2	4	NA	ND
	- Categorías	1	2	3	4	1	2	3	4	NA	ND
	- Organización	2	3	1	5	2	3	1	5	NA	ND
	- Desempeño en tiendas	1	6	3	5	1	6	3	5	NA	ND
PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.		• Estricto apego a la ética y legalidad. • El área Legal analiza las campañas y anuncios publicitarios para el cumplimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el Reglamento Sanitario en Materia de Publicidad, las Normas Oficiales Mexicanas y demás regulaciones aplicables. • De manera permanente las áreas de Marketing envían para consulta y validación las campañas publicitarias, promociones, concursos y demás programas de beneficios a consumidores. • Procedimientos de Publicidad Comparativa para que el personal de tiendas ejecute en apego a la ética y legalidad.				• Estricto apego a la ética y legalidad • El área legal analiza las campañas y anuncios publicitarios para el cumplimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el Reglamento Sanitario en Materia de Publicidad, las Normas Oficiales Mexicanas y demás regulaciones aplicables. • De manera permanente las áreas de Marketing envían para consulta y validación las campañas publicitarias, promociones, concursos y demás programas de beneficios a consumidores. • Procedimiento de Publicidad Comparativa para que el personal de tiendas ejecute en apego a la ética y legalidad.				• Estricto apego a la ética y legalidad. • El área Legal analiza las campañas y anuncios publicitarios para el cumplimiento de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el Reglamento Sanitario en Materia de Publicidad, las Normas Oficiales Mexicanas y demás regulaciones aplicables. • De manera permanente las áreas de Marketing envían para consulta y validación las campañas publicitarias, promociones, concursos y demás programas de beneficios a consumidores. • Procedimientos de Publicidad Comparativa para que el personal de tiendas ejecute en apego a la ética y legalidad.	-

INDICADORES DE DESEMPEÑO

RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
PR7 Total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	**Total de incidentes de comunicaciones de marketing**	6	25 procedimientos, de los cuales 22 son errores en la ejecución de señalización en tiendas de acuerdo al Procedimiento de Competencia vigente y 3 por falta de información en materiales de publicidad, mismos que fueron corregidos de forma inmediata.	ND	
	- Con resultado en multa o sanción	2	19 multas por publicidad comparativa	ND	
	- Con resultado en amonestación	0	1	ND	
	- Con resultado en incumplimiento de códigos voluntarios	0	0	ND	
		Las irregularidades derivan de errores en la ejecución del procedimiento de publicidad comparativa corregidos en el momento.	Las irregularidades derivadas de la ejecución del procedimiento de competencia vigente a cargo de las unidades se corrigieron de inmediato, presentando evidencia a Profeco. El área de Legal, de manera constante, envía comunicados a las tiendas para recordarles los lineamientos de publicidad comparativa.		
PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes .	**Reclamaciones de privacidad y fuga de datos**				
	Procedentes	0	ND	0	ND
	No procedentes	0	ND	0	ND
	- De terceros, fundamentadas por la organización	0	ND	0	ND
	- De órganos reguladores	0	ND	0	ND
PR9 Coste de multas significativas por incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Importe de multas significativas	No se reportan multas significativas en el periodo (considerando significativas aquellas superiores a MX $1.2).	No se reportan multas significativas en el periodo (considerando significativas aquellas superiores a MX $1.2).	No se reportan multas significativas en el periodo (considerando significativas aquellas superiores a MX $1.2).	No se reportan multas significativas en el periodo (considerando significativas aquellas superiores a MX $1.2).

INDICADORES DE DESEMPEÑO

RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO *(continuación)*

Indicador	Contenido	2011 México	2012 México	2011 CAM	2012 CAM
OiPR Otras acciones de Responsabilidad de Producto significativas para la compañía.	**Otras acciones de responsabilidad social significativas para la compañía.**				
	- Políticas y procedimientos anticorrupción				
	- Conflicto de interés	• Durante 2011 se realizó una revisión del Programa Global Anticorrupción por parte de la Oficina Internacional de Cumplimiento con el apoyo de despachos externos especialistas en el tema. • Todos los ejecutivos de México reportan anualmente cualquier situación que pudiera generar un conflicto de interés.	Todos los ejecutivos de Walmart de México reportan anualmente cualquier situación que pudiera generar un conflicto de intérés. Actualmente contamos con 3,392 cuestionarios. Mensualmente se incluye a los nuevos ejecutivos de la empresa.	• Durante 2011 se realizó una revisión del Programa Global Anticorrupción por parte de la Oficina Internacional de Cumplimiento con el apoyo de despachos externos especialistas en el tema. • Todos los ejecutivos de México reportan anualmente cualquier situación que pudiera generar un conflicto de interés.	-
	- Distintivo H	Actualmente 334 negocios cuentan con Distintivo H que otorga la Secretaría de Turismo a los establecimientos que acreditan el cumplimiento a las nomas de buenas prácticas de higiene en preparación y servicio de alimentos.	Actualmente 308 negocios cuentan con Distintivo H que otorga la Secretaría de Turismo a los establecimientos que acreditan el cumplimiento a las normas de buenas prácticas de higiene en preparación y servicio de alimentos.	-	-
	Auditorías textiles a marcas privadas	192	50	-	-
	- Proveedores nacionales	157	700	-	-
	- Proveedores de importación	35	150	-	-
	Auditorías a maquiladoras de marcas propias de alimentos	235	185	-	Se auditó el 90% de los proveedores de marcas propias
	- No aprobados	20	17	-	66% no aprobó el diagnóstico de la auditoría
	- Certificación Global Food Safety Initiative (GFSI)	71.20%	94.5% 239 proveedores	-	Contamos con 8 proveedores que ya tenían certificación Nivel 3 (7%). Total de proveedores de alimentos: 104
	Auditorías a maquiladoras de marcas propias de mercancías generales	104	139	-	En proceso de Declaración de Fábricas para auditoría de Ethical Sourcing
	- No aprobados	5	6	-	-
	Auditorías a maquiladoras de marcas propias de medicamentos	39	39	-	NA
	- No aprobados	3	0	-	NA
	Inspecciones a Cedis	257,606	252,906	-	-
	Auditorías en tiendas (no anunciadas de Seguridad Alimentaria)	19,108	24,810	-	Se realizó un total de 7,500 auditorías de Seguridad Alimentaria a tiendas.

INDICADOR	CONTENIDO	PÁGINAS
DESEMPEÑO ECONÓMICO		
EC1	Valor económico	págs. 6-19, 42-83,85
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	pág. 85
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	págs. 85-86
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	pág. 86
EC5	Relaciones salariales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	pág. 87
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	págs. 87-89
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	pág. 89
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales.	pág. 90
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	pág. 91
DESEMPEÑO AMBIENTAL		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	pág. 92
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados /reciclados.	pág. 92
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	pág. 92
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	pág. 93
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	pág. 93
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	pág. 93
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	pág. 94
EN8	Captación total de agua por fuentes.	pág. 94
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	pág. 94
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	pág. 94
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	pág. 95
EN12	Impactos más significativos en la biodiversidad, en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	págs. 95-96
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	pág. 97
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	págs. 97-98
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones, según el grado de amenaza de la especie.	pág. 99
EN16	Emisiones totales directas e indirectas de GEI en peso.	pág. 99
EN17	Otras emisiones indirectas de GEI en peso.	pág. 99
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de GEI y reducciones logradas.	pág. 100
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono en peso.	pág. 100
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	pág. 100

INDICADOR	CONTENIDO	PÁGINAS
DESEMPEÑO AMBIENTAL *(continuación)*		
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino. Inciativas y ahorros de agua.	pág. 101
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	págs. 101-102
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	pág. 102
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	pág. 103
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	pág. 103
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	pág. 103
EN27	Porcentaje de productos vendidos y materiales de embalaje que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	pág. 103
EN28	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	pág. 103
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	pág. 104
EN30	Inversión ambiental.	pág. 104
DESEMPEÑO EN PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA EN EL TRABAJO		
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	pág. 106
LA2	Número total de nuevas contrataciones.	pág. 106
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada.	pág. 107
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	pág. 107
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	pág. 108
LA6	Comités de seguridad y salud laboral.	pág. 108
LA7	Ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y víctimas mortales relacionadas con el trabajo.	pág. 109
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	pág. 109
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	pág. 110
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría y género.	pág. 110
LA11	Programas de gestión de habilidades y formación continua de asociados.	pág. 111
LA12	Empleados que reciben evaluaciones de desempeño.	pág. 112
LA13	Composición por género, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	pág. 112
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	pág. 112
LA15	Regreso al trabajo y tasas de retención después de un permiso de maternidad/paternidad por género.	pág. 112

INDICADOR	CONTENIDO	PÁGINAS
DESEMPEÑO EN DERECHOS HUMANOS		
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	pág. 113
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	pág. 113
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aspectos de derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	pág. 113
HR4	Número total de incidentes y medidas adoptadas.	pág. 113
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	pág. 114
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	pág. 114
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	pág. 114
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	pág. 114
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	pág. 114
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido sometidas a revisión de derechos humanos y/o evaluación de impacto.	pág. 115
HR11	Número de quejas relacionadas con derechos humanos, presentadas, atendidas y resueltas a través de un mecanismo formal de quejas.	pág. 115
DESEMPEÑO SOCIAL		
SO1	Operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	págs. 116-120
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	pág. 120
SO3	Empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	pág. 121
SO4	Incidentes de corrupción.	pág. 121
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas, y actividades de cabildeo.	pág. 121
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	pág. 121
SO7	Total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopólicas y contra la libre competencia, y sus resultados.	pág. 121
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones.	pág. 122
SO9	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	pág. 122
SO10	Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	pág. 122

INDICADOR	CONTENIDO	PÁGINAS
DESEMPEÑO EN RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO		
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	págs. 123-124
PR2	Total de incidentes derivados del incumplimiento de regulación legal o de códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	pág. 124
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	pág. 125
PR4	Total de incumplimientos de la regulación y de códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	pág. 126
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	págs. 127-128
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	pág. 128
PR7	Total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	pág. 129
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	pág. 129
PR9	Coste de multas significativas por incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	pág. 129

Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **Walmart de México y Centroamérica** ha presentado su memoria "Somos Walmart México y Centroamérica" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A.

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

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

Amsterdam, 21 Marzo 2013

Nelmara Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative

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

Descargo de responsabilidad: *En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 28 Febrero 2013. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.*

Información para Inversionistas

Mercado de Cotización
Bolsa Mexicana de Valores

Relación con Inversionistas
Mariana Rodríguez
Mariana.Rodriguez@wal-mart.com
Teléfono
(52) 55 5283 0289

Responsabilidad Corporativa
María Gisela Noble
fundacion@wal-mart.com
Teléfono
(52) 55 5283 0100, ext. 18106

Programa Patrocinado de ADR
The Bank of New York
Investor Services
P.O. Box 11258
Church Street Station
New York, NY 10286-1258

Teléfono
1 888 218 4375
Correo electrónico
shareowners@bankofny.com
Dirección de Internet
www.stockbny.com

Clave de Cotización
Bolsa Mexicana de Valores
WALMEX V

Programa Patrocinado de ADR
WMMVY

INTERNATIONAL OT CQX
MARKET TIER
WMMVY

Bloomberg
WALMEXV MM
WMMVY

Reuters
WALMEXV.Mx
WMMVY.Pk

Diseño y fotografía: 33 Visual

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.

cotiza en Bolsa Mexicana
WALMEX

Empresa Sustentable

ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
ISO 9001:2008
Walmart de México

ESR EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Walmart
México y Centroamérica

Blvd. M. Ávila Camacho 647
Colonia Periodista
Delegación Miguel Hidalgo
11220 México, D.F.
Tel.: (52) 55 5283 0100

walmartmexicoycam.com

walmex.mx

@WalmartMXyCAM

facebook.com/WalmartdeMexicoyCentroamerica