# 2016
# ENFOCADOS EN **NUESTRA ESTRATEGIA**
## INFORME FINANCIERO
Y DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Walmart
México y Centroamérica

# CONTENIDO


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

nuestra **CLIENTA**

nuestra **OPERACIÓN**

nuestros **RESULTADOS**

nuestros **ASOCIADOS**

nuestros **PROVEEDORES**

nuestra **COMUNIDAD**

**SUSTENTABILIDAD**

Gobierno Corporativo
Reconocimientos
Comentarios y Análisis de la Administración
Informe de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias
Informe de los Auditores Independientes
Glosario
Materialidad
Información para inversionistas

# Mensaje del Presidente del **CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

## EN WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA SEGUIMOS CONTRIBUYENDO A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS FAMILIAS EN LOS SEIS PAÍSES DONDE OPERAMOS.

Este 2016 fue un año de resultados positivos, generados por un consistente crecimiento en ventas y utilidades en todos nuestros países, formatos y divisiones. Enfocamos nuestros recursos en ofrecer mejores soluciones de compra para nuestras clientas mientras avanzamos en nuestro objetivo de duplicar el tamaño de nuestra compañía en 10 años. Trabajamos para ser más eficientes en nuestra operación, invertimos en el fortalecimiento de nuestro negocio actual y sentamos las bases para el futuro con el fin de seguir ofreciendo Precios Bajos Todos Los Días.

En México tuvimos un sólido desempeño de ventas en los diferentes formatos, todos creciendo a unidades iguales por arriba de ANTAD Autoservicio y Clubes y ANTAD Total. En Centroamérica seguimos operando de forma cada vez más rentable, creciendo nuestras ventas en todos los países de la región, logrando un mejor manejo de nuestros márgenes y teniendo un disciplinado control de gastos.

# NOS ENFOCAMOS EN
ofrecer mejores soluciones de compra para
# NUESTRAS CLIENTAS

Nuestros ingresos consolidados alcanzaron 532,384 millones de pesos, lo que representa un crecimiento de 11.9% comparado con el año anterior. La utilidad neta de nuestra compañía ascendió a 33,351 millones de pesos, 26.4% más que en 2015 y alcanzamos un nivel récord de generación de efectivo: 51,343 millones de pesos. Resultados como estos, en conjunto con nuestra permanente disciplina financiera, son los que nos permiten retribuir de manera consistente la confianza de nuestros accionistas a través del pago de dividendos, rubro que en 2016 ascendió a 28,972 millones de pesos.

Conscientes del ritmo con el que nuestras clientas evolucionan, invertimos 14,335 millones de pesos este año en la expansión de nuestros formatos existentes y en el desarrollo de nuevas plataformas, para responder a sus necesidades de compra en el mediano y largo plazo y así posicionarnos de cara al futuro. Este año abrimos 92 nuevas tiendas, con lo que incrementamos nuestra capacidad instalada en un 1.9% y llevamos nuestra propuesta de valor a 19 nuevas ciudades. Por otro lado, a mediados de año anunciamos la venta de nuestras tiendas de ropa, Suburbia, transacción que está sujeta a la aprobación de las autoridades correspondientes, y una vez que se concluya nos permitirá enfocarnos totalmente en nuestro negocio principal y alcanzar nuestra meta trazada para 2024.

fuimos incluidos

# EN EL ÍNDICE

FTSE4GoodEmerging

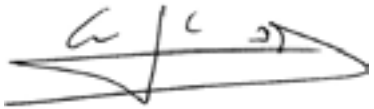
Un componente esencial de nuestra operación son nuestros casi 229 mil asociados, por lo que constantemente trabajamos para brindarles un ambiente de trabajo incluyente y retador, en el que encuentren oportunidades de desarrollo profesional que los lleven a formar parte del crecimiento de la compañía con cada vez mayores responsabilidades.

Tenemos un impacto positivo y sustentable en la región donde operamos, que beneficia a todos nuestros grupos de interés, generando siempre valor a nuestras clientas y comunidades cuidando al medio ambiente.

Somos una empresa de autoservicio líder en consumo de energía renovable y equidad laboral en México, que invierte en la economía local por medio de apoyo a pequeños productores.  En reconocimiento a nuestro desempeño como un ciudadano corporativo responsable, fuimos incluidos en el recién lanzado Índice FTSE4GoodEmerging. Por quinto año consecutivo, somos miembros del Índice de Sustentabilidad de Mercados Emergentes de Dow Jones y del IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). A su vez, el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) nos distinguió como Empresa Socialmente Responsable por decimosexto año en fila.

Permanecemos comprometidos con desempeñarnos todos los días apegados a los más altos estándares éticos y legales, de forma que podamos seguir generando valor y certidumbre a todos nuestros grupos de interés.

Los resultados obtenidos este año reflejaron el esfuerzo de nuestros asociados, la colaboración de nuestros proveedores y la confianza de nuestros accionistas. Es gracias a ellos que operamos de manera cada vez más eficiente, para que las familias mexicanas y centroamericanas ahorren dinero y vivan mejor.



**ENRIQUE OSTALÉ**

PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
DE WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA

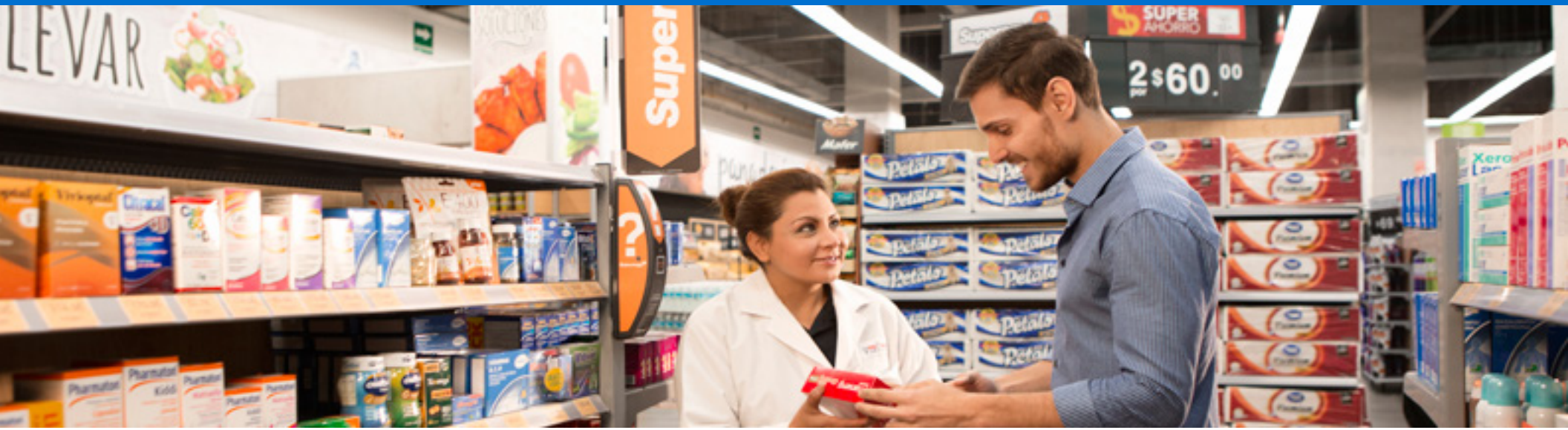
# Mensaje del Presidente Ejecutivo y **DIRECTOR GENERAL**

## EN WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA TRABAJAMOS CON COMPROMISO Y DEDICACIÓN EN BENEFICIO DE NUESTRAS CLIENTAS.

En 2016 continuamos creciendo de manera consistente y rentable, apoyados en un sólido desempeño en todos nuestros formatos de autoservicio y clubes de precio a lo largo de todos los países de la región. La correcta ejecución de nuestra estrategia, sumada al esfuerzo y colaboración de nuestros asociados y proveedores, nos llevó a alcanzar resultados que nos motivan a mirar firmemente hacia el futuro de nuestro negocio.

Contamos con una sólida propuesta de valor en formatos, surtido y precio que nos impulsa a seguir optimizando la experiencia de compra multicanal que ofrecemos a nuestras clientas. Es así que somos capaces de responder a sus necesidades de compra actuales, tanto en tiendas físicas como en medios digitales. En México expandimos el concepto de los Centros de Excelencia a nuestras tiendas de autoservicio, debido al éxito obtenido en nuestros clubes de precio, donde trabajamos en mejorar la experiencia de compra a través de un mejor surtido, precio y ejecución operativa con base en las preferencias de compra de nuestros socios. En Centroamérica seguimos siendo consistentes en nuestra ejecución, enfocándonos en divisiones clave para nuestras clientas y ampliando nuestro diferencial de precio ante la competencia, así ganamos una mayor participación de mercado en la región.

# LLEVAMOS A CABO
un extenso plan de
# MODERNIZACIÓN DE NUESTRAS TIENDAS




Con el fin de seguir construyendo el futuro de nuestra operación y atender a nuestras clientas de manera cada vez más eficiente, en este año llevamos a cabo un extenso plan de modernización de nuestra base de tiendas, extendimos el alcance de nuestra propuesta de valor con la apertura de nuevas unidades e invertimos en nuevas y eficientes plataformas logísticas y tecnológicas.

Nuestros ingresos consolidados son muestra de los sólidos resultados obtenidos por cada uno de nuestros formatos de negocio en todas las naciones donde operamos. En México, el total de ingresos se incrementó en un 9.1%, llegando a 433,025 millones de pesos, mientras que el flujo operativo (EBITDA) llegó a 42,081 millones de pesos, 13.9% más que en 2015. Por su parte, Centroamérica logró contabilizar 99,359 millones de pesos de ingresos totales, un aumento de 25.6%, 8.2% sin efectos de tipo de cambio, mientras que el flujo operativo (EBITDA) alcanzó los 8,068 millones de pesos, lo que representó un crecimiento de 42.8% comparado al año anterior, 23.0% excluyendo fluctuaciones cambiarias.

incrementamos los ingresos de

**MÁS DE 15 MIL PEQUEÑOS PRODUCTORES**

de bajos recursos

Los logros previamente mencionados fueron posibles gracias a la dedicación y el compromiso de nuestros 228,854 asociados, cuyo trabajo se tradujo en una mejor experiencia de compra para nuestras clientas. En 2016 llevamos a cabo más de 27 mil promociones y 2.6 millones de horas de capacitación, que sirven como incentivo e impulso para el desarrollo profesional de nuestro talento, en una empresa con estándares de seguridad para sus clientas y asociados cada vez más altos.

Para cumplir con nuestra estrategia es necesaria también la colaboración de nuestros más de 22 mil socios comerciales, con quienes trabajamos día con día para brindarles nuevas soluciones a nuestras clientas que les ayuden a ahorrar dinero y vivir mejor.

Nuestro compromiso social se ve reflejado en acciones concretas en beneficio de nuestra comunidad y el medio ambiente. Actualmente, el 72% de nuestras tiendas de autoservicio y clubes de precio en México son suministrados con energía renovable, con lo que contribuimos a una economía circular mediante el uso eficiente de materiales, e impulsamos una cadena de suministro resistente a las variables ambientales y sociales, y así construimos un negocio sustentable. Somos la única empresa de autoservicio en el país que recibe la certificación de la Norma Mexicana para la Igualdad Laboral y No Discriminación, otorgada por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, el Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres) y el Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación (Conapred). Este año incrementamos los ingresos de más de 15 mil pequeños productores de bajos recursos en un promedio de 26% en México, al destinar recursos para mejorar su productividad y ser un canal de ventas para sus productos.

Agradezco a nuestros asociados por su estupenda labor; asimismo, reconozco a nuestros socios comerciales por su apoyo, a nuestros accionistas por su confianza y a nuestras clientas por su lealtad. La suma de todos nuestros esfuerzos nos permitirán mantenernos firmes en nuestro compromiso de ayudar a mejorar la calidad de vida de las familias en México y Centroamérica.

**GUILHERME LOUREIRO**

PRESIDENTE EJECUTIVO Y DIRECTOR GENERAL
DE WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA

# nuestro **OBJETIVO**

duplicar

**NUESTRAS VENTAS**

EN 10 AÑOS

crecer

**NUESTRAS UTILIDADES**

MÁS QUE LAS VENTAS

adaptar

**NUESTRA FORMA DE TRABAJAR**

PARA SER MÁS EFICIENTES

# nuestra CLIENTA

EXPERIENCIA MULTICANAL | CENTROS DE EXCELENCIA | PERECEDEROS | MERCANCÍAS GENERALES | NUESTRAS MARCAS | SERVICIOS FINANCIEROS | SATISFACCIÓN Y PROTECCIÓN

EN 2016 MEJORAMOS LA EXPERIENCIA DE COMPRA DE NUESTRAS CLIENTAS PARA QUE PUDIERAN ADQUIRIR LOS PRODUCTOS DE SU PREFERENCIA DE UNA MANERA MÁS CÓMODA Y SENCILLA. FORTALECIMOS HERRAMIENTAS QUE NOS PERMITEN COMPRENDER CON MAYOR PROFUNDIDAD SUS PATRONES DE COMPRA Y NECESIDADES DE CONSUMO, MEJORAMOS LA OFERTA DE VALOR EN ÁREAS CLAVE, PUSIMOS A SU ALCANCE UNA AMPLIA VARIEDAD DE ARTÍCULOS DE NUESTRAS MARCAS Y ROBUSTECIMOS NUESTRA CARTERA DE SERVICIOS FINANCIEROS, BRINDÁNDOLES LA LIBERTAD PARA HACER SUS COMPRAS EN TIENDAS FÍSICAS Y DIGITALES, DE UNA MANERA MÁS RÁPIDA, SENCILLA Y SEGURA.

## AMPLIAMOS

NUESTRO CATÁLOGO DE PRODUCTOS EN TIENDA Y EN LÍNEA

## COMENZAMOS

A EXPANDIR LOS CENTROS DE EXCELENCIA A NUESTRAS TIENDAS DE AUTOSERVICIO

## IMPULSAMOS

NUESTRA OFERTA DE VALOR EN ÁREAS CLAVE

experiencia

# MULTICANAL

**RENOVAMOS**
NUESTROS SITIOS DE INTERNET

**ROBUSTECIMOS**
NUESTROS PROGRAMAS DE PRECIO EN BODEGA AURRERÁ

**CRECIMOS**
NUESTRA PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN CENTROAMÉRICA

Las necesidades de compra de nuestras clientas evolucionan día con día, por lo que trabajamos para que la oferta de valor en cada uno de nuestros formatos de negocio responda a sus expectativas de precio, surtido y calidad, con un catálogo de productos cada vez más amplio, disponible en tiendas o portales en línea.

EN SUPERCENTER CONCENTRAMOS NUESTROS ESFUERZOS POR TENER EL MEJOR Y MÁS COMPLETO SURTIDO EN UN MAYOR NÚMERO DE CATEGORÍAS, IMPULSANDO NUESTRA OFERTA EN PERECEDEROS, MERCANCÍAS GENERALES Y NUESTRAS MARCAS.

Este año aumentamos la cobertura de nuestro servicio de entrega de Abarrotes a domicilio en la República Mexicana y duplicamos la cantidad de pedidos realizados. Renovamos nuestro portal walmart.com.mx y ayudamos de esta manera a que nuestras clientas accedan a las secciones de Abarrotes y Mercancías Generales de una manera más sencilla. Evolucionamos el formato de nuestros quioscos de comercio electrónico en las tiendas, al crear módulos establecidos dentro de un espacio comercial, brindándoles así mayor atención y comodidad. Además, comenzamos a ofrecer el servicio de internet inalámbrico gratuito en algunas de nuestras tiendas como un complemento para darles la oportunidad de explorar opciones de compra adicionales en nuestro portal de internet. Adecuamos la señalización en nuestras tiendas para comunicar nuestro catálogo extendido en línea, dándoles la libertad a nuestras clientas para comprar en el canal de su preferencia.

Dentro de Superama continuamos fortaleciendo nuestra oferta de Perecederos, ejemplo de ello es el programa Expertos en *Fresh*, mediante el cual capacitamos a nuestros asociados para incrementar su conocimiento de esta división y atender mejor a nuestras clientas. Lanzamos también las campañas Maestros de la Parrilla y NFL, enfocadas en ocasiones de consumo relevantes, con resultados muy favorables. Reforzamos nuestro compromiso de servicio a la clienta con los asociados de tienda con la campaña Limpio, Rápido, Amable y Seguro, orientada a mejorar la experiencia de compra. Apostando a mejorar nuestra oferta en línea, nos dimos a la tarea de renovar nuestra aplicación móvil, siendo esta más dinámica y fácil de manejar. Paralelamente, iniciamos el servicio *Click & Pick*, por medio del cual las clientas adquieren sus productos a través de diferentes canales digitales y cuentan con la opción de recoger su pedido directamente en tienda.

Este año celebramos el 25 aniversario de Sam's Club y seguimos trabajando para ofrecer diferenciación en todas las divisiones del negocio, con un énfasis particular en Perecederos. Trabajamos de la mano con nuestros socios comerciales para contar con artículos más novedosos, empaques adecuados a un club de precios, productos de importación, marcas de calidad y artículos exclusivos, con el fin de agregar valor a cada membresía. El 2016 marcó el inicio de nuestra iniciativa de segmentación y regionalización de artículos, enfocada en brindar la mejor variedad de acuerdo con el nivel socioeconómico y la ubicación geográfica de nuestros socios.

Similar a lo implementado en Supercenter, este año comenzamos a ofrecer internet inalámbrico en algunos de nuestros clubes para que nuestros socios puedan consultar el catálogo extendido de productos en nuestro portal sams.com.mx. Todos nuestros esfuerzos se vieron reflejados en el crecimiento más alto de los últimos cinco años de nuestra base de socios, impulsado por el más alto índice de renovación de membresías.

Fieles a nuestra propuesta de valor en Bodega Aurrerá, robustecimos nuestros programas de precio Morralla, Aniversario y Precio Bodega. Trabajamos también en iniciativas para mejorar nuestra oferta de Perecederos y comenzamos a elevar los estándares de operación en nuestras tiendas a través de los Centros de Excelencia. Por otro lado, relanzamos nuestra estrategia de comunicación y a nuestro icónico personaje Mamá Lucha, por medio de una plataforma digital en redes sociales enfocada en incentivar la interacción de la marca con nuestras clientas.

Nuestros formatos en Centroamérica presentaron un sólido desempeño que se tradujo en mayores ventas, así como en un incremento de nuestra participación de mercado en todas las divisiones en la región. Realizamos un monitoreo consistente de nuestras divisiones clave para seguir ofreciendo el mejor precio y surtido. Lanzamos el programa Global Promo, el cual nos permite vender productos de diferentes categorías en modalidad combinada a un menor precio, así generamos una respuesta favorable por parte de nuestras clientas, en particular en nuestros formatos de supermercado. Hicimos también mejoras en el catálogo de productos en nuestras tiendas de descuento, que tuvieron como resultado una mayor competitividad de nuestra oferta de valor y una mayor atracción por parte de nuestro segmento demográfico objetivo.

centros de

# EXCELENCIA

**REALIZAMOS**
MEJORAS DE ORDEN Y LIMPIEZA
EN TIENDAS

**APUNTALAMOS**
NUESTRA OFERTA
EN PERECEDEROS

**SOMOS**
CALIFICADOS POR NUESTRAS
CLIENTAS EN RAPIDEZ Y SERVICIO

Teniendo como antecedente los resultados positivos arrojados en años anteriores en Sam's Club, en 2016 decidimos comenzar a replicar en nuestros formatos de autoservicio los Centros de Excelencia. Por medio de esta iniciativa, instauramos elevados estándares de servicio y operación en nuestras tiendas, con el objetivo de exceder las expectativas de nuestras clientas y adaptarnos cada vez más fácilmente a sus necesidades.

PONEMOS ESPECIAL ATENCIÓN EN MEJORAR EL ORDEN Y LA LIMPIEZA DE NUESTRAS TIENDAS, ASÍ COMO EN APUNTALAR NUESTRA OFERTA DE VALOR EN PERECEDEROS.

Mejoramos también las adyacencias de nuestras categorías de acuerdo con los patrones de consumo de nuestras clientas, de manera que puedan encontrar lo que necesitan de forma más ágil y sencilla.

Un elemento clave en nuestros Centros de Excelencia son los Índices de Experiencia del Cliente y el Socio, una herramienta que nos permite adentrarnos más en la experiencia de compra de nuestras clientas. Con base en una encuesta, ellas cuentan con la posibilidad de calificar la rapidez y amabilidad en el servicio proporcionado por nuestros asociados, así como la limpieza y seguridad de nuestras tiendas. La información recopilada nos permite entender de mejor manera sus necesidades de compra y, en respuesta a ello, tomar acciones en línea con sus expectativas.

# PERECEDEROS

**REDISEÑAMOS**
LA EXHIBICIÓN DE FRUTAS Y VERDURAS EN BODEGA AURRERÁ

**AGREGAMOS**
PRODUCTOS ORGÁNICOS EN SUPERCENTER

**LANZAMOS**
EL PROGRAMA EXPERTOS EN *FRESH* EN SUPERAMA

Este año dedicamos recursos y esfuerzos para impulsar nuestra propuesta de valor en la división de Perecederos al realizar mejoras en frescura, surtido, precio y presentación, con el fin de generar lealtad entre nuestras clientas y optimizar su experiencia de compra.

PUSIMOS EN MARCHA INICIATIVAS DE EFICIENCIA EN NUESTRA PLANTA DE CARNES, LO CUAL GENERÓ MEJORAS DE CALIDAD Y ABASTO DE PRODUCTO EN NUESTRAS TIENDAS DE AUTOSERVICIO Y CLUBES DE PRECIO UBICADOS EN LA REGIÓN CENTRO DE LA REPÚBLICA MEXICANA.

Dentro de las acciones implementadas en Bodega Aurrerá destacan el rediseño de la exhibición de productos en Frutas y Verduras, así como el lanzamiento de una nueva gama de productos en Panadería, con resultados favorables.

En paralelo, en Supercenter adaptamos nuestro catálogo mediante la inclusión de nuevas categorías de acuerdo con las necesidades actuales de nuestras clientas, tales como productos orgánicos y saludables.

Lanzamos nuestro programa Expertos en *Fresh* de Superama, en el cual nuestros jefes de departamento de Perecederos asisten a cursos de aprendizaje sensorial para afinar sus habilidades como asesores expertos en su división, de manera que se encuentren mejor capacitados para asistir a nuestras clientas a lo largo de su proceso de compra.

mercancías

# GENERALES

## HABILITAMOS

MÁS TIENDAS CON EL SERVICIO
ENVÍO DESDE TIENDA

## OFRECEMOS

NUEVOS ARTÍCULOS DE SEGURIDAD
PARA EL HOGAR EN SUPERCENTER

## INTRODUJIMOS

LAS CAMPAÑAS NFL Y MAESTROS
DE LA PARRILLA EN SUPERAMA

Trabajamos para seguir ofreciendo un surtido amplio y competitivo de Mercancías Generales, en línea con las necesidades y preferencias actuales de nuestras clientas. Este año logramos avances significativos dentro de nuestras divisiones de Electrónica y Artículos de Temporada, asegurándonos de que nuestros productos se encuentren siempre disponibles, al mejor precio y en todos nuestros canales de compra.

CONTAMOS ACTUALMENTE CON MÁS DE 150 SUPERCENTERS CON EL SERVICIO DE ENTREGA DE MERCANCÍAS GENERALES, EN LOS CUALES LAS CLIENTAS PUEDEN RECOGER LOS PRODUCTOS COMPRADOS EN NUESTRO PORTAL WALMART.COM.MX.

Habilitamos un mayor número de unidades con el servicio Envío desde Tienda, por medio del cual enviamos productos directamente desde nuestras unidades en México, reduciendo tiempos de entrega, así como costos de envío y almacenaje. En línea con nuestra propuesta de valor, este año incorporamos nuevas categorías al catálogo, entre las que destaca artículos de seguridad para el hogar, tales como cámaras inalámbricas y sensores de movimiento.

En Superama seguimos mejorando nuestra oferta en Temporadas, trabajando para traer las licencias más atractivas del momento. Nuestra campaña Maestros de la Parrilla ofrece soluciones y promueve productos tales como cortes de carne, embutidos y asadores a las clientas que buscan una experiencia diferenciada al mando de una parrilla. Este año lanzamos la campaña NFL, comenzando con una exhibición de productos exclusivos al inicio de la temporada y concluyendo el día del Super Tazón, con un evento especial dedicado a nuestras clientas en el cual se proyecta el partido y se ofrecen productos y recetas disponibles en Superama.

nuestras

# MARCAS

**AMPLIAMOS**
SU COBERTURA Y PROMOCIÓN EN TIENDAS

**APLICAMOS**
ESTRICTOS PROCESOS Y CONTROLES DE CALIDAD

**MONITOREAMOS**
SU DESEMPEÑO MEDIANTE INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y PÁNELES SENSORIALES

Como parte de nuestra misión de ayudar a nuestras clientas a ahorrar dinero y vivir mejor, en 2016 pusimos a su alcance un mayor surtido de productos de Nuestras Marcas, lo cual les brinda acceso a opciones adicionales de compra con precios bajos sin necesidad de sacrificar calidad, tanto en nuestras tiendas de autoservicio como en nuestros clubes de precio.

ESTE AÑO CENTRAMOS NUESTROS ESFUERZOS EN AMPLIAR LA COBERTURA Y PROMOCIÓN DE NUESTRAS MARCAS, OTORGÁNDOLES MAYOR PRESENCIA EN NUESTROS CATÁLOGOS DE PRODUCTOS PARA POSICIONARLAS EN LA MENTE DE NUESTRAS CLIENTAS COMO UNA ALTERNATIVA DE COMPRA CON GARANTÍA DE CALIDAD Y PRECIO.

Nuestras Marcas pasan por estrictos procesos y controles de calidad con los más altos estándares en todas las fases de desarrollo y mantenimiento. Para todos aquellos productos que se encuentran disponibles en nuestros anaqueles, implementamos programas de monitoreo de calidad mediante análisis de laboratorios con terceras partes, investigación de mercado y páneles sensoriales con consumidores, todo con el fin de ofrecer productos que satisfagan a nuestras clientas.

servicios

# FINANCIEROS

**RELANZAMOS**
NUESTRA OFERTA DE CRÉDITO EN SAM'S CLUB

**COMENZAMOS**
A OPERAR PAGOS DE REMESAS EN SUPERCENTER

**DUPLICAMOS**
EL NÚMERO DE SERVICIOS QUE PUEDEN SER PAGADOS EN NUESTRAS TIENDAS

Este año nuestras clientas tuvieron la opción de ampliar su capacidad de compra en nuestras tiendas por medio de nuevas soluciones de crédito y pagos de servicios desarrollados con el objetivo de convertirnos en el destino de su preferencia para adquirir sus productos.

LANZAMOS EL PROGRAMA CREDIBODEGA EN BODEGA AURRERÁ, DANDO ASÍ ACCESO A MÁS FAMILIAS MEXICANAS A BIENES DURADEROS, TALES COMO ARTÍCULOS ELECTRÓNICOS O PARA EL HOGAR, DE UNA MANERA SIMPLE Y CON FINANCIAMIENTO COMPETITIVO.

Por otro lado, y por medio de nuestras alianzas comerciales, relanzamos nuestra oferta de crédito en Sam's Club, con beneficios exclusivos y planes de crédito de acuerdo con el perfil de nuestros socios.

De igual manera, a finales del año comenzamos a operar pagos de remesas enviadas desde tiendas Supercenter en los Estados Unidos a sus contrapartes en México, ofreciendo ventajas importantes a nuestras clientas, tales como conveniencia en horarios de operación, ubicaciones, seguridad y completa disponibilidad de fondos. Asimismo, duplicamos el número de servicios que pueden ser pagados en nuestras tiendas y mejoramos así su experiencia de compra en cada una de sus visitas.

satisfacción y

# PROTECCIÓN

G4-PR5

## OPERAMOS

UN CENTRO DE CONTACTO MULTICANAL PARA NUESTRAS CLIENTAS

## RESPONDIMOS

AL 100% DE LAS QUEJAS RECIBIDAS EN NUESTRO CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

## GARANTIZAMOS

LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN DE NUESTRAS CLIENTAS

Nuestras redes sociales jugaron un papel estratégico para escuchar y responder directamente a nuestras clientas, con lo que logramos incrementar significativamente el nivel de interacción, estableciendo las bases para construir relaciones de lealtad y compromiso más fuertes.

NUESTRAS CLIENTAS ESPERAN UNA GRAN EXPERIENCIA DE COMPRA CON LA MEJOR GAMA DE PRODUCTOS A PRECIOS INMEJORABLES EN UNA UBICACIÓN CONVENIENTE POR LO QUE ESTE AÑO IMPLEMENTAMOS EL ÍNDICE DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE (IEC) EN CADA UNO DE LOS FORMATOS Y EL ÍNDICE DE EXPERIENCIA DEL SOCIO (IES) EN NUESTROS CLUBES.

Esto tiene como objetivo monitorear la experiencia de compra dentro de las unidades, lo cual incluye consultar su satisfacción con el surtido, frescura y disponibilidad de productos, los precios, la limpieza y el servicio de los asociados en tienda, entre otros. Estos índices nos ayudarán a mejorar la toma de decisiones en nuestros Centros de Excelencia para asegurar que las tiendas operen perfecto de acuerdo a la necesidad de nuestras clientas. En 2017 estableceremos objetivos que se incluirán en la evaluación de desempeño de los ejecutivos en tienda.

Asimismo, incluimos el Centro de Contacto Multicanal disponible en nuestro sitio corporativo las 24 horas los siete días de la semana, el cual está compuesto por los Centros de Atención Telefónica (CAT) personalizados por negocio, la opción de tener una llamada programada de acuerdo con el horario seleccionado por el cliente, correo electrónico y chat en línea. Adicionalmente, las páginas de *eCommerce,* cuentan con un número 01800, correo electrónico y chat para dar atención a pedidos.

En 2016, a través de los CAT, atendimos más de 600 mil llamadas mensualmente, dando respuesta al 100% de estas quejas, las cuales más del 66% se atendieron en un periodo máximo de 48 horas. En Centroamérica atendimos más de 310 mil llamadas de clientas.

Nuestro respeto por el derecho de nuestras clientas a la privacidad de su información personal es primordial. Tenemos políticas y procedimientos para garantizar que toda la información personal, independientemente de cómo y dónde se obtenga, se maneje con sensibilidad, seguridad y de conformidad con las leyes, reglamentos y normas aplicables. Es por esto que contamos con las áreas de Protección al Consumidor y Privacidad, a cargo de la Vicepresidencia de Ética y Cumplimiento, que son las encargadas de elaborar e implementar dichas políticas y procedimientos. Además, cada área de la empresa cuenta con un Embajador de Privacidad responsable de definir los planes de acción de acuerdo con sus actividades diarias. Gracias a esto, durante 2016 no recibimos reclamaciones sobre la violación de la privacidad o la fuga de datos de las clientas. **G4-PR5, PR8**

# nuestra OPERACIÓN

PLATAFORMA MULTICANAL | LOGÍSTICA | INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

LOS RESULTADOS FAVORABLES ALCANZADOS ESTE AÑO SON PRODUCTO DE MEJORAS OPERATIVAS A LO LARGO DE TODA NUESTRA CADENA DE VALOR, APOYADAS POR UNA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA CADA VEZ MÁS SÓLIDA; DICHAS MEJORAS NOS AYUDAN A GENERAR AHORROS Y ACERCARNOS MÁS A NUESTRAS CLIENTAS Y SUS NECESIDADES DE COMPRA.

## ELEVAMOS

LA DISPONIBILIDAD EN ANAQUEL DE NUESTROS PRODUCTOS

## OBTUVIMOS

EL PREMIO NACIONAL DE LOGÍSTICA

## AMPLIAMOS

LA VELOCIDAD DE NUESTRA RED INTERNA DE TELECOMUNICACIONES

plataforma

# MULTICANAL

**MEJORAMOS**
NUESTROS NIVELES DE INVENTARIOS Y CUENTAS POR PAGAR

**TRABAJAMOS**
PARA TENER UN PLAN DE APERTURAS MÁS ROBUSTO

**+4.7%**
UNIDADES VENDIDAS POR HORA HOMBRE EN FORMATOS DE AUTOSERVICIO MÉXICO

Para mantener un ritmo de crecimiento constante en ventas y utilidades, es indispensable invertir de forma continua en iniciativas de productividad que fortalezcan nuestra plataforma multicanal, la cual engloba a tiendas en operación, aperturas y portales en línea.

AL CIERRE DE 2016, NUESTRA OFERTA DE VALOR ESTÁ PRESENTE EN 608 CIUDADES, CON UN TOTAL DE 3,022 UNIDADES EN MÉXICO Y CENTROAMÉRICA. ESTE AÑO, ENFOCADOS EN MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD DE NUESTRAS TIENDAS DE AUTOSERVICIO EN MÉXICO, INCREMENTAMOS LA DISPONIBILIDAD EN ANAQUEL DE NUESTROS PRODUCTOS Y DISMINUIMOS LOS NIVELES DE MERMA EN DEPARTAMENTOS COMO FRUTAS Y VERDURAS, CARNES Y PANADERÍA.

Asimismo, expandimos nuestra iniciativa de administración de carga de trabajo a todas las áreas de la tienda, con el fin de tener el número adecuado de asociados de acuerdo con los niveles de demanda. En México y Centroamérica, optimizamos nuestro capital de trabajo por medio de mejoras en niveles de inventario y cuentas por pagar, apalancándonos en nuestra estrategia comercial. De cara al futuro de nuestro negocio, trabajamos para contar con un plan de aperturas más robusto que se traduzca en tiendas que operen con tecnología más avanzada y sean más eficientes y seguras para nuestras clientas.

Las ventas de nuestras tiendas con más de un año en operación crecieron 8.0% en México y 4.9% en Centroamérica, esto último excluyendo fluctuaciones cambiarias. Para fortalecer nuestra base de tiendas y posicionarnos de manera firme y seguir cumpliendo con nuestro compromiso con las clientas, llevamos a cabo el programa de remodelaciones más extenso de los últimos años. En materia del índice de productividad Unidades Vendidas por Hora Hombre, se reportó un crecimiento de 4.7% en comparación con 2015 en nuestros formatos de autoservicio en México.

Además de nuestros canales de venta tradicionales, realizamos mejoras en nuestras plataformas digitales walmart.com.mx, superama.com.mx y sams.com.mx, de manera que la experiencia de compra en cada formato responda a las necesidades específicas de su tipo de clienta o socio.

somos una empresa

# MULTICANAL

**+2,104**
**MILLONES DE CLIENTAS**

**6 PAÍSES**

**24**
**CENTROS DE DISTRIBUCIÓN**

**13** MÉXICO
**11** CENTROAMÉRICA

**3,022**
**UNIDADES COMERCIALES**

**608**
**CIUDADES**

**92**
**APERTURAS**

**58** MÉXICO
**34** CENTROAMÉRICA

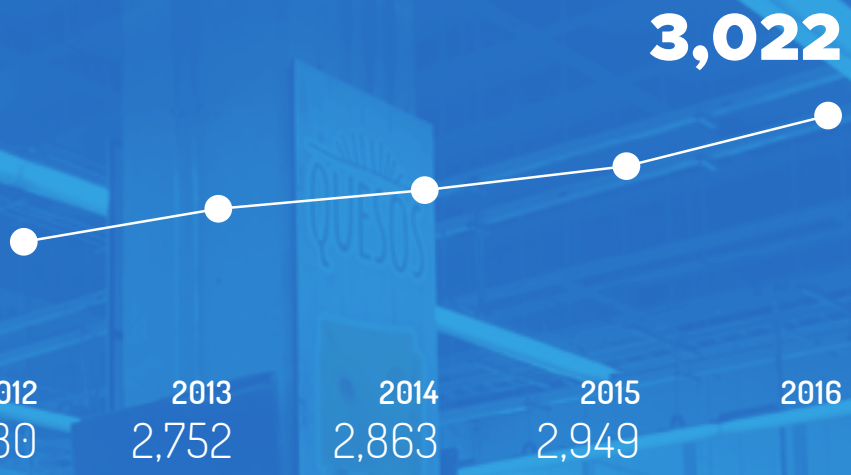
## 2,291 UNIDADES EN MÉXICO

| | |
|---|---|
| 490 | Bodegas Aurrerá |
| 331 | Mi Bodegas |
| 942 | Bodegas Aurrerá Express |
| 262 | Walmarts |
| 160 | Sam's Clubs |
| 96 | Superamas |
| 10 | Farmacias Medimart |

## 731 UNIDADES EN CENTROAMÉRICA

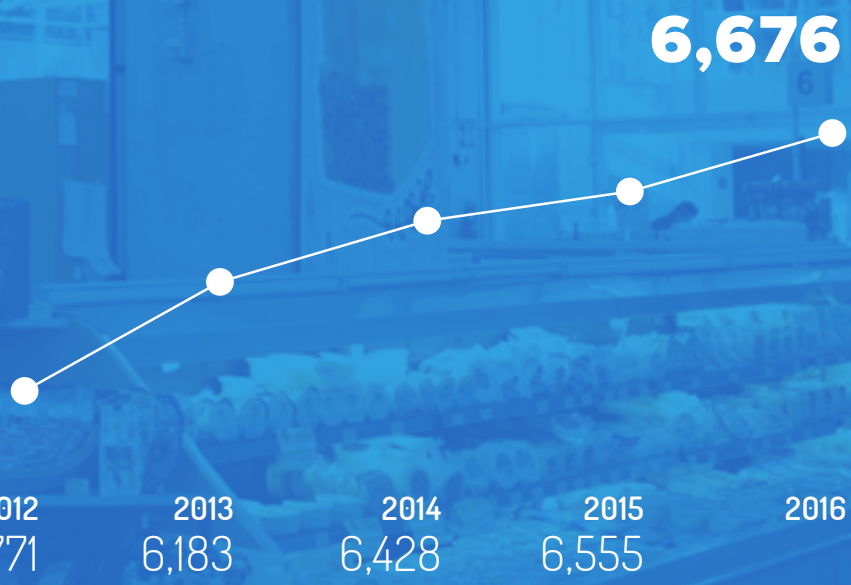
| | |
|---|---|
| 495 | Tiendas de Descuento |
| 92 | Supermercados |
| 27 | Walmarts |
| 117 | Bodegas |

# UNIDADES TOTALES




# PISO DE VENTA

(MILES DE METROS CUADRADOS)



# LOGÍSTICA

**+9%**
CAJAS POR HORA HOMBRE
EN CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

**-5%**
VIAJES EN VACÍO

**+20%**
KILÓMETROS RECORRIDOS

Trabajamos para tener una red de distribución cada vez más eficiente que facilite el abasto de productos a nuestras tiendas, que reduzca nuestros gastos y nos permita atender a un mayor número de clientas de forma más ágil y en línea con sus preferencias.

LOGRAMOS AVANCES SIGNIFICATIVOS EN LA OPERACIÓN DE NUESTROS 24 CENTROS DE DISTRIBUCIÓN EN MÉXICO Y CENTROAMÉRICA, CON AUMENTOS DE 9% EN CAJAS POR HORA HOMBRE Y DE 17% EN VOLUMEN DE CAJAS MANEJADAS.

Cubrimos más de 262 millones de kilómetros en los recorridos llevados a cabo en 2016, un incremento de casi 20% comparado con el año anterior. Asimismo, es de resaltar la obtención del Premio Nacional de Logística como reconocimiento a nuestro sistema de logística inversa, el cual ayudó a reducir en un 5% la cantidad de viajes en vacío, equivalente al ahorro de casi 40 millones de kilómetros y 26 millones de litros de combustible.

infraestructura

# TECNOLÓGICA

**CAPACITAMOS**
A NUESTROS ASOCIADOS EN NUEVAS HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

**INVERTIMOS**
EN NUEVAS TECNOLOGÍAS DE COLABORACIÓN EN OFICINAS

**MODERNIZAMOS**
APLICACIONES DE SOPORTE OPERATIVO EN CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

La trasformación digital de nuestra compañía sirve de impulso para el presente y futuro de nuestro negocio, con herramientas tecnológicas que ayudan a simplificar procesos y a ampliar nuestro conocimiento de nuestras clientas.

REEMPLAZAMOS MÁS DEL 20% DE LOS EQUIPOS DE CÓMPUTO EN TIENDAS, CON LO CUAL REDUJIMOS LA INCIDENCIA EN FALLAS EN LAS CATEGORÍAS DE DISPOSITIVOS ACTUALIZADOS, MEJORANDO ASÍ LA PRODUCTIVIDAD DE NUESTROS ASOCIADOS. PARALELAMENTE, AMPLIAMOS LA VELOCIDAD DE NUESTRA RED INTERNA DE TELECOMUNICACIONES, FACILITANDO ASÍ LA COORDINACIÓN EN TODOS LOS NIVELES DE NUESTRA OPERACIÓN.

Como parte de nuestra operación en oficinas, continuamos capacitando a nuestros equipos de Compras con ayuda de nuevas herramientas que les permitan conocer de manera más profunda a las clientas, al monitorear continuamente sus patrones de compra y preferencias. Por otro lado, seguimos invirtiendo en el despliegue de nuevas tecnologías de colaboración, tales como videoconferencias, teléfonos virtuales y mensajería instantánea, con el fin de simplificar la comunicación entre nuestros asociados y agilizar procesos de toma de decisiones.

En materia de Logística, incrementamos nuestra capacidad de almacenamiento de mercancía a través de la modernización de aplicaciones que soportan procesos operativos, así como del establecimiento de naves temporales que apoyan a nuestra red de distribución durante épocas de alta demanda.

# nuestros
# RESULTADOS

PRINCIPALES INDICADORES | DATOS FINANCIEROS RELEVANTES | ESTADO DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL | RESUMEN 10 AÑOS

EL CONSISTENTE CRECIMIENTO DE VENTAS Y UTILIDADES EN TODOS NUESTROS PAÍSES, FORMATOS DE NEGOCIO Y DIVISIONES HICIERON DE 2016 UN AÑO DE RESULTADOS POSITIVOS PARA NUESTRA COMPAÑÍA. ESTO NOS PERMITE SEGUIR INVIRTIENDO EN SOLUCIONES DE COMPRA DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE NUESTRAS CLIENTAS, DESARROLLAR MEJORAS DE CARÁCTER OPERATIVO, DEDICAR RECURSOS PARA CONSTRUIR EL FUTURO DEL NEGOCIO Y RETRIBUIR LA CONFIANZA DE NUESTROS ACCIONISTAS A TRAVÉS DEL PAGO DE DIVIDENDOS.

**+11.9%**
INGRESOS TOTALES

**+17.7%**
EBITDA

**+20.2%**
UTILIDAD DE OPERACIÓN

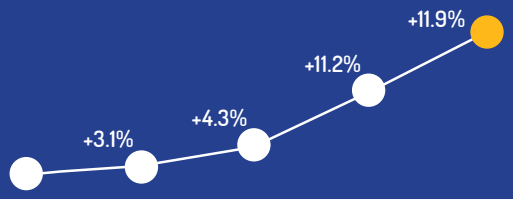
# principales **INDICADORES**

G4-EC1

INGRESOS TOTALES

**532,384**

MXN MILLONES



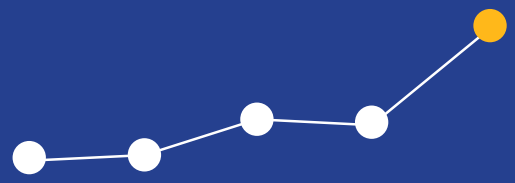

| 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|
| 397,938 | 410,238 | 427,862 | 475,911 | |

Excluye Suburbia, Banco Walmart y Vips

FLUJO OPERATIVO (EBITDA)

**50,149**

MXN MILLONES

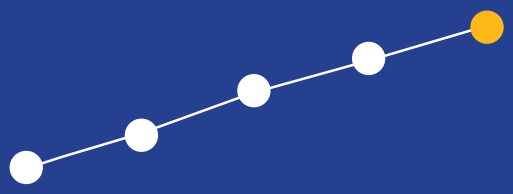


| 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|
| 39,860 | 40,305 | 42,854 | 42,592 | |

CLIENTAS ATENDIDAS

**2,104**

MILLONES



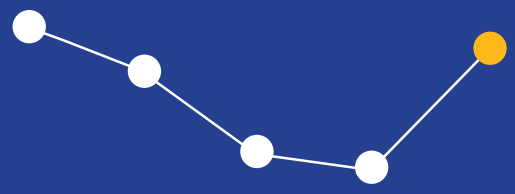
| 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|
| 1,881 | 1,938 | 1,997 | 2,045 | |

Excluye Suburbia, Banco Walmart y Vips

INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO

**14,335**

MXN MILLONES



| 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|
| 14,660 | 13,987 | 12,691 | 12,526 | |

Excluye Suburbia en 2016

G4-17

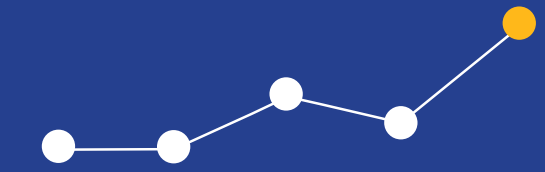
# principales **INDICADORES**

G4-EC1

## UTILIDAD DE OPERACIÓN

**39,455**

MXN MILLONES

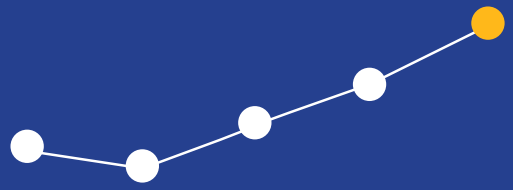


| 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|
| 31,422 | 31,636 | 34,716 | 32,828 | |

## GENERACIÓN DE EFECTIVO

**51,343**

MXN MILLONES

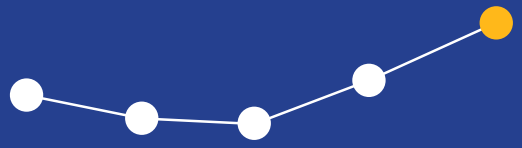


| 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|
| 41,714 | 40,042 | 43,412 | 46,814 | |

## VENTA POR M² PISO DE VENTA

**81.0**

MXN MILES



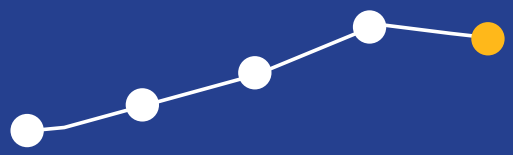
| 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|
| 72.2 | 69.2 | 68.1 | 73.4 | |

Excluye Suburbia y Vips

## DIVIDENDO PAGADO

**28,972**

MXN MILLONES



| 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|
| 9,612 | 16,056 | 21,643 | 31,562 | |
| PESOS POR ACCIÓN | | | | |
| $ 0.55 | $ 0.92 | $ 1.38 | $ 1.84 | $ 1.68 |

G4-17

# datos financieros **RELEVANTES**

MXN Millones

| 433,025 | 42,081 | 99,359 | 8,068 |
|---|---|---|---|
| INGRESOS TOTALES MÉXICO | EBITDA MÉXICO | INGRESOS TOTALES CENTROAMÉRICA | EBITDA CENTROAMÉRICA |
| + 9.1% | + 13.9% | + 8.2%* | + 23.0%* |

* Sin efecto de tipo de cambio

## A NIVEL CONSOLIDADO

Nuestros ingresos totales alcanzaron 532,384 millones de pesos, lo que representa un incremento de 11.9% comparado con el año anterior, reflejo del sólido desempeño en ventas de todos nuestros formatos de autoservicio y clubes de precio en los seis países donde operamos.

El nivel de nuestros márgenes creció 50 puntos base, de 21.6% en 2015 a 22.1% este año como porcentaje a ingresos, impulsado por mejoras operativas y favorecido por la reclasificación de aportaciones de promotoría por parte de nuestros proveedores, las cuales se reflejaban previamente como una reducción en gastos, así como por la reclasificación del beneficio de factoraje.

Nuestros gastos representaron el 14.6% de los ingresos totales, producto de mejoras operativas que nos permitieron realizar inversiones para optimizar nuestro negocio actual y de cara al futuro, manteniendo el mismo nivel de gastos como porcentaje a ingresos que el reportado en 2015.

Como resultado de los puntos anteriores, nuestra utilidad de operación llegó a 39,455 millones de pesos, un aumento de 20.2% contra el año anterior, lo que representó una expansión de 50 puntos base como porcentaje a ingresos.

De igual manera, nuestro flujo operativo (EBITDA) alcanzó 50,149 millones de pesos, equivalente a un aumento de 17.7% comparado con 2015, 9.4% como porcentaje a ingresos y 50 puntos base por arriba de los niveles reportados el año pasado.

El monto destinado a nuestras inversiones en activo fijo ascendió a 14,335 millones de pesos, enfocado principalmente en la remodelación y mantenimiento de nuestra base de tiendas, así como en la apertura de nuevas unidades y el desarrollo de nuestras capacidades logísticas y tecnológicas.

La capacidad instalada de nuestra compañía se incrementó en un 1.9%, producto de la apertura de 92 nuevas unidades, las cuales aportaron 139,100 $m^2$ adicionales de piso de venta y 1.8 puntos porcentuales al crecimiento consolidado en ventas.

Realizamos un pago de 28,972 millones de pesos por concepto de dividendo en 2016, el cual representa un total de 1.68 pesos por acción, compuesto de la siguiente manera: 0.14 pesos por acción correspondiente al dividendo ordinario remanente decretado en 2015 y pagado este año, 0.56 pesos por acción de dividendo ordinario decretado este año, de los cuales 0.14 pesos por acción se pagarán en 2017, y 1.12 pesos por acción de dividendo extraordinario decretado y pagado en 2016.

Nuestro balance cerró el año con 27,976 millones de pesos en efectivo, una variación de 12.8% comparada con el cierre de 2015, lo cual es reflejo de un sólido desempeño en ventas y manejo de gastos, que nos permite continuar invirtiendo en el crecimiento futuro de nuestro negocio y pagar dividendos a nuestros accionistas.

## MÉXICO

En México, nuestros ingresos totales ascendieron a 433,025 millones de pesos, lo que representó un 9.1% de incremento comparado con 2015, gracias a un consistente crecimiento en ventas en todos nuestros formatos de autoservicio y clubes de precio.

El margen bruto alcanzó 21.7% como porcentaje a ingresos, una expansión de 40 puntos base contra el año anterior, como consecuencia de las eficiencias operativas y reclasificaciones contables mencionadas anteriormente.

Nuestros gastos presentaron una disminución de 10 puntos base como porcentaje a ingresos, producto de iniciativas enfocadas en hacer más eficiente nuestra operación que contrarrestaron las inversiones en el negocio mencionadas previamente.

Nuestra utilidad de operación tuvo un crecimiento importante de 50 puntos base como porcentaje a ingresos, 16.1% comparado con 2015, debido al sólido desempeño de las ventas y el buen manejo de márgenes y gastos.

Por consiguiente, el flujo operativo (EBITDA) en México alcanzó 42,081 millones de pesos, un incremento de 13.9% contra 2015, y un incremento de 40 puntos base como porcentaje a ingresos.

La capacidad instalada en México aumentó 1.6%, apoyada por la apertura de 58 nuevas unidades y 101,546 $m^2$ en piso de venta adicional, las cuales aportaron 1.2 puntos porcentuales al crecimiento consolidado en ventas de la compañía.

# CENTROAMÉRICA

En Centroamérica, los ingresos totales en la región representaron el 19% de los ingresos consolidados con 99,359 millones de pesos, reportando así un crecimiento de 25.6% u 8.2% sin efecto de tipo de cambio, producto de resultados favorables en ventas.

Nuestro margen bruto presentó una expansión de 70 puntos base como porcentaje a ingresos, producto de las eficiencias a nivel operativo y las reclasificaciones descritas previamente.

Los gastos en la región mantuvieron los mismos niveles a los reportados el año anterior, esto es, 17.7% como porcentaje a ingresos, razón por la que se sigue trabajando para mejorar el nivel de gastos.

La utilidad de operación en la región continúa mostrando un consistente crecimiento, al llegar este año a 5,809 millones de pesos, un incremento de 50.9% o 30.0% sin fluctuaciones cambiarias.

El flujo operativo (EBITDA) creció 42.8%, o 23.0% sin efectos de tipo de cambio, alcanzando 8,068 millones de pesos, reflejando así el sólido crecimiento en ventas y el buen manejo de márgenes y gastos.

La capacidad instalada en Centroamérica aumentó 4.3%, como resultado de la apertura de 34 nuevas unidades que adicionaron 37,554 $m^2$ de piso de venta y aportaron 0.6 puntos porcentuales al crecimiento consolidado en ventas.

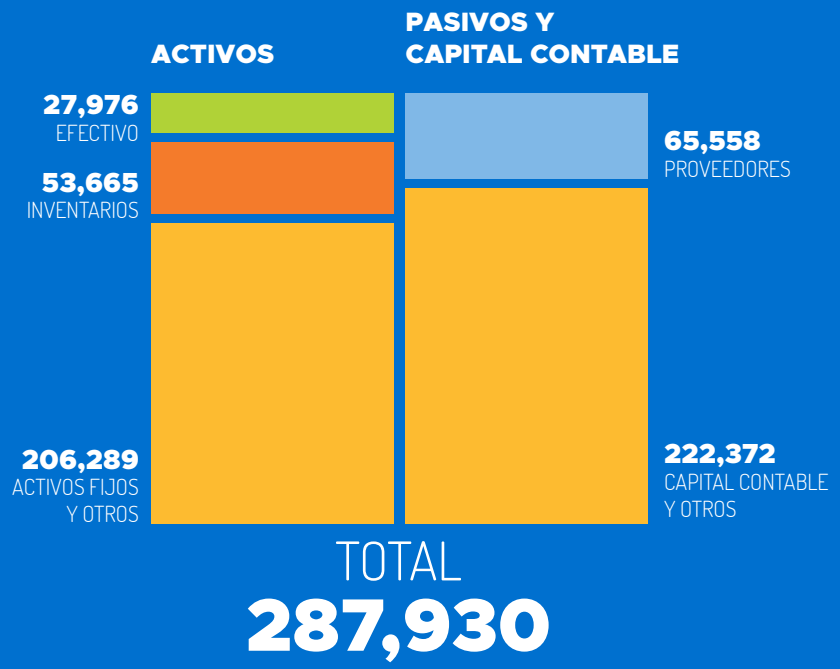
Respaldados por una constante generación de efectivo y apegados a nuestros lineamientos financieros, somos una empresa con un horizonte de inversión a largo plazo. Lo anterior nos da acceso a recursos que nos permiten adecuar nuestra base de tiendas en operación, expandir nuestra presencia con nuevas tiendas, desarrollar nuestras plataformas logísticas y tecnológicas, remunerar a nuestros accionistas por medio de dividendos y cumplir con los pagos de impuestos correspondientes. En 2016, nuestra generación de efectivo alcanzó la cifra récord de 51,343 millones de pesos.

Asimismo, la solidez financiera de nuestra compañía se ve reflejada en un balance general exento de deuda, así como de un capital de trabajo negativo, ya que nos esforzamos continuamente para optimizar los saldos en inventarios y cuentas por pagar.

# estado de resultados y **BALANCE GENERAL**

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016 (MXN MILLONES)

| CONSOLIDADO | 2016 | % a ing. | 2015 | % a ing. | % Crec. |
|---|---|---|---|---|---|
| INGRESOS TOTALES | **532,384** | 100 | 475,911 | 100 | 11.9 |
| MARGEN BRUTO | **117,484** | 22.1 | 102,603 | 21.6 | 14.5 |
| GASTOS GENERALES | **77,834** | 14.6 | 69,548 | 14.6 | 11.9 |
| UTILIDAD DE OPERACIÓN | **39,455** | 7.4 | 32,828 | 6.9 | 20.2 |
| EBITDA | **50,149** | 9.4 | 42,592 | 8.9 | 17.7 |




TOTAL
**287,930**

# RESULTADOS FINANCIEROS

MILLONES DE PESOS

| | *NIIF | | | | | | | | | **NIF | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2016[8] | 2015[7] | 2015[6] | 2014[4] | 2013[4] | 2013[1] | 2012[1] | 2012 | 2011 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 |
| PIB México (Crecimiento anual, %) | 2.3 | 2.5 | 2.5 | 2.1 | 1.1 | 1.1 | 3.9 | 3.9 | 3.9 | 3.9 | 5.5 | (6.1) | 1.5 | 3.3 |
| Inflación México (Anual, %) | 3.4 | 2.1 | 2.1 | 4.1 | 4.0 | 4.0 | 3.6 | 3.6 | 3.8 | 3.8 | 4.4 | 3.6 | 6.5 | 3.8 |
| Devaluación (Anual, %) | 19.2 | 18.0 | 18.0 | 13.0 | 1.4 | 1.4 | (7.9) | (7.9) | 12.9 | 12.9 | (5.6) | (4.5) | 25.5 | 0.8 |
| Tipo de Cambio (Promedio, pesos por dólar) | 18.7 | 15.9 | 15.9 | 13.3 | 12.8 | 12.8 | 13.1 | 13.1 | 12.5 | 12.5 | 12.6 | 13.4 | 11.2 | 10.9 |
| Tipo de Cambio (Fin de periodo, pesos por dólar) | 20.7 | 17.4 | 17.4 | 14.7 | 13.0 | 13.0 | 12.9 | 12.9 | 14.0 | 14.0 | 12.4 | 13.1 | 13.7 | 10.9 |
| Tasas de interés México (Cetes 28 días, Promedio anual, %) | 4.2 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 3.8 | 3.8 | 4.2 | 4.2 | 4.2 | 4.2 | 4.4 | 5.4 | 7.7 | 7.2 |
| **ESTADO DE RESULTADOS** | | | | | | | | | | | | | | |
| VENTAS NETAS | 528,571 | 472,460 | 485,864 | 437,659 | 420,577 | 420,577 | 407,843 | 413,792 | 375,280 | 379,021 | 334,511 | 269,397 | 244,029 | 219,714 |
| % de crecimiento vs. año anterior, U. Totales | 12 | 11 | 11 | 4 | 3 | 3 | NA | 10 | 12 | 13 | 24 | 10 | 11 | 13 |
| % de crecimiento vs. año anterior, U. Iguales | 10 | 9 | 9 | 1 | (1) | (1) | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 6 |
| OTROS INGRESOS | 3,813 | 3,451 | 3,503 | 3,329 | 3,246 | 4,584 | 4,217 | 4,259 | 3,570 | 1,885 | 1,346 | 1,054 | 888 | 787 |
| % de crecimiento vs. año anterior | 11 | NA | 5 | 3 | NA | 9 | NA | 19 | NA | 40 | 28 | 19 | 13 | 11 |
| TOTAL INGRESOS | 532,384 | 475,911 | 489,367 | 440,988 | 423,823 | 425,161 | 412,060 | 418,051 | 378,850 | 380,906 | 335,857 | 270,451 | 244,917 | 220,501 |
| % de crecimiento vs. año anterior | 12 | NA | 11 | 4 | NA | 3 | NA | 10 | NA | 13 | 24 | 10 | 11 | 13 |
| UTILIDAD BRUTA | 117,484 | 102,603 | 107,380 | 97,619 | 92,948 | 93,624 | 90,228 | 94,597 | 85,109 | 83,698 | 74,059 | 58,600 | 53,284 | 47,751 |
| % de margen de utilidad | 22.1 | 21.6 | 21.9 | 22.1 | 21.9 | 22.0 | 21.9 | 22.6 | 22.5 | 22.0 | 22.1 | 21.7 | 21.8 | 21.7 |
| GASTOS GENERALES | 77,834 | 69,548 | 72,235 | 64,010 | 61,318 | 62,102 | 58,541 | 61,926 | 55,574 | 53,619 | 47,015 | 36,332 | 33,533 | 29,428 |
| % sobre total de ingresos | 14.6 | 14.6 | 14.8 | 14.5 | 14.5 | 14.6 | 14.2 | 14.8 | 14.7 | 14.1 | 14.0 | 13.4 | 13.7 | 13.3 |
| UTILIDAD DE OPERACIÓN | 39,455 | 32,828 | 34,969 | 34,716 | 31,636 | 31,532 | 31,422 | 32,399 | 29,591 | 30,079 | 27,044 | 22,268 | 19,751 | 18,323 |
| % sobre total de ingresos | 7.4 | 6.9 | 7.1 | 7.9 | 7.5 | 7.4 | 7.6 | 7.7 | 7.8 | 7.9 | 8.1 | 8.2 | 8.1 | 8.3 |
| % de crecimiento vs. año anterior | 20 | NA | 1 | 10 | NA | 0 | NA | 9 | NA | 11 | 21 | 13 | 8 | 16 |
| FLUJO OPERATIVO (EBITDA) | 50,149 | 42,592 | 44,993 | 42,854 | 40,305 | 40,222 | 39,860 | 41,166 | 37,188 | 37,415 | 33,294 | 26,915 | 23,887 | 21,973 |
| % sobre total de ingresos | 9.4 | 8.9 | 9.2 | 9.7 | 9.5 | 9.5 | 9.7 | 9.8 | 9.8 | 9.8 | 9.9 | 10.0 | 9.8 | 10.0 |
| INGRESOS (GASTOS) FINANCIEROS - NETO | (323) | 89 | 55 | (154) | (16) | (15) | 401 | 399 | 189 | 191 | 460 | 662 | 474 | 1,468 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A LA UTILIDAD | 39,132 | 32,917 | 35,024 | 34,562 | 31,620 | 31,517 | 31,823 | 32,798 | 29,780 | 30,198 | 27,630 | 23,018 | 19,857 | 19,536 |
| IMPUESTOS A LA UTILIDAD | 10,623 | 9,473 | 10,087 | 9,521 | 9,632 | 9,517 | 9,237 | 9,529 | 7,695 | 7,939 | 8,066 | 6,212 | 5,184 | 5,574 |
| OPERACIONES DISCONTINUAS | 4,842 | 2,935 | 1,442 | 5,394 | 725 | 713 | 683 | - | - | - | - | - | - | - |
| UTILIDAD NETA (PARTICIPACIÓN CONTROLADORA) | 33,352 | 26,376 | 26,376 | 30,426 | 22,717 | 22,717 | 23,275 | 23,275 | 22,080 | 22,254 | 19,550 | 16,806 | 14,673 | 13,962 |
| % de crecimiento vs. año anterior | 26.5 | (13.3) | (13.3) | 33.9 | (2.4) | (2.4) | 5.4 | 5.4 | NA | 13.8 | 16.3 | 14.5 | 5.1 | 14.7 |
| **POSICIÓN FINANCIERA** | | | | | | | | | | | | | | |
| CAJA | 27,976 | 24,791 | 24,791 | 28,048 | 21,129 | 21,129 | 28,163 | 28,163 | 25,166 | 25,166 | 24,661 | 19,483 | 11,350 | 8,984 |
| INVENTARIOS | 53,665 | 49,749 | 49,749 | 47,175 | 43,795 | 43,795 | 39,092 | 39,092 | 39,336 | 40,163 | 29,023 | 22,507 | 22,794 | 20,865 |
| OTROS ACTIVOS | 30,519 | 15,831 | 15,831 | 19,475 | 19,510 | 19,510 | 12,909 | 12,909 | 13,579 | 13,249 | 9,056 | 6,256 | 5,034 | 5,373 |
| ACTIVO FIJO | 136,349 | 130,222 | 130,222 | 125,996 | 121,083 | 121,083 | 117,377 | 117,377 | 111,372 | 116,680 | 102,300 | 84,893 | 79,286 | 71,522 |
| CRÉDITO MERCANTIL | 39,421 | 33,057 | 33,057 | 28,020 | 24,745 | 24,745 | 24,745 | 24,745 | 29,768 | 29,768 | 29,768 | - | - | - |
| TOTAL ACTIVO | 287,930 | 253,650 | 253,650 | 248,714 | 230,262 | 230,262 | 222,286 | 222,286 | 219,221 | 225,026 | 194,808 | 133,139 | 118,464 | 106,744 |
| PROVEEDORES | 65,558 | 56,396 | 56,396 | 52,710 | 47,609 | 47,609 | 44,770 | 44,770 | 50,854 | 50,854 | 38,000 | 30,378 | 27,005 | 25,381 |
| OTROS PASIVOS | 55,346 | 45,433 | 45,433 | 45,758 | 39,702 | 39,702 | 37,679 | 37,679 | 39,184 | 40,894 | 33,948 | 19,613 | 17,183 | 15,179 |
| CAPITAL CONTABLE | 167,026 | 151,795 | 151,795 | 150,223 | 142,931 | 142,931 | 139,701 | 139,701 | 128,867 | 132,962 | 122,531 | 83,148 | 74,276 | 66,184 |
| PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA | - | 26 | 26 | 23 | 20 | 20 | 136 | 136 | 316 | 316 | 329 | - | - | - |
| TOTAL PASIVO, CAPITAL CONTABLE Y PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA | 287,930 | 253,650 | 253,650 | 248,714 | 230,262 | 230,262 | 222,286 | 222,286 | 219,221 | 225,026 | 194,808 | 133,139 | 118,464 | 106,744 |

G4-17

| | *NIIF | | | | | | | | | **NIF | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2016[8] | 2015[7] | 2015[6] | 2014[4] | 2013[4] | 2013[1] | 2012[1] | 2012 | 2011 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 |
| **NÚMERO DE UNIDADES MÉXICO** | | | | | | | | | | | | | | |
| Bodega Aurrerá | 1,763 | 1,719 | 1,719 | 1,660 | 1,589 | 1,589 | 1,423 | 1,423 | 1,204 | 1,204 | 899 | 684 | 442 | 313 |
| Walmart Supercenter | 262 | 256 | 256 | 251 | 243 | 243 | 227 | 227 | 213 | 213 | 192 | 169 | 153 | 136 |
| Sam's Club | 160 | 160 | 160 | 159 | 156 | 156 | 142 | 142 | 124 | 124 | 108 | 98 | 91 | 83 |
| Superama | 96 | 95 | 95 | 93 | 92 | 92 | 90 | 90 | 88 | 88 | 75 | 69 | 67 | 64 |
| Suburbia | - | 117 | 117 | 116 | 109 | 109 | 100 | 100 | 94 | 94 | 90 | 86 | 84 | 76 |
| Farmacias Medimart | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 6 | - | - | - | - | - | - | - |
| Restaurantes Vips | - | - | - | - | - | - | 365 | 365 | 364 | 364 | 366 | 360 | 360 | 348 |
| TOTAL UNIDADES | 2,291 | 2,357 | 2,357 | 2,289 | 2,199 | 2,199 | 2,353 | 2,347 | 2,087 | 2,087 | 1,730 | 1,466 | 1,197 | 1,020 |
| **NÚMERO DE UNIDADES CENTROAMÉRICA** | | | | | | | | | | | | | | |
| Tiendas de Descuento | 495 | 484 | 484 | 477 | 466 | 466 | 459 | 459 | 453 | 453 | 401 | 377 | - | - |
| Supermercados | 92 | 99 | 99 | 96 | 100 | 100 | 97 | 97 | 96 | 96 | 94 | 92 | - | - |
| Bodegas | 117 | 102 | 102 | 94 | 75 | 75 | 67 | 67 | 54 | 54 | 36 | 32 | - | - |
| Walmarts | 27 | 24 | 24 | 22 | 20 | 20 | 17 | 17 | 17 | 17 | 16 | 16 | - | - |
| Clubes de Precios | - | - | - | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | - | - |
| TOTAL UNIDADES | 731 | 709 | 709 | 690 | 662 | 662 | 642 | 642 | 622 | 622 | 549 | 519 | - | - |
| **BANCO WALMART** | | | | | | | | | | | | | | |
| Sucursales bancarias | - | - | - | - | 201 | 201 | 263 | 263 | 263 | 263 | 263 | 190 | 38 | 16 |
| **OTROS DATOS AL FIN DE AÑO** | | | | | | | | | | | | | | |
| Número de asociados | 228,854[9] | 231,996 | 231,996 | 228,063[5] | 224,901[5] | 226,289[3] | 248,246 | 248,246 | 238,128 | 238,128 | 219,767 | 176,463 | 170,014 | 157,432 |
| Precio de la acción[2] (pesos) | 37.05 | 43.49 | 43.49 | 31.72 | 34.26 | 34.26 | 42.33 | 42.33 | 38.23 | 38.23 | 35.44 | 29.35 | 18.50 | 18.85 |
| Número de acciones en circulación[2] (millones) | 17,461 | 17,461 | 17,461 | 17,507 | 17,627 | 17,627 | 17,722 | 17,722 | 17,747 | 17,747 | 17,848 | 16,752 | 16,870 | 16,946 |
| Valor de mercado | 646,930 | 759,379 | 759,379 | 555,322 | 603,901 | 603,901 | 750,172 | 750,172 | 678,471 | 678,471 | 632,533 | 491,671 | 312,095 | 319,347 |
| Utilidad por acción[2] (pesos) | 1.910 | 1.508 | 1.508 | 1.732 | 1.284 | 1.284 | 1.312 | 1.312 | 1.240 | 1.250 | 1.105 | 0.999 | 0.866 | 0.817 |
| Dividendo pagado | 28,972 | 31,562 | 31,562 | 21,643 | 16,056 | 16,056 | 9,612 | 9,612 | 9,659 | 9,659 | 5,743 | 5,040 | 4,902 | 4,313 |
| Número de acciones recompradas[2] (millones) | - | 47 | 47 | 123 | 96 | 96 | 27 | 27 | 103 | 103 | 112 | 117 | 152 | 288 |
| Inversión en recompra de acciones | - | 1,825 | 1,825 | 3,996 | 3,328 | 3,328 | 1,088 | 1,088 | 3,455 | 3,455 | 3,472 | 2,509 | 2,869 | 6,065 |

1 Los resultados de Vips se presentan en Operaciones Discontinuas.
2 Información ajustada por el split realizado en abril de 2010.
3 No incluye asociados de Vips.
4 Los resultados de Banco Walmart y Vips se presentan en Operaciones Discontinuas.
5 No incluye asociados de Banco Walmart.
6 Los resultados de Banco Walmart y su venta, se presentan en Operaciones Discontinuas.
7 Los resultados de Suburbia así como los resultados de Banco Walmart y su venta se presentan en Operaciones Discontinuas.
8 Los resultados de Suburbia se presentan en Operaciones Discontinuas.
9 No incluye asociados de Suburbia.

* NIIF = Información financiera bajo las Normas Internacionales de Información Financiera.
** NIF = Información financiera bajo las Normas de Información Financiera de México.
NA = No Aplica.

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **ADQUISICIONES DE INMUEBLES Y EQUIPO** | 14,335 | 12,526 | 12,526 | 12,691 | 13,987 | 13,987 | 14,660 | 14,660 | 18,352 | 18,352 | 13,130 | 9,735 | 11,316 | 11,097 |

G4-17, G4-22

# nuestros ASOCIADOS

DESARROLLO DE TALENTO | BALANCE DE VIDA | DIVERSIDAD E INCLUSIÓN | ESTÁNDARES LABORALES | SALUD Y SEGURIDAD

ESTAMOS ENFOCADOS EN ATRAER, DESARROLLAR Y RETENER TALENTO CREANDO EQUIPOS DE TRABAJO COMPROMETIDOS CON NUESTRAS CLIENTAS, FORTALECIENDO AMBIENTES DIVERSOS E INCLUSIVOS Y NUESTRA CULTURA.

**228,854**
ASOCIADOS

**110.2**
MILLONES DE PESOS INVERTIDOS EN CAPACITACIÓN **G4-LA9**

**33%**
DE NUESTROS EJECUTIVOS SON MUJERES

# desarrollo de TALENTO

G4-LA10

**27,012**
PROMOCIONES

**2.6**
MILLONES DE HORAS-HOMBRE EN CAPACITACIÓN

**545**
ASOCIADOS TOP TALENT

Capacitar, evaluar y retroalimentar a nuestros asociados sustenta nuestro crecimiento, por lo que tenemos un plan de desarrollo para cada uno de ellos.

EN MÉXICO CREAMOS EQUIPOS DE ALTO DESEMPEÑO LLAMADOS CÉLULAS DE COMPRAS QUE SE INTEGRAN POR ASOCIADOS DE COMPRAS, RESURTIDO, MODULARES Y PLANEACIÓN ORIENTADOS A FORTALECER LA COMUNICACIÓN ENTRE ÁREAS PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DE COMPRA DE NUESTRAS CLIENTAS. EL PROYECTO REPRESENTA UNA NUEVA FORMA DE TRABAJAR Y PERMITE ENTENDER Y ATENDER MEJOR LAS NECESIDADES CAMBIANTES DE LAS CLIENTAS.

Estudiantes de Maestría es un programa que apoya la participación de estudiantes al invitarlos a dirigir un proyecto durante el verano; al término de sus estudios, los más destacados se integran a niveles ejecutivos en distintas áreas de la empresa. En 2016 se contrataron cinco de siete que participaron en el verano.

Apoyamos con becas a los ejecutivos identificados como *Top Talent* para iniciar o concluir sus estudios de nivel maestría, licenciatura, diplomado e inglés, invirtiendo más de 11 millones de pesos.

En Centroamérica, el programa de Desarrollo Directivo y Gerencial, en alianza con el Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, fomenta habilidades de liderazgo en más de 50 ejecutivos que participan.

El Programa de Mentoría Individual o Grupal y Círculos de Mentoría busca promover el desarrollo acelerado de nuestros ejecutivos mediante la guía de un asociado con al menos un nivel superior. Durante el 2016 se establecieron más de 700 nuevas asignaciones de mentoría individual.

El Diplomado de Distritales busca el desarrollo de los subdirectores de operaciones para que fortalezcan sus habilidades directivas en beneficio de fortalecer su liderazgo. En 2016, en México, más de 80 ejecutivos participaron en dicho diplomado.

El Programa de Liderazgo orienta nuestros esfuerzos y acciones hacia el desarrollo personal de la alta dirección con base en la identificación de fortalezas y áreas de oportunidad, reforzando la conciencia de cada ejecutivo sobre el rol que juega en la transformación de la cultura organizacional y en el alineamiento estratégico. El Programa de Liderazgo inició con todos nuestros vicepresidentes.

## ACADEMIAS DE OPERACIONES

Este año implementamos el Centro de Aprendizaje en Guatemala. La operación de Costa Rica y Guatemala generó 104 subgerentes de tienda graduados.

Se desarrollaron 66 programas para complementar las rutas de formación desde línea hasta subdirectores de Autoservicio y Sam's Club.

Se implementó el Programa Desarrollar, Atraer y Retener en Bodega Aurrerá para asociados de línea y jefatura, capacitó a más de 17,200 asociados; el cual les brinda las herramientas y conocimientos para cumplir con sus funciones básicas en su nuevo rol como jefe de departamento y, mejora su capacidad para la toma de decisiones e impacta los indicadores clave de negocio.

Por tercer año consecutivo, liberamos el Programa *Delivering Operational Excellence* en su versión 2.0. Este programa tiene como objetivo el entrenamiento de gerentes de tienda y distritales de Centroamérica, en procesos que aseguren la excelencia operativa en tiendas, de cara a la clienta y al asociado. Durante 2016, 762 asociados recibieron este entrenamiento.

## ACADEMIA DE COMPRAS

Formamos a más de 2 mil mercaderes para desarrollar sus habilidades de liderazgo, negociación, mercadeo, administración de categorías e importaciones.

Se contribuyó a afianzar el trabajo en equipo en las nuevas estructuras en células de compras, mediante sesiones de gestión del cambio.

Todos nuestros asociados reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional. En 2016, evaluamos a más de 124,300 asociados permanentes con al menos un año en la empresa, lo que corresponde al 88% de la plantilla en México y 26% en Centroamérica. **G4-LA11**

## CAPACITACIÓN POR NIVEL G4-LA9

| NIVEL | HORAS-HOMBRE | |
|---|---|---|
| | MÉXICO | CAM |
| Directivo | 1,126 | 4,859 |
| Gerencial | 300,209 | 64,358 |
| Departamental | 342,696 | 38,715 |
| Línea | 1,352,408 | 281,142 |

# balance de VIDA

G4-EC3

**849**
CONVENIOS DE EDUCACIÓN, SERVICIOS Y ESPARCIMIENTO

**7,754**
TRANSFERENCIAS POR CALIDAD DE VIDA

**21,793**
ASOCIADOS ATENDIDOS EN EL SERVICIO MÉDICO O DE NUTRICIÓN

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

EN MÉXICO, LA RENOVACIÓN DE NUESTRAS OFICINAS, ECO: ESPACIOS COLABORATIVOS, NOS PERMITE FORTALECER LA VISIÓN DE LA EMPRESA QUE QUEREMOS SER, ABIERTA A LA COLABORACIÓN ENTRE ÁREAS Y EL TRABAJO EN EQUIPO PARA IMPULSAR LA PRODUCTIVIDAD.

Implementamos un nuevo medio de apoyo personal gratuito llamado Programa de Asistencia Integral, en el que se brinda asesoría en temas psicológicos, financieros y jurídicos a nuestros asociados y sus familias.

Lanzamos la aplicación GoIntegro en la que se ofrecen 849 convenios disponibles para nuestros asociados y familiares con beneficios que les ayudan a ahorrar dinero y promueven su calidad de vida.

El Programa de Semana Flexible de Trabajo para los asociados de Staff consiste en liberar las horas de trabajo del viernes por la tarde, acomodándolas de lunes a jueves, para tener así ¨viernes cortos¨. Además, flexibilizamos nuestra forma de vestir, para incentivar un ambiente de trabajo abierto, cómodo y de respeto.

La licencia postnatal para madres de Staff permite integrarse a la vida laboral de forma paulatina hasta los siete meses de vida del bebé y, en los padres, fomenta la integración al permitir un horario de seis horas durante el primer mes de vida del bebé. Gracias a estas iniciativas, al 31 de diciembre de 2016, el 75% de los asociados que utilizaron dicha prestación, se reincorporaron al trabajo después de gozar su licencia de maternidad o paternidad. **G4-LA3**

Por segundo año consecutivo se realizó el Día de la Familia al que estuvieron invitados a participar los asociados de Staff y sus familiares; generando orgullo y sentido de pertenencia. En Centroamérica, esta iniciativa se extendió a los Centros de Distribución y las Plantas de Desarrollo Agroindustrial.

## PRESTACIONES A ASOCIADOS G4-LA2

| | JORNADA COMPLETA | | JORNADA PARCIAL/ TEMPORAL | |
|---|---|---|---|---|
| | MÉXICO | CAM | MÉXICO | CAM |
| Vacaciones ejecutivos | ■ | ■ | | |
| Vacaciones no ejecutivos | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Días de descanso (festivos) | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Permisos especiales | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Subsidio de alimentación | | ■ | ■ | |
| Vale electrónico | ■ | | | |
| Descuento en compras | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Automóvil corporativo ejecutivos* | ■ | ■ | | |
| Reembolso para automóvil ejecutivos | | ■ | | |
| Revisión médica ejecutivos | ■ | ■ | | |
| Seguro de vida | ■ | ■ | | |
| Seguro hospitalario | | ■ | | |
| Seguro de gastos médicos mayores | ■ | ■ | | |
| Subsidio incapacidad | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Celebración fin de año | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Reconocimiento de antigüedad | ■ | ■ | | ■ |
| Maternidad | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Paternidad | ■ | ■ | | ■ |
| Fondo de pensión | | ■ | | |

■ Se otorga conforme a la ley
■ La ley no lo exige y la empresa lo otorga
■ Otorgado superior a lo que exige la ley
* Desde gerente divisional

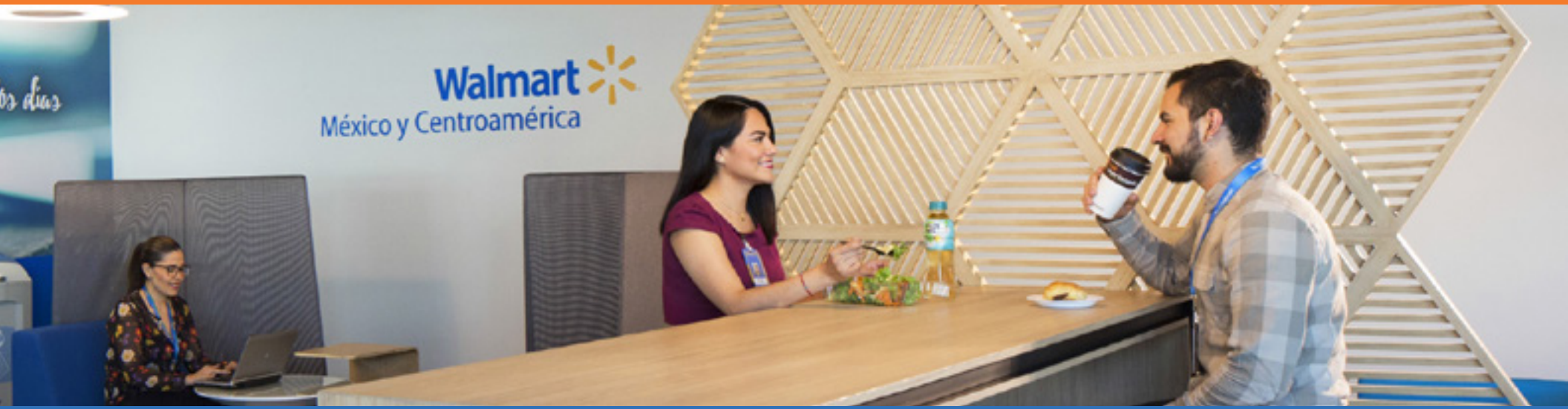
# diversidad e
# INCLUSIÓN

**51%**
DE NUESTROS ASOCIADOS
SON MUJERES

**49%**
DE LAS PROMOCIONES
FUERON MUJERES

**17,003**
ASOCIADOS CAPACITADOS
**G4-HR2**

Recibimos la certificación de la Norma Mexicana para la Igualdad Laboral y la No Discriminación otorgada por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, el Inmujeres y el Conapred. Somos la única empresa de autoservicio que recibió esta certificación.



CONTAMOS CON UNA POLÍTICA DE IGUALDAD E INCLUSIÓN CUYO OBJETIVO ES ASEGURAR LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y LA NO DISCRIMINACIÓN: AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016, CONTAMOS CON UNA PLANTILLA DE 645 ASOCIADOS CON ALGUNA DISCAPACIDAD.

En México, los criterios de contratación se enfocan en buscar el mejor candidato para ocupar la plaza, independientemente de si es o no residente local. En Centroamérica, por ley damos preferencia a residentes locales. El proceso consiste en entrevistas, selección, evaluaciones psicométricas, entrevista con el comité del negocio, oferta económica, documentos, bienvenida e inicio de entrenamiento.

En Mexico, el 94% de la alta dirección tiene nacionalidad mexicana, en Centroamérica el 88%. La alta dirección contempla los puestos de subdirección, dirección y vicepresidencia. **G4-EC6, LA12**

No existe diferencia salarial por género, edad, religión, preferencia sexual o ideología política. Contamos con un tabulador; las diferencias que existen se deben al desempeño individual de cada asociado, mismo que se evalúa anualmente con base en la antigüedad en la empresa y el apego a los comportamientos de éxito que están plasmados en la Política Lugar de Trabajo Libre de Hostigamiento y Discriminación. **G4- LA13**

Programas diseñados para mujeres como *Reach High!*, Mujeres en *Retail* y Diplomado de Liderazgo Femenino buscan desarrollar y retener el mejor talento, teniendo asociadas empoderadas, comprometidas y con sentido de pertenencia haciéndolas crecer a niveles ejecutivos.

## NUESTROS ASOCIADOS G4-LA1

| | MÉXICO | | | CENTROAMÉRICA | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | TOTAL | %M | %H | TOTAL | %M | %H |
| Total asociados | 192,434 | 53 | 47 | 36,420 | 40 | 60 |
| Ejecutivos | 2,622 | 32 | 68 | 404 | 39 | 61 |
| No ejecutivos | 189,812 | 53 | 47 | 36,016 | 40 | 60 |
| Permanentes | 188,483 | 53 | 47 | 34,546 | 40 | 60 |
| Jornada completa | 156,294 | 52 | 48 | 31,589 | 38 | 62 |
| Jornada parcial | 32,189 | 58 | 42 | 2,957 | 56 | 44 |
| Eventuales | 3,951 | 50 | 50 | 1,874 | 39 | 61 |
| Jornada completa | 3,127 | 47 | 53 | 1,320 | 29 | 71 |
| Jornada parcial | 824 | 60 | 40 | 554 | 63 | 37 |
| **POR RANGO DE EDAD** | | | | | | |
| Nuevos asociados | 57,691 | 48 | 52 | 11,365 | 33 | 67 |
| =<25 | 29,195 | 40 | 60 | 5,327 | 27 | 73 |
| 26-30 | 10,121 | 49 | 51 | 2,997 | 34 | 66 |
| 31-35 | 5,981 | 57 | 43 | 1,562 | 39 | 61 |
| 36-40 | 4,371 | 64 | 36 | 786 | 48 | 52 |
| >=41 | 8,023 | 63 | 37 | 693 | 45 | 55 |
| Bajas asociados | 100,498 | 45 | 55 | 9,120 | 34 | 66 |
| =<25 | 50,530 | 37 | 63 | 3,031 | 25 | 75 |
| 26-30 | 18,538 | 46 | 54 | 2,711 | 33 | 67 |
| 31-35 | 10,758 | 53 | 47 | 1,626 | 38 | 62 |
| 36-40 | 7,570 | 57 | 43 | 840 | 44 | 56 |
| >=41 | 13,102 | 58 | 42 | 912 | 49 | 51 |

estándares

# LABORALES

**CULTURA**
WALMART

**RESPETO**
BÚSQUEDA DE
LA EXCELENCIA

**INTEGRIDAD**
SERVICIO AL CLIENTE

En todos los países donde operamos estamos comprometidos con cumplir con todas las leyes relativas a estándares laborales.

LA EMPRESA CUMPLE Y EXCEDE EL SALARIO MÍNIMO ESTABLECIDO POR LAS AUTORIDADES. DEPENDIENDO DEL ÁREA GEOGRÁFICA, NUESTRO TABULADOR GENERAL SE UBICA 36% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL SALARIO MÍNIMO EN MÉXICO. **G4-EC5**

Para ser nuestro proveedor es requisito indispensable fijar los términos y condiciones de la relación comercial, incluyendo las obligaciones relativas al cumplimiento de las disposiciones legales aplicables y las relativas a las de responsabilidad laboral. **G4-HR4, HR5, HR6**

Nos regimos por el plan de pensiones establecido por la ley de cada país. Como beneficio adicional, la empresa otorga al jubilado en el momento de la baja tres meses de sueldo, lo cual está normado en nuestra Política de Bajas de Personal. **G4-EC3**

En México, enfrentamos 6,944 demandas laborales interpuestas durante 2016 y en años anteriores, 5,969 de asociados y 975 de proveedores, en 2016 se concluyeron 6,304 de asociados y 784 de proveedores. **G4-LA16**

estándares
# LABORALES

## AMBIENTE DE TRABAJO
donde se practica la cultura de diversidad, igualdad de oportunidades e inclusión que nos permita ayudar a los asociados a desarrollar todo su potencial, cultivando un ambiente de confianza y respeto a la dignidad humana

## COMUNICACIÓN ABIERTA
y confidencial para denuncias sobre violaciones a cualquiera de los puntos descritos en este apartado

## NO DISCRIMINACIÓN
por motivos de raza, color, edad, género, orientación sexual, religión, discapacidad, grupo étnico, nacionalidad, estado civil o cualquier otra condición

## SALUD Y SEGURIDAD
para mantener la integridad del asociado

## SALARIOS
remunerados

## SUPERIORES
a los mínimos establecidos por la ley

## LIBERTAD
de asociación

## RECHAZO
al trabajo infantil y al trabajo forzado

salud y

# SEGURIDAD

**390,417**
CAPACITACIONES A ASOCIADOS

**10%**
DE LA PLANTILLA PARTICIPA EN BRIGADAS

**CERO**
ACCIDENTES ES NUESTRO OBJETIVO

Trabajamos en la prevención de todo tipo de riesgos enfocados en la seguridad de nuestros asociados, clientas, socios y proveedores. Nuestra visión: ser la empresa más segura para comprar y trabajar.

LA SEGURIDAD ES NUESTRA MÁXIMA PRIORIDAD, POR LO QUE NOS ENFOCAMOS EN GENERAR UN AMBIENTE DE TRABAJO LIBRE DE RIESGOS Y OFRECER UNA EXPERIENCIA DE COMPRA SEGURA.

Existe un Programa de Cumplimiento de Salud y Seguridad en la compañía que tiene por objeto identificar los requerimientos legales a cumplir en cada mercado, desarrollar las políticas y procedimientos internos, capacitar a nuestros asociados y monitorear el nivel de cumplimiento. Asimismo, existe un Comité de Salud y Seguridad en México, el cual sesiona para revisar y votar iniciativas de seguridad que tienen como objeto prevenir accidentes e incendios que puedan llegar a dañar a nuestros asociados, clientas y proveedores.

Capacitamos a los asociados, a través de medios digitales y de manera presencial, en diferentes ramas de la Salud y Seguridad, Protección Civil y Brigadas de Emergencias. **G4-LA5**

De igual manera, se realizan constantes revisiones a las distintas unidades de negocio para detectar y generar planes de acción para atender las necesidades detectadas dentro de nuestros negocios. Documentamos las buenas prácticas e investigamos las causas de accidentes graves para evitar que se repita la condición o acto inseguro.

Ponemos especial cuidado en los asociados cuyo trabajo tiene un riesgo elevado de accidente o enfermedad, como los asociados en tienda, los tablajeros y jefe de carnes. **G4-LA7**

## INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD G4-LA6

| | 2015 | 2016 |
|---|---|---|
| Días de incapacidad | 151,066 | 168,350 |
| Accidentes por riesgo de trabajo | 11,498 | 14,022 |
| Asociados incapacitados | 11,006 | 12,376 |
| Víctimas mortales | 1 | 3 |

# nuestros PROVEEDORES

DESARROLLO DE PROVEEDORES | PROVEEDURÍA RESPONSABLE | RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO

ESTAMOS CONVENCIDOS DE QUE PROMOVER LA DIVERSIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTRO GENERA OPORTUNIDADES PARA NUESTROS PROVEEDORES HACIENDO LLEGAR SUS PRODUCTOS A NUESTRAS TIENDAS Y CLUBES. **G4-LA9**

**22,597**
PROVEEDORES

**93%**
DE LA MERCANCÍA ES COMPRADA EN MÉXICO

**93%**
DE LA MERCANCÍA ES COMPRADA EN CENTROAMÉRICA

desarrollo de

# PROVEEDORES

G4-EC8, EC9

**17,629**
PEQUEÑOS PRODUCTORES DESARROLLADOS

**87%**
SON PROVEEDORES PYMES EN MÉXICO

**64%**
DE NUESTROS PROVEEDORES EN CENTROAMÉRICA SON DE LA REGIÓN

Brindamos oportunidades de desarrollo a productores locales y a las empresas pequeñas las apoyamos a crecer. Estamos conscientes que acceder a cualquier mercado formal requiere de capacidad instalada, acceso a capital y conocimientos de dichos mercados.

TENEMOS DIFERENTES PROGRAMAS QUE PROMUEVEN
LA MOVILIDAD ECONÓMICA EN LA CADENA DE SUMINISTRO.

Nuestras plataformas de desarrollo están diseñadas de acuerdo a la naturaleza de los productores para equiparlos con el conocimiento y la experiencia necesaria para lograr su acceso como proveedores, su permanencia y crecimiento sostenible en la empresa, así como para incrementar su capacidad de crecer en otros mercados.

## PORCENTAJE DEL GASTO QUE CORRESPONDE A PROVEEDORES LOCALES G4-EC9

| NUESTRAS MARCAS | AUTOSERVICIOS | | SAM'S CLUB |
|---|---|---|---|
| | MÉXICO | CAM | MÉXICO |
| Productos | 1,971 | 1,728 | 292 |
| Proveedores | 387 | 232 | 115 |
| % proveedores nacionales/ regionales | 70 | 85 | 82 |
| % venta nacionales/ regionales | 94 | 95 | 59 |
| % venta que representa Nuestras Marcas | 5 | 10 | 12 |

| | FRUTAS Y VERDURAS | | CARNES | | PESCADOS Y MARISCOS | | AVES |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | MÉXICO | CAM | MÉXICO | CAM | MÉXICO | CAM | CAM |
| Compra a proveedores nacionales/ regionales | 80 | 76 | 91 | 90 | 80 | 80 | 98 |
| Compra de producto nacional/ regional | 73 | 64 | 87 | 73 | 51 | 50 | NA |
| Compra directa al productor | 46 | 59 | 84 | 55 | 46 | 50 | 87 |

Empresas de Mujeres (*Women Owned Business*) es una iniciativa global lanzada en 2011 cuyo fin es empoderar a las mujeres empresarias, proporcionándoles un mayor acceso a los mercados y a herramientas necesarias para ayudarles a hacer crecer sus negocios. En 2016, en México, cumplimos nuestro objetivo de duplicar el volumen de compras a 109 mujeres empresarias, 11 de ellas participaron en un programa con Endeavor México que incluyó mentorías para fortalecer sus áreas financieras, administrativas, operativas y comerciales.

El Programa Adopta una Pyme, en México, y Una Mano para Crecer, en Centroamérica, busca apoyar a empresas a través del área de Compras y Desarrollo de Proveedores. Con estos programas se otorgan apoyos temporales que ayuden a los empresarios de menor tamaño a incrementar su productividad, competitividad, venta y el posicionamiento de sus productos en nuestras tiendas de autoservicio. Actualmente, 115 proveedores participan en la segunda generación de Adopta una Pyme, cuyo objetivo es crecer el 50% de sus ventas en 18 meses.

Pequeño Productor, en México, y Tierra Fértil, en Centroamérica, son programas sociales vinculados con un sentido de negocio cuyo objetivo es apoyar a los agricultores de bajos ingresos y con carencias sociales para que desarrollen cultivos diversificados con base en las necesidades reales.

Este año apoyamos a más de 1,800 productores agrícolas de bajos ingresos con asesoría sobre calidad de las semillas, uso de suelos, rendimiento y calidad de los cultivos, uso responsable de agroquímicos, rotación de cultivos, así como temas logísticos y lo necesario para fortalecer su preparación de agricultor como empresario, entre otros.

Anualmente realizamos, a través de un tercero, una Encuesta de Satisfacción a proveedores grandes, medianos y pequeños en México, con lo que obtenemos una calificación de las divisiones de Autoservicio y Sam's Club. Esta evaluación nos ayuda a identificar los puntos clave para mejorar la relación comercial, aumentar la eficiencia y mejorar la ejecución en nuestras unidades. **G4-PR5**

El Consejo Consultivo de Proveedores nos ha permitido ampliar el diálogo con nuestros socios comerciales, principalmente de las divisiones de Consumo, Abarrotes, Perecederos y Mercancías Generales. Está formado por 13 empresas en México y 67 en Centroamérica, y tiene como objetivo fomentar el intercambio de ideas y establecer modelos de trabajo colaborativos que contribuyan a incrementar la competitividad de nuestros proveedores en beneficio de nuestras clientas.

proveeduría

# RESPONSABLE

G4-EN32, EN33, LA14, LA15, HR1, HR4, HR5, HR6, HR9, HR10, HR11, SO9, SO10, SO11

**100%**
DE LOS CONTRATOS CONTIENEN LOS ESTÁNDARES PARA PROVEEDORES

**1,173**
AUDITORÍAS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE SEGURIDAD

OBJETIVO
**LOGRAR**
QUE LOS PROVEEDORES CUENTEN CON PRÁCTICAS RESPONSABLES

Estamos comprometidos a trabajar con nuestros proveedores para seguir impulsando la responsabilidad en nuestra cadena de suministro.

NUESTRO PROGRAMA DE PROVEEDURÍA RESPONSABLE ESTABLECE EXPECTATIVAS Y RENDICIÓN DE CUENTAS Y, ADEMÁS, PROPORCIONA RECURSOS Y CAPACITACIÓN PARA NUESTROS ASOCIADOS Y PROVEEDORES.

## ESTÁNDARES PARA PROVEEDORES

Compartir con la cadena de suministro nuestro principio de respeto al individuo implica que nuestros proveedores operen de forma responsable social y ambientalmente. De este modo, desafiamos a que se comprometan a alcanzar altos estándares de responsabilidad, cumplan con las auditorías y realicen evaluaciones exhaustivas, de modo que cumplamos con el objetivo de lograr que toda la cadena de suministro cuente con prácticas de proveeduría responsable.

Para ello, desarrollamos el Manual de Estándares para Proveedores, que establece las expectativas mínimas de operación que nuestros proveedores se comprometen a cumplir en relación con el trato ético de los trabajadores, la seguridad laboral, la responsabilidad ambiental y las prácticas de operación apropiadas en el idioma que hablan los empleados y en un lugar visible dentro de las fábricas.

Estos estándares son paralelos a las normas de auditoría que utilizamos para medir el grado de cumplimiento de los proveedores de Nuestras Marcas. Si una fábrica no cumple con nuestros estándares de cumplimiento de condiciones de trabajo, ambiental y de apego a la ética debe llevar a cabo medidas correctivas para mejorar su desempeño. De no hacerlo, no se permite que nos suministre mercancía.

En general, las auditorías de Proveeduría Responsable no son anunciadas y las realizan terceros. La frecuencia de la repetición de una auditoría se basa en la gravedad de los hallazgos previos. A los resultados se les asigna una calificación de color basada en el tipo y gravedad de los problemas encontrados. Utilizamos estas clasificaciones para ayudar a la toma de decisiones. Es responsabilidad de los proveedores trabajar con las fábricas para remediar los hallazgos de la auditoría.

# estándares para PROVEEDORES

**CUMPLIR CON TODAS**
las leyes y reglamentos nacionales y locales

otorgar
**DESCANSO**
y horarios de
**TRABAJO NO EXCESIVO**

proporcionar un ambiente de trabajo
**SEGURO Y SALUDABLE**

**NO REALIZAR TRANSACCIONES**
con los asociados que puedan causar conflicto de interés

**NO TOLERAR**
la esclavitud, el trabajo infantil y el trabajo forzado

**REMUNERAR**
a los trabajadores
con salarios satisfactorios

asegurar que sus
**INSTALACIONES Y PROCESOS**
cumplan con la legislación medioambiental

**NO PERMITIR SOBORNOS,**
corrupción ni prácticas no éticas

respetar la
**LIBERTAD DE ASOCIACIÓN**

**NO OFRECER REGALOS**
a los asociados

**LLEVAR REGISTRO PRECISO**
de los asuntos relacionados con la compañía

## GESTIÓN DE RIESGOS EN LA CADENA DE SUMINISTRO

A principios de 2015, comenzamos a modificar nuestro Programa de Proveeduría Responsable para centrarlo en áreas que presentan los mayores riesgos potenciales para la sociedad, la seguridad y el cumplimiento ambiental.

Evaluamos la forma en que la efectividad y estabilidad del gobierno correspondiente, el Estado de Derecho y el control de la corrupción afectan el riesgo de incumplimiento en las instalaciones de los proveedores en cada país.

Para gestionar el riesgo en la cadena de suministro adicional a nuestras propias auditorías, programas y capacitación, también estamos desarrollando alianzas con otras empresas, gobiernos y organizaciones no gubernamentales para abordar cuestiones complejas a las que ninguna empresa puede hacer frente por sí misma. Creemos que este enfoque más colaborativo impulsará un mayor impacto en nuestra cadena de suministro y que se hará de manera más efectiva.

# procesos de AUDITORÍA

**DE CUMPLIMIENTO**
ambiental, social y de seguridad

**1,668**
maquiladoras activas en la región

realizamos
**1,173 AUDITORÍAS**
a maquiladoras de 6,009 proveedores
**G4-LA14, LA15, HR10, HR11**

**REVISIÓN DETALLADA**
de documentos, incluidas las licencias, permisos y registros relacionados con el trabajo, el empleo y las prácticas de pago

**INSPECCIÓN VISUAL**
de las instalaciones

**ENTREVISTAS CONFIDENCIALES**
a trabajadores

responsabilidad de

# PRODUCTO

G4-PR1

**100%**
DE LOS CEDIS AUDITADOS EN SEGURIDAD ALIMENTARIA EN CENTROAMÉRICA

**175**
UNIDADES CUENTAN CON DISTINTIVO H

**1,762**
ETIQUETAS DE NUESTRAS MARCAS REVISADAS BAJO LA NOM

Nuestro objetivo es llevar productos a precios accesibles a nuestras clientas y, al mismo tiempo, elevar continuamente la calidad e inocuidad alimentaria.

## NUESTRAS CLIENTAS ESTÁN MÁS INTERESADAS EN SABER DE DÓNDE PROVIENEN SUS PRODUCTOS, LO QUE ESTOS CONTIENEN Y CÓMO SE HACEN.

Para ayudar a generar la confianza de las clientas en nuestros alimentos, llevamos a cabo una revisión rigurosa de nuestra cadena de suministro. En México, a través del Programa de Prevención de Fraude Alimentario, realizamos análisis con laboratorios externos acreditados para la:

- Identificación de especie en nuestra materia prima cárnica y de productos de cocina, para lo cual realizamos 288 análisis.
- Verificación de la integridad de los ingredientes de los productos de Nuestras Marcas, por ejemplo: miel, leche, aceite de oliva, jugos 100% naturales y café, de los cuales realizamos 49 análisis.
- Validación de certificados de productos comercializados como orgánicos, acreditando 300 artículos.

El 96% en México y el 55% en Centroamérica de proveedores de Nuestras Marcas están certificadas en las normas reconocidas por la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI, por sus siglas en inglés), un sistema de gestión de seguridad alimentaria reconocido internacionalmente. Actualmente en México, 175 unidades cuentan con el Distintivo H que otorga la Secretaria de Turismo a los establecimientos que acreditan el cumplimiento con las normas de buenas prácticas de higiene en preparación y servicio de alimentos.

## PROVEEDORES DE NUESTRAS MARCAS EVALUADOS EN MÉXICO

| | ZAPATERÍA | JOYERÍA Y ACCESORIOS | MERCANCÍAS GENERALES | TEXTILES | ALIMENTOS | MEDICAMENTOS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| # de proveedores | 43 | 10 | 113 | 33 | 220 | ND |
| # de auditorías | 54 | 23 | 464 | 48 | 286 | 30 |
| no aprobados | 39 | 2 | 62 | 12 | 0 | 0 |

## INSPECCIONES A CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

| | MÉXICO |
|---|---|
| Frutas y Verduras | 225,588 |
| Embarques | 171,152 |
| Procesados | 169,977 |
| Textiles y zapatería | 5,888 |
| Proveedores de importación de textiles y zapatería, en el país de origen | 5,060 |
| Auditorías en tiendas no anunciadas de Seguridad Alimentaria | 26,262 |

## SALUD Y BIENESTAR EN MÉXICO

| ASOCIADOS CAPACITADOS | |
|---|---|
| Manejo y Dispensación de Medicamentos | 4,475 |
| Horas de capacitación | 26,850 |
| Capacitación en línea | 2,670 |
| Horas de capacitación | 2,614 |
| Capacitación a distancia | 1,968 |
| Horas de capacitación | 2,943 |
| **AUDITORÍAS INTERNAS EN TIENDA** | |
| Farmacias | 4,551 |
| Ópticas | 297 |
| **CENTROS DE DISTRIBUCIÓN** | |
| Auditorías de BPAyD | 8 |
| Asociados capacitados | 1,810 |
| Horas de capacitación | 4,545 |
| Análisis de producto realizados por terceros autorizados por Cofepris de los parámetros de calidad de Medimart | 416 |

## INCIDENTES DE SALUD Y SEGURIDAD G4-PR2

| | MÉXICO | CAM |
|---|---|---|
| Número de visitas de la autoridad sanitaria y de protección al consumidor | 4,538 | 1,137 |
| Multas o sanciones | 364 | NA |
| Amonestaciones | 24 | NA |
| Órdenes de retiro | 56 | 20 |
| Quejas ante Profeco | 1,919 | NA |

## ETIQUETADO G4-PR3

Las clientas necesitan disponer de información veraz acerca del impacto de los productos y servicios para tomar decisiones fundamentadas sobre sus compras y para que sus preferencias se reflejen en el mercado. Facilitar la información y el etiquetado adecuados acerca del impacto es nuestra responsabilidad.

Las etiquetas de los productos de Nuestras Marcas en México pasan por el proceso de revisión y validación de las áreas de Legal, Seguridad del Producto y Calidad. Durante el 2016 se realizó el análisis de 1,762 etiquetas, de las cuales 656 corresponden a medicamentos y 1,106 a mercancías generales, para validar lo siguiente:

- Origen de los componentes del producto o servicio.
- Contenido, especialmente en lo que respecta a sustancias que pueden tener cierto impacto ambiental o social.
- Instrucciones de seguridad del producto o servicio.
- Eliminación del producto e impacto ambiental o social.

En Centroamérica, dimos continuidad al monitoreo, asesoría y capacitación de requisitos de etiquetado por categoría de producto y país hacia las áreas pertinentes, incluyendo Nuestras Marcas. Creamos guías con lineamientos de etiquetado para fácil identificación y uso.

Los contratos comerciales que se celebran con proveedores contienen la obligación de cumplir con la normatividad. Asimismo, el área de Seguridad Alimentaria y del Producto revisan de manera aleatoria en los centros de distribución, productos de Nuestras Marcas para validar la información de etiquetado.

Respecto a los casos de incumplimiento de la normativa referente a las comunicaciones de mercadotecnia y publicidad, en México tuvimos 176 procedimientos por falta de información en materiales de publicidad, los cuales fueron subsanados inmediatamente. Cuando fue necesario, se presentó evidencia a Profeco, con un total de 22 multas por publicidad en general. En Centroamérica no se reportaron casos. El área de Cumplimiento capacita de manera constante a las áreas clave y envía comunicados a las tiendas para recordarles los lineamientos de publicidad comparativa, entre otras directrices. **G4-PR7**

En 2016, no recibimos multas significativas por el incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios en la región. **G4-PR9**

En Centroamérica, por requerimientos de la *Office of Foreign Assets Control*, la compañía declara la comercialización de cualquier producto de origen de alguno de los países incluidos en listas sancionadas. **G4-PR6**

## INCIDENTES DE ETIQUETADO G4-PR4

| | MÉXICO | CAM |
|---|---|---|
| Total | 68 | 150 |
| Multas o sanciones | 40 | 0 |
| Amonestaciones o en incumplimiento de códigos voluntarios | 0 | NA |
| Procesos de la autoridad por incumplimiento | 68 | 5 |
| Casos de Nuestras Marcas | 7 | NA |

# nuestra COMUNIDAD

G4-SO1

PEQUEÑO PRODUCTOR | VECINO VALIOSO | SEGURIDAD ALIMENTARIA | APOYO EN DESASTRES NATURALES

NUESTRA ESTRATEGIA ESTÁ ALINEADA AL NEGOCIO Y A LA CAPACIDAD DE GENERAR VALOR A LA SOCIEDAD A TRAVÉS DE DIVERSOS PROGRAMAS DE APOYO A LA COMUNIDAD. EN MÉXICO, CADA AÑO LANZAMOS UNA CONVOCATORIA PÚBLICA PARA OTORGAR DONATIVOS MONETARIOS. ESTE AÑO FINANCIAMOS PROYECTOS PARA DESARROLLAR PEQUEÑOS PRODUCTORES Y APOYAR LA SEGURIDAD ALIMENTARIA.

**869**
MILLONES DE PESOS CANALIZADOS

**1.5**
MILLONES DE BENEFICIADOS

**196**
ONGS APOYADAS

pequeño

# PRODUCTOR

**26%**
DE INCREMENTO PROMEDIO EN EL INGRESO EN MÉXICO

**17,629**
PEQUEÑOS PRODUCTORES DESARROLLADOS

**50**
MILLONES DE PESOS EN VENTAS EN MÉXICO

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

MEJORAR LAS CAPACIDADES PRODUCTIVAS Y ABRIR NUEVOS CANALES COMERCIALES REPRESENTA UN DETONADOR FUNDAMENTAL PARA COMBATIR LA POBREZA EN MÉXICO Y CENTROAMÉRICA.

Buscamos desarrollar el potencial de pequeños productores a través de entrenamiento y de la experiencia de venta en la empresa en condiciones comerciales diferenciadas para facilitar su aprendizaje y sus oportunidades —como periodos de pago y costos de logística, así como cartas de intención de compra—; con ello buscamos desarrollar su potencial para aumentar la productividad, sus ingresos y su capacidad de crecer y generar empleo en su comunidad.

En Centroamérica, a través del Programa Tierra Fértil, se apoyó a 355 pequeños y medianos agricultores este año. Las compras a estos proveedores fueron de 2,200 millones de pesos y representaron el 57% de las frutas, vegetales y granos vendidos en las tiendas. Por medio de este programa se ha mantenido el compromiso de apoyo a los proveedores y es por esto que continúan las capacitaciones a agricultores en Buenas Prácticas Agrícolas (GAP, por sus siglas en inglés) para reducir el impacto al ambiente y mejorar la productividad.

Fundación Walmart de México, con el apoyo de Enactus México, Endeavor México, KPMG y Todo Retail, lanzó por primera vez una convocatoria para que pequeños productores inscribieran sus productos de manufactura. De los 477 artículos registrados, se seleccionaron 58, los cuales fueron sometidos a un proceso de evaluación por parte de un jurado integrado por nuestros compradores y representantes de otras compañías, quienes al final de una jornada de presentaciones e intercambio de mejores prácticas con los participantes, seleccionaron 30. El apoyo consta de capacitación intensiva durante 13 meses en temas como: desarrollo de modelo de negocio, marca y producto, así como mentorías empresariales para que los pequeños productores maximicen sus capacidades comerciales e incrementen su productividad y, de ese modo, impulsar la economía de sus comunidades. A partir de esta capacitación se espera que se vendan en nuestras tiendas sus productos como parte de la experiencia de aprendizaje. Los productos que alcancen un buen nivel de ventas continúan como proveedores.

En México, el Programa Agricultura Sustentable capacitó a más de 1,450 pequeños productores de 10 estados de la República Mexicana con compras de 43.9 millones de pesos, un crecimiento del 223% contra el año pasado, con un aumento de su ingreso en un 20% en promedio. Este programa consta de una capacitación integral de buenas prácticas agrícolas y empresariales.

vecino

# VALIOSO

**2,465**
JORNADAS DE VOLUNTARIADO

**113,411**
PARTICIPACIONES VOLUNTARIAS

**60%**
DE LOS VICEPRESIDENTES TRABAJARON COMO VOLUNTARIOS

A través del Programa de Voluntariado contribuimos a mejorar las comunidades, a promover la ciudadanía y a crear un compromiso y sentimiento de solidaridad.

NUESTROS ASOCIADOS NO SÓLO CONTRIBUYEN A BRINDAR UNA MEJOR EXPERIENCIA DE COMPRA A NUESTRAS CLIENTAS TAMBIÉN REALIZAN TRABAJO VOLUNTARIO, PARA ASEGURAR QUE SEAMOS UN VECINO VALIOSO.

Para integrarnos en las comunidades donde tenemos presencia, se realizaron 2,465 jornadas de voluntariado con 113,411 participaciones voluntarias beneficiando a miles de personas de su comunidad en México y Centroamérica. Este año cada formato de negocio realizó jornadas personalizadas con el fin de que cada una apoyara una causa específica.

Además, aprovechando la experiencia de nuestra alta dirección, el Programa de Voluntariado Especializado aporta los conocimientos de nuestros ejecutivos al desarrollo de pequeños productores, con mentorías personalizadas, y/o evaluación de los proyectos sociales a financiar. Este año tuvimos la participación de nuestra alta dirección del 18% en México.

Para motivar y reconocer la participación de nuestros voluntarios, durante el evento más importante de la empresa reconocemos al asociado voluntario, al formato, al centro de distribución del año, quienes son ejemplo del servicio que distingue a nuestra Cultura Walmart.

seguridad

# ALIMENTARIA

**29,905**
TONELADAS CANALIZADAS

**894,671**
BENEFICIADOS

**70%**
DE LOS NIÑOS ATENDIDOS ALCANZÓ UNA NUTRICIÓN NORMAL

Impulsamos la construcción de 1,438 huertos de traspatio, granjas, estufas ecológicas y sistemas de captación de agua de lluvia, para promover una alimentación sustentable.

## EL AUMENTO EN EL INGRESO DISPONIBLE Y EL EMPODERAMIENTO DE LA MUJER, CONSTRUYE UNA PLATAFORMA DE DESARROLLO DE CAPACIDADES PARA LA PRODUCCIÓN.

En México, se entregó un donativo de 4 millones de pesos a Alimento para Todos, I. A. P. para capacitar a 62 organizaciones dedicadas al acopio de alimentos en términos de recepción, selección, categorización, almacenaje y entrega de alimentos. De igual forma, se evaluarán las necesidades de infraestructura que requieran estas organizaciones para el correcto funcionamiento de sus instalaciones.

Como parte de nuestra innovación, este año se realizaron diversas campañas de apoyo en beneficio de los Bancos de Alimentos como "Walmart *Run* - Costa Rica" primera edición, esta fue una carrera de 6 y 10 km y una caminata de 2 km. Los recursos de la inscripción fueron destinados a los programas de ayuda contra el hambre. Otra campaña desarrollada fue "Maratón Sula – Honduras", la operación se hizo presente como patrocinadora de esta Cuarta Edición de la Carrera de 5 km, 10 km y 21 km para apoyar al Banco de Alimentos.

apoyo en desastres

# NATURALES

**139**
TONELADAS
CANALIZADAS

**13,405**
BENEFICIADOS
EN MÉXICO

**278**
ASOCIADOS
APOYADOS

Brindamos apoyo humanitario y logramos una intervención adecuada y oportuna a la población damnificada.

EL CENTRO DE CONTINUIDAD DE OPERACIONES BUSCA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS DE NUESTROS ASOCIADOS Y CLIENTAS, PARA GARANTIZAR NUESTRAS OPERACIONES EN CASOS DE ACCIDENTE O DESASTRES NATURALES.

Contamos también con un Centro de Atención de Emergencias el cual atiende y ofrece apoyo a asociados y unidades que sufrieron algún percance. En 2016, apoyamos a 278 asociados, destinando 2.9 millones de pesos. **G4-EC3**

Este año, en México apoyamos a más de 13,000 personas afectadas por diversos desastres naturales a través de la entrega de 31 toneladas de despensas, que incluyen alimentos básicos y artículos de primera necesidad, para las comunidades damnificadas gracias al fondo revolvente de 5,000 despensas que se tiene entre Fundación Walmart de México y Cruz Roja Mexicana.

En Costa Rica, la población fue afectada por el Huracán Otto en el que se activó el Programa Manos Amigas en nuestras tiendas. Gracias a la aportación de las clientas se donó 108 toneladas de alimentos y productos de primera necesidad a la Comisión Nacional de Emergencias y a la Cruz Roja Costarricense. Adicionalmente, donamos 1.6 millones de pesos en especie para la Comisión Nacional de Emergencias, Cuerpos de Socorro, Fuerza Pública y comunidades indígenas afectadas.

# SUSTENTABILIDAD

HEMOS APRENDIDO QUE LA SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL ES UN CAMINO CON GRANDES DESAFÍOS, QUE DEMANDA UN COMPROMISO SOSTENIDO, FLEXIBILIDAD Y ADAPTACIÓN A NUEVAS CONDICIONES.

**1,117**
MILLONES DE PESOS DE INVERSIÓN EN INICIATIVAS SUSTENTABLES
**G4-EN31**

**360**
MILLONES DE PESOS AHORRADOS POR INICIATIVAS SUSTENTABLES

**174**
MILLONES DE PESOS DE INVERSIÓN EN TRATAMIENTO DE RESIDUOS

cumplimos

# 10 AÑOS

OBJETIVOS 2025:

**GENERAR**
CERO RESIDUOS

**100%**
ABASTECERNOS DE
ENERGÍA RENOVABLE

**OFRECER**
A NUESTRAS CLIENTAS
PRODUCTOS SUSTENTABLES

Hace diez años asumimos el reto de operar nuestro negocio de una forma más sustentable, con el objetivo de reducir el impacto de nuestras operaciones en el medioambiente.

HEMOS OBTENIDO RESULTADOS SÓLIDOS QUE HAN GENERADO VALOR AL NEGOCIO Y A NUESTRAS CLIENTAS, CORREGIDO EL CAMINO EN ALGUNOS ASPECTOS Y DEFINIDO NUEVOS ENFOQUES QUE NOS AYUDEN A AFRONTAR LOS RETOS EN UN ENTORNO CAMBIANTE.

**72%** de nuestras unidades en México son suministradas con **ENERGÍA RENOVABLE**

**REDUJIMOS 14%** en términos absolutos las emisiones de carbono

**EL 73% DE LOS RESIDUOS** que generamos son **RECICLADOS O REUTILIZADOS**

dejamos de enviar a relleno sanitario o vertederos más de **2 MILLONES DE TONELADAS DE RESIDUOS**

nuestra intensidad energética por $m^2$ de construcción **SE HA REDUCIDO EN 11%** a pesar de que el piso de venta se ha duplicado

**GENERÓ** un valor económico de casi **3 MIL MILLONES DE PESOS**

nuestro consumo de agua por $m^2$ de construcción **SE HA REDUCIDO EN 16%** a pesar de que el piso de venta se ha duplicado

# RESIDUOS

OBJETIVO 2025

**GENERAR**

CERO RESIDUOS

**73%**

AVANCE EN MÉXICO

**60%**

AVANCE EN CENTROAMÉRICA

Nuestra aspiración es evolucionar hacia una economía circular donde los materiales pueden estar reintegrándose en un nuevo ciclo económico en lugar de ser confinado al vertedero o relleno sanitario.

REDUCIR LA GENERACIÓN DE RESIDUOS EN NUESTRA OPERACIÓN ES PRIORIDAD, PORQUE ENTENDEMOS QUE SON RECURSOS MAL UTILIZADOS QUE INCREMENTAN LOS COSTOS DE NUESTRO NEGOCIO, A NUESTRAS CLIENTAS Y A LA SOCIEDAD. NUESTRA GESTIÓN DE RESIDUOS PRIORIZA LA REUTILIZACIÓN, EL RECICLAJE Y LA DONACIÓN.

En México, generamos 375,041 toneladas de residuos, de las cuales 138,216 toneladas son residuos sólidos urbanos, 236,210 toneladas de residuos de manejo especial y 615 toneladas de residuos peligrosos. **G4-EN23, EN25**

Continuamos con programas que nos ayudan a recuperar materiales reciclables en nuestras tiendas y centros de distribución. En 2016 logramos recuperar y reciclar 6% más que en 2015.

En 2016, mejoramos la medición de nuestros desechos adicionando nuevas corrientes de residuos en el inventario.

La reducción de desechos de alimentos ocupa nuestra mayor atención. Redujimos más de 13 mil toneladas, 27% menos que el año anterior (en tiendas comparables), gracias a acciones conjuntas entre diversas áreas de la compañía, para reducir la merma de productos perecederos en México y vigilando que los productos aptos para el consumo humano sean aprovechados a través de donaciones a bancos de alimentos.

## TRATAMIENTO DE RESIDUOS G4-EN23

| TRATAMIENTO | TON |
|---|---|
| Reciclados | 294,511 |
| Enviados a vertederos | 120,601 |
| Reutilizados* | 6,391 |
| Compostados | 6,358 |

*No incluye Centroamérica

estrategia de
# RESIDUOS ORGÁNICOS

## 1 REDUCIR
prevenir la generación de residuos orgánicos

## 2 DONAR
comida extra para consumo humano

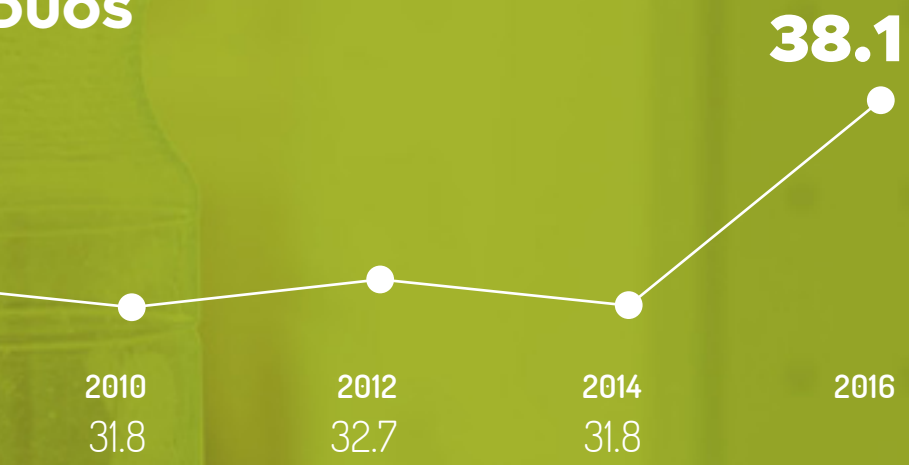
## 3 ALIMENTO PARA GANADO
suministrar los excedentes orgánicos como alimento para animales

## 4 COMPOSTA
producir composta con los residuos que no son aptos para consumo

## 5 RELLENO SANITARIO
último recurso para la disposición de residuos orgánicos

# INTENSIDAD DE GENERACIÓN DE RESIDUOS

(kg/m²)




# MANEJO DE RESIDUOS

# ENERGÍA

**5 PARQUES**
EÓLICOS Y
2 HIDROELÉCTRICAS

**86,326 GJ**
DE AHORRO DE ENERGÍA
**G4-EN6**

**1.1%**
DE REDUCCIÓN DE CONSUMO
DE ENERGÍA EN MÉXICO

En 2016, contamos con una capacidad instalada para el suministro de 1,587 GWh de energía renovable que representa el 72% de nuestro consumo total de energía, con el que tenemos un alcance de 53% respecto a nuestra meta de 3,000 GWh para el 2025.

MANTENEMOS LA IMPLEMENTACIÓN DE INICIATIVAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA. EN TIENDAS TOTALES Y EN COMPARACIÓN CON EL AÑO ANTERIOR, LA INTENSIDAD ENERGÉTICA EN 2016 FUE DE 227 KWH/$M^2$, LO QUE REPRESENTA UNA REDUCCIÓN DEL 11%. **G4-EN3**

## EFICIENCIA ENERGÉTICA G4-EN6, EN7

La reducción en el consumo de energía se logra gracias a nuestro Programa de Eficiencia Energética mediante la implementación de iniciativas tecnológicas:

- Submedición, instalación de medidores de consumo eléctrico en refrigeración, iluminación y climatización. Esta iniciativa logró un ahorro de 4%.
- Iluminación LED, para tiendas alcanzando un ahorro estimado de 12%.
- Instalación de puertas en refrigeración abierta con un ahorro estimado del 12%.
- Optimización del nivel del monitoreo y operación de los sistemas de control con un 15% de ahorro estimado.
- En Centroamérica se creó un modelo estadístico que correlaciona siete parámetros para determinar el consumo eléctrico ideal de cada unidad de negocios. Gracias a esta herramienta, se enfocó el esfuerzo reductor del consumo en un número limitado de tiendas (cerca del 14% del total) en las que se redujo 4% la huella energética durante el segundo semestre del año. **G4-EN9**

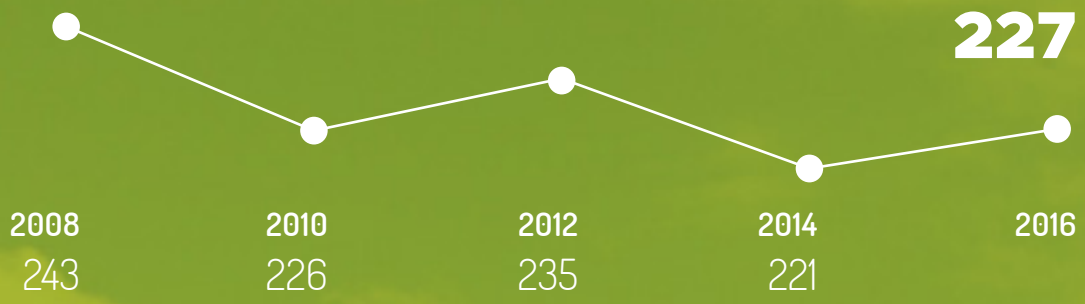
## CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA DE FUENTES NO RENOVABLES EN MÉXICO
G4-EN3

| FUENTE | GJ |
|---|---|
| Electricidad | 3,329,619 |
| Gas LP | 1,327,567 |
| Gas natural | 747,804 |
| Diésel | 216,754 |

# INTENSIDAD ENERGÉTICA

(kWh/m² )

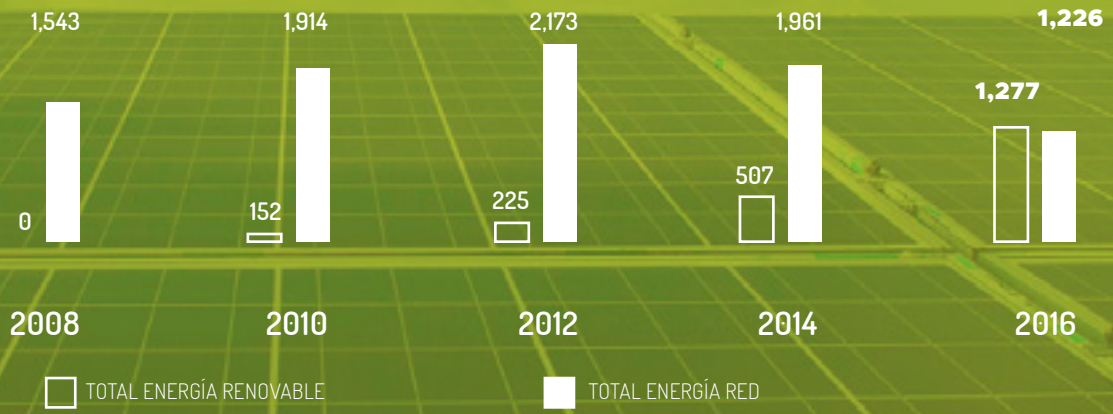
**G4-EN5**




# CONSUMO DE ENERGÍA

(GWh)

**G4-EN3**



# energía **RENOVABLE** en México G4-EN7

somos la empresa de autoservicio
**LÍDER EN CONSUMO DE ENERGÍA RENOVABLE**

**OBJETIVO 2025**
abastecernos con
**3,000 GWh DE ENERGÍA RENOVABLE**

**3,384,212 GJ**
de energía consumida
G4-EN3

**72% DE NUESTRAS UNIDADES**
son suministradas con energía renovable

proveniente de cinco parques de
**ENERGÍA EÓLICA**
y dos plantas
**HIDROELÉCTRICAS**

## EMISIONES

El perfil de emisiones está formado por emisiones de Alcance 1 por ignición de combustibles fósiles como diésel, gas LP y gas natural, combustión móvil de automóviles propiedad de la compañía y emisiones fugitivas de gases refrigerantes. Alcance 2, compra de energía eléctrica, y Alcance 3, combustión móvil de la flota subcontratada para la distribución de mercancías y materiales de nuestros centros de distribución a las tiendas y viceversa, viajes en avión de los asociados por motivos de trabajo, emisiones generadas por proveedores de mercancía para la venta por el volumen de negocio que tienen con nosotros, emisiones por generación y disposición de residuos.

Por tercer año consecutivo redujimos las emisiones de los Alcances 1 y 2, gracias al consumo de energía renovable y proyectos de eficiencia energética. **G4-EN19**

## EMISIONES DE CARBONO ALCANCE 3 EN MÉXICO G4-EN21

| | TONCO$_2$EQ |
|---|---|
| Viajes en avión | 7,890 |
| Transporte de mercancías por tierra | 226,205 |

## EMISIONES ATMOSFÉRICAS SIGNIFICATIVAS G4-EN21

| | TON |
|---|---|
| $NO_x$ | 3,053.4 |
| $SO_x$ | 440.2 |
| Partículas PM | 407.4 |
| COV | 405.3 |
| COP* | 0.12 |
| CAP* | 0.02 |

* No incluye Centroamérica

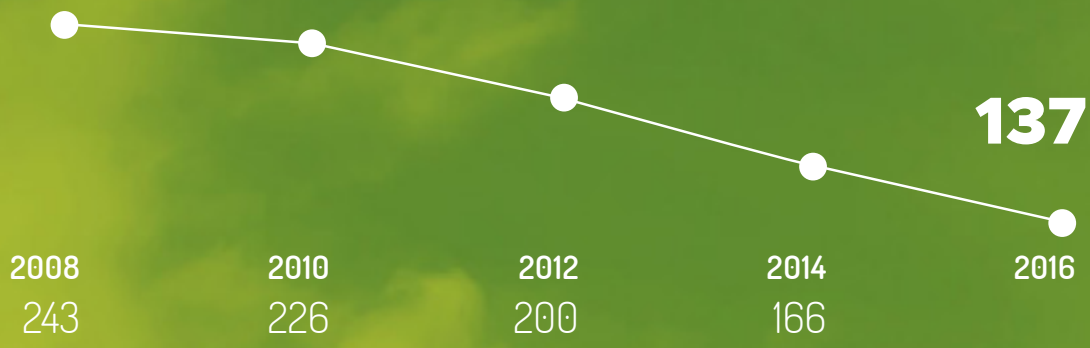
Para el cálculo de las emisiones GEI se utiliza la metodología establecida en el Protocolo GEI de WRI/WBCSD. Los datos se obtienen de las cantidades adquiridas de combustibles, refrigerantes y electricidad. Las emisiones se calculan utilizando los factores de emisión publicados. Los datos de consumo corresponden a tiendas comparables en meses comparables. El factor de emisión por compra de energía eléctrica corresponde al 2015, ya que el de 2016 no ha sido publicado al momento de elaborar el presente informe.

Este año se fugaron 18,303 kg de refrigerante clorofluorocarbonado R-22. En comparación con 2015 se aumentó la cantidad de esta sustancia en 15%. **G4-EN20**

## INTENSIDAD DE EMISIONES GEI

(toneladas de $CO_2$eq / mil $m^2$)

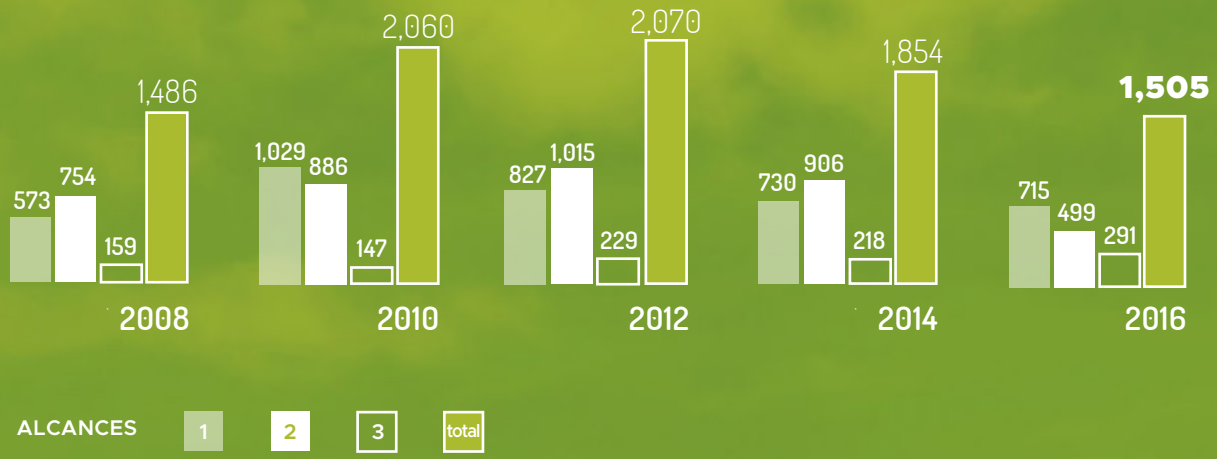
**G4-EN18**




## EMISIONES $CO_2$EQ ALCANCE 1, 2 y 3

(miles de toneladas de $CO_2$eq)

**G4-EN15, EN16, EN17**



## AHORROS POR PROYECTOS E INICIATIVAS LOGÍSTICAS G4-EN30

| MÉXICO | TOTAL | BACKHAUL | LOGÍSTICA INVERSA |
|---|---|---|---|
| Kilómetros no recorridos | 38,875,755 | 15,675,755 | 23,200,000 |
| Litros evitados | 26,108,752 | 8,708,752 | 17,400,000 |
| Reducción de viajes | 251,748 | 106,748 | 145,000 |
| Materiales enviados para reciclaje (ton) | 229,867 | NA | 229,867 |
| Emisiones evitadas (ton $CO_2$eq) | 56,894 | 22,941 | 33,953 |

| CENTROAMÉRICA | TOTAL |
|---|---|
| Kilómetros no recorridos | 1,978,920 |
| Litros evitados | 618,413 |
| Materiales enviados para reciclaje (ton) | 25,659 |
| Emisiones evitadas (ton $CO_2$eq) | 1,680 |

Los riesgos derivados del cambio climático son:

- Incremento en costos de energía.
- Mayor impacto y frecuencia en desastres naturales que afecten zonas donde contemos con unidades, impactando su operación.
- Disrupciones en las rutas de distribución debido a desastres naturales.
- Incremento en los costos de materias primas y de los productos por limitaciones en la disponibilidad de recursos no renovables, como agua e insumos agrícolas.
- Cambios en la legislación sobre cambio climático que puedan impactar en costos de materias primas o de operación.
- Impuestos o límites regulatorios para emisiones de carbono directas o en la cadena de suministro.

Las oportunidades que tenemos son:

- Suministro de energía renovable, la cual ofrece mayor estabilidad en costos de la energía a través del tiempo.
- Incentivos económicos para la reducción de emisiones GEI.
- Menor dependencia del abastecimiento de agua de la red e incremento en el porcentaje de reúso de agua.
- Optimizar el uso de materias primas, en particular en empaques.
- Incrementar la iencia en la red de logística y la reducción de viajes.
- Reducir viajes de asociados mediante teleconferencias.

**G4-EC2**

# cadena de suministro
# SUSTENTABLE

**1,662**
PRODUCTOS CON MENOR IMPACTO AMBIENTAL

**MIEMBRO**
DEL PROGRAMA DE CADENA DE SUMINISTRO DE CDP

**CREAMOS**
LA ALIANZA PARA LA SOSTENIBILIDAD DE CENTROAMÉRICA

Nos enfocamos en reducir el impacto ambiental de los productos que vendemos. Asimismo, continuamos comunicando a nuestras clientas formas de cuidar el medio ambiente

## PRODUCTOS PESQUEROS SUSTENTABLES

Este año se inició el proceso de implementación de la política de compra de productos pesqueros y acuícolas publicada en 2015. Se realizó un primer taller de capacitación con los proveedores impartido por la organización *Sustainable Fisheries Partnership*, nuestro socio en el proyecto. También se inició el diagnóstico de las pesquerías y granjas de origen de productos que los proveedores nos venden directamente. De este grupo, el 68% de los proveedores nos reportaron información sobre el estado de certificación de las especies que nos suministran, de los cuales 8% de las toneladas compradas cuentan con certificación sustentable.

## PRODUCTOS SUSTENTABLES

En la actualidad, contamos con 1,662 productos que han reducido sus impactos ambientales en una o en varias etapas de su ciclo de vida. El mayor número de estos productos corresponde a productos biodegradables con 35%, seguido por orgánicos o hidropónicos con 30%, ahorradores de energía y agua con 22%, reciclados y con mejoras en el empaque con 11%. **G4-EN27**

Adicionalmente, en México, el 81% del cartón de embalaje de los productos es reciclado, el 5% del playo y el 0.8% de los ganchos para ropa. **G4-EN28**

## EMISIONES DE CARBONO EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Somos la única empresa de autoservicio en México miembro del Programa de Cadena de Suministro de *Carbon Disclosure Project*, mediante el cual facilitamos a nuestros proveedores el reporte de sus emisiones de carbono y el posterior análisis de riesgos y oportunidades por sector. Durante 2016 se reportaron las emisiones del año 2015. Se invitó a 315 proveedores a reportar sus emisiones, de los cuales 154 respondieron el cuestionario. En total se contabilizaron 2 millones de toneladas de emisiones de $CO_2$eq.

En Centroamérica, promovimos la creación de la Alianza para la Sostenibilidad de Centroamérica, respaldada por 23 proveedores locales y globales con el fin de colaborar entre las partes para que las iniciativas en Sustentabilidad de las diferentes compañías representen un valor tangible y reconocido por parte de los consumidores. Con el acompañamiento de entidades como el Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, el Estado de la Región y la *Central American Leadership Inititiative*, el grupo avanzó en la definición de su gobernanza y prioridades de acción.

recursos naturales y

# BIODIVERSIDAD

**1,058**
PLANTAS DE TRATAMIENTO DE AGUA

OBJETIVO
**UTILIZAR**
ACEITE DE PALMA CERTIFICADO COMO SUSTENTABLE EN NUESTRAS MARCAS

**170**
ÁRBOLES PROTEGIDOS FUERON TRANSPLANTADOS

Buscamos preservar los recursos naturales mediante la reducción de los impactos ambientales en los bosques, impulsando mejores prácticas agrícolas.

CONSCIENTES DE QUE SE REQUIERE DE LA COLABORACIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES PARA DESARROLLAR INICIATIVAS INNOVADORAS PARA HACER UN USO SUSTENTABLE DE LOS RECURSOS NATURALES, EN 2016 FUIMOS INVITADOS A SER MIEMBROS FUNDADORES DE LA ALIANZA MEXICANA DE NEGOCIOS Y BIODIVERSIDAD.

## AGUA

Se han desarrollado planes integrales para reducir el consumo de agua, así como campañas para detectar y reparar fugas en los puntos de uso y distribución en las tiendas. Seguimos ampliando nuestro Programa de Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales, en 2016 contamos con 1,058 plantas. Esto nos permite reutilizar 1,701,676 $m^3$ de agua en México. **G4-EN10, EN22**

Se elaboró un análisis de riesgo relacionado con la disponibilidad y calidad de agua en nuestro país y la operación de nuestro negocio, lo cual nos permite identificar posibles acciones para mitigar impactos en el negocio.

De acuerdo con los criterios correspondientes nuestro consumo regional no es significativo, por lo que no hay afectaciones a las fuentes de agua porcaptación. **G4-EN9**

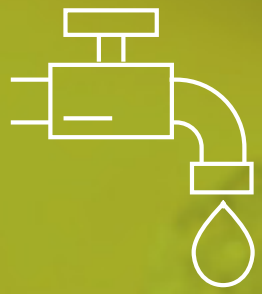
En Centroamérica los esfuerzos han sido en el levantamiento de un control y seguimiento de los gastos y consumos, lo que ha permitido poder atacar los problemas de exceso de consumo, derrames o fugas del líquido que se desconocían anteriormente.

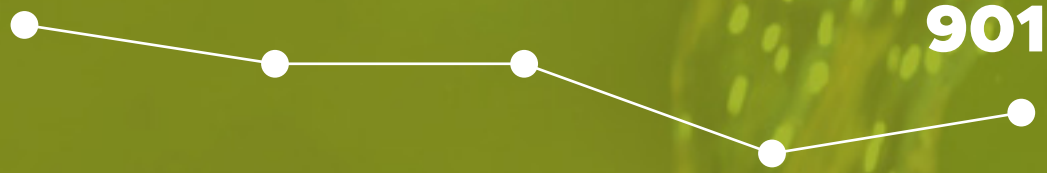
### CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA SEGÚN LA FUENTE EN MÉXICO G4-EN8

| FUENTE | $m^3$ |
|---|---|
| Suministro municipal | 6,472,140 |
| Pozos | 18,173 |
| Consumo total por $m^2$ ($m^3/m^2$) | 0.68 |

## INTENSIDAD DE CONSUMO DE AGUA

(l/ $m^2$)






| 2008 | 2010 | 2012 | 2014 | 2016 |
|---|---|---|---|---|
| 1,048 | 948 | 1,000 | 840 | |

## CONSUMO Y REUTILIZACIÓN DE AGUA

($m^3$)

| | 2008 | 2010 | 2012 | 2014 | 2016 |
|---|---|---|---|---|---|
| CONSUMO TOTAL | 5,892,673 | 5,621,162 | 7,082,802 | 5,346,744 | **6,490,313** |
| REUTILIZACIÓN | 1,297,567 | 1,110,632 | 1,470,000 | 1,756,375 | **1,701,676** |

## ACEITE DE PALMA SUSTENTABLE

Mantenemos nuestro compromiso de utilizar exclusivamente aceite de palma certificada como sustentable en los productos de Nuestras Marcas que la contengan como ingrediente. La mayoría de los productos no utilizan aceite de palma en su formulación, solo el 8% de los proveedores declaran utilizar aceite de palma sustentable y 3% están en proceso de certificación. Con esta iniciativa se contribuye a reducir la deforestación de bosques tropicales.

## MATERIALES

En nuestra operación empleamos una amplia variedad de recursos materiales, en la siguiente tabla se enlistan los principales materiales por peso. De estos, el 13% proviene de fuentes renovables y el restante de fuentes no renovables. **G4-EN1**

En México, el 5% del total del material plástico consumido contiene material reciclado. Las bolsas de plástico que entregamos a nuestras clientas para llevar su mercancía contiene 22% de material reciclado postindustrial; el papel bond utilizado para impresiones de documentos y para los folletos comerciales contiene 24% de material reciclado postconsumo, asimismo, el papel sanitario utilizado en nuestras instalaciones contiene 60% de material reciclado postconsumo. Más de 6,300 toneladas de material reciclado son utilizadas en nuestra operación. **G4-EN2**

## PRINCIPALES MATERIALES CONSUMIDOS

| TOTAL DE MATERIALES CONSUMIDOS | TON |
|---|---|
| No renovables | |
| Plástico (playo, bolsas y tarimas) | 75,563 |
| Gas LP | 22,699 |
| Gas natural* | 20,946 |
| Diésel | 6,288 |
| Químicos | 3,898 |
| Renovables | |
| Otros productos derivados de celulosa* | 9,710 |
| Papel bond (impresiones, folletos) | 7,185 |
| Papel sanitario | 2,443 |
| Madera* | 308 |

*No incluye Centroamérica

## GESTIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN Y OPERACIÓN DE UNIDADES

Buscamos mitigar los impactos negativos en la biodiversidad derivados de la construcción de nuevas tiendas y su operación. En este sentido, las políticas, procedimientos y cláusulas contractuales con quienes participan en la construcción de tiendas y con los desarrolladores, nos permiten promover la protección de la biodiversidad y utilizar de manera sustentable los recursos naturales, desde la adquisición de un terreno, la construcción de unidades por terceros y el diseño de unidades. Entre las políticas que aplicamos, destacan las siguientes:

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

En 2016, contamos con dos proyectos con especies protegidas: en Bodega Aurrerá Instituto Tecnológico se realizó el transplante de 170 árboles protegidos; y en Bodega Aurrerá Xilitla se realizó la compensación de árboles requerida.

**G4-EN11, EN12**

# gobierno **CORPORATIVO**

NUESTRA COMPAÑÍA ESTÁ CONSTRUIDA SOBRE LOS CIMIENTOS DE LA INTEGRIDAD Y LOS MÁS ALTOS ESTÁNDARES DE ÉTICA, Y GARANTIZAMOS SIEMPRE UN ESTRICTO APEGO A LA LEGISLACIÓN APLICABLE EN TODOS LOS PAÍSES DONDE OPERAMOS.

LA ESTRUCTURA Y RESPONSABILIDADES DE NUESTRO CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, LA DECLARACIÓN DE ÉTICA Y 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 y periodicidad:

- El Consejo de Administración está integrado únicamente por consejeros propietarios.
- Los miembros son nombrados cada año por los accionistas en la Asamblea General Anual Ordinaria de la Sociedad.
- Los consejeros independientes deben representar cuando menos 25% del total de consejeros, actualmente el 45% de los consejeros son independientes.
- La minoría de accionistas, cuyas acciones representen cuando menos 10% de las acciones del capital social de la Sociedad, tienen el derecho de designar un consejero, quien sólo podrá ser removido cuando los demás miembros del Consejo de Administración también lo sean; actualmente el 29.49% de las acciones de la Sociedad circulan entre el público inversionista.
- La participación de funcionarios de la Sociedad y sus subsidiarias esta limitada, únicamente a la del Presidente Ejecutivo y Director General.

- El Consejo de Administración se reúne por lo menos cuatro veces al año, durante el 2016 se reunieron en cinco ocasiones.

Otras prácticas:

- 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.

Principales responsabilidades:

- Elegir al Presidente Ejecutivo y Director General.
- Funcionar como asesor/consejero de la alta dirección de la empresa.
- Trabajar con la Dirección General para desarrollar las estrategias generales de la empresa y de sus subsidiarias.
- Vigilar la gestión y conducción de la Sociedad y sus subsidiarias.
- Aprobar las políticas de información y comunicación con los accionistas y el mercado.
- Promover que la estrategia general esté alineada a los principios de Responsabilidad Corporativa de la empresa.

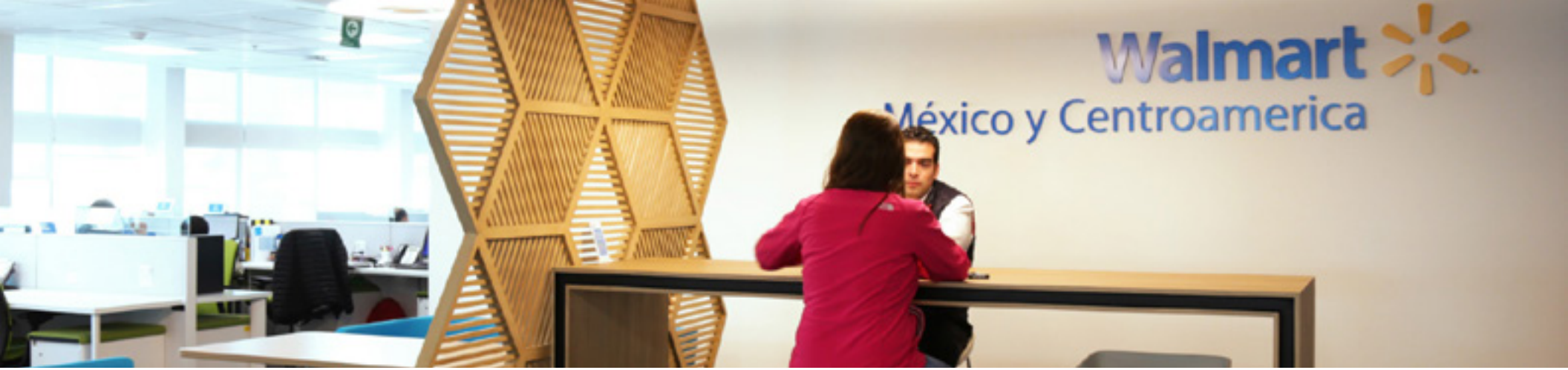
El Consejo de Administración apoya su gestión en dos Comités, cuya labor es analizar los temas de su competencia con mayor detalle y ofrecer una recomendación al Consejo para que estudie la información y tome la decisión que logre la mayor creación de valor para los accionistas y terceros interesados.

A partir del 2016 el Consejo de Administración se encuentra integrado por once consejeros propietarios, de los cuales cuatro son mujeres.

- Integrantes del Consejo de Administración al 31 de diciembre de 2016.

| | MIEMBROS DESDE (AÑO) |
|---|---|
| **PRESIDENTE** | |
| Enrique Ostalé | 2013 |
| **CONSEJEROS** | |
| Gisel Ruiz** | 2016 |
| Richard Mayfield | 2015 |
| Anne Myong | 2016 |
| Lori Flees | 2016 |
| Guilherme Loureiro | 2016 |
| Adolfo Cerezo* | 2012 |
| Rafael Matute* | 1998 |
| Roberto Newell* | 2014 |
| Blanca Treviño* | 2006 |
| Ernesto Cervera* | 2014 |
| **SECRETARIO DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN** | |
| Alberto Sepúlveda | |
| **PROSECRETARIO DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN** | |
| Enrique Ponzanelli | |

* Consejero independiente
** Consejera provisional desde el 31 de octubre de 2016.




## COMITÉS DE AUDITORÍA Y DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

Están formados por 3 consejeros propietarios y un consejero suplente, 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 de que se cumplan las disposiciones contables y legales aplicables, así como revisar las operaciones de la empresa con partes relacionadas.
- Revisar los estados financieros y asegurarse de que reflejan fielmente las condiciones financieras de la empresa. También cuentan con un procedimiento para recibir, retener y responder a las quejas relacionadas con prácticas y controles contables, así como con cuestiones de auditoría. Además tienen la autoridad y los recursos necesarios para contratar abogados y cualquier otro tipo de asesor externo que requieran para cumplir con sus responsabilidades.
- Disminuir el riesgo de que se lleven a cabo operaciones en condiciones desventajosas para el patrimonio de la sociedad o que se privilegie a un grupo determinado de accionistas.
- Aprobar las políticas para el uso o goce de los bienes que integran el patrimonio de la sociedad.
- Autorizar operaciones con partes relacionadas, la remuneración del director general y las políticas para las remuneraciones de los directivos relevantes.
- Apoyar al Consejo de Administración en la elaboración de los informes sobre prácticas contables.
- Tener reuniones privadas y recibir reportes periódicos de las áreas de auditoría interna, legal y cumplimiento y comportamiento ético.
- Convocar a asambleas de accionistas y cerciorarse de que se inserten en el orden del día los puntos que estimen pertinentes.

Principales requisitos y prácticas:

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

## COMITÉS DE AUDITORÍA Y DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

**PRESIDENTE**
Adolfo Cerezo

**MIEMBROS**
Blanca Treviño
Roberto Newell
Ernesto Cervera

## DECLARACIÓN DE ÉTICA

Nuestros principios -Integridad, Respeto por el Individuo, Servicio a Nuestras Clientas y Búsqueda de la Excelencia- son la piedra angular de nuestra cultura. Categóricamente afirmamos que estos principios no son negociables de ninguna forma. Todos los asociados son responsables de entender y cumplir con nuestra Declaración de Ética, que establece los lineamientos corporativos para cumplir con dichos principios. **G4-HR9**

Contamos con un área de Ética, que depende de la Vicepresidencia de Ética y Cumplimiento, encargada de difundir y promover una cultura de comportamiento ético, de la observancia estricta de los ordenamientos legales que nos rigen, así como de atender las consultas y casos éticos recibidos.

Estamos comprometidos con mantener un ambiente de trabajo que anime a los asociados a plantear inquietudes acerca de posibles violaciones a nuestra Declaración de Ética y prohibimos las represalias en contra de cualquier asociado que plantee una inquietud. Existen diferentes mecanismos internos de comunicación como la Política de Comunicación de Puertas Abiertas para temas no éticos, que es la manera más directa de expresar cualquier inquietud a un líder, y nuestra Línea de Ética Global, la cual está disponible para los asociados alrededor del mundo las 24 horas del día, los siete días de la semana y está equipada para atender la mayoría de los idiomas locales. Esta línea es operada por personal de una organización no afiliada a la empresa. **G4-HR6, SO11**

Las medidas disciplinarias que se aplican pueden variar desde una asesoría verbal hasta la terminación de la relación laboral, dependiendo de la resolución. Investigamos confidencialmente todas las acusaciones relacionadas con la ética para determinar si se ha violado alguna ley, política o la Declaración de Ética, reportando periódicamente al Comité de Auditoría. **G4-HR3, HR7, HR12**

Durante el año impartimos cursos de nuestra Declaración de Ética a los asociados de operaciones y staff, cubriendo el 85% y el 90%, respectivamente, lo que se traduce en 94,373 horas de capacitación en México. **G4-HR2, HR7**

# declaración de ÉTICA

lugar de trabajo **LIBRE DE ALCOHOL Y DROGAS**

**CONFLICTO** de interés

uso correcto de **ACTIVOS DE LA COMPAÑÍA**

**ANTI-CORRUPCIÓN**

**PREVENCIÓN** de acoso y discriminación

inversiones **FINANCIERAS**

**COMPETENCIA JUSTA** y transacciones justas

**PROTECCIÓN** de la información personal y comercial

**POLÍTICA CONTRA** el lavado de dinero

salarios **Y HORARIOS**

**POLÍTICA DE REGALOS** y entretenimiento

integridad **FINANCIERA**

**PRÁCTICAS** de comercio restringidas

responsabilidad **AMBIENTAL**

## CUMPLIMIENTO

La integridad es lo más importante en Walmart de México y Centroamérica. Nuestro éxito continuo depende de que todos asumamos el compromiso de hacer lo correcto en todo lo que hacemos para nuestras clientas, la comunidad donde operamos y por el bienestar de nuestro negocio.

Nuestro Programa de Cumplimiento se basa en 14 áreas de Cumplimiento, en las que trabajamos en seis principios: liderazgo, estándares y controles, capacitación, comunicación, análisis de riesgos y monitoreo y respuesta. Nuestro enfoque continúa siendo incrementar la madurez del programa en cada una de ellas. Las vicepresidencias de Ética y Cumplimiento en México y en Centroamérica, que reportan a la Vicepresidencia Internacional de Ética y Cumplimiento de Latinoamérica, cuentan con un equipo de 310 asociados expertos en las 14 áreas del programa. Existe un área de Mejora Continua que monitorea las unidades clave de negocios y que brinda entrenamiento, da seguimiento y diseña planes de remediación de los hallazgos de cumplimiento identificados en sus visitas a las unidades.

La Matriz de Responsabilidades de Cumplimiento, la Certificación Anual Electrónica, la capacitación constante a nuestros asociados de la empresa, a terceros intermediarios y socios comerciales; así como la integración de indicadores de Cumplimiento para la alta dirección que impactan en su evaluación de desempeño, son mecanismos fundamentales en el proceso de aseguramiento del programa. En 2016, el área de anticorrupción capacitó a más de 38,800 asociados y a más de 1,200 proveedores.

Realizamos debidas diligencias a los proveedores que tienen interacción con alguna entidad gubernamental, con el objetivo de identificar si dichos proveedores y sus principales funcionarios han estado involucrados directa o indirectamente en alguna situación relevante que pudiera constituir un riesgo para la compañía o generar un impacto negativo. Dicho proceso debe renovarse cuando menos cada dos años. El proveedor aprobado, recibe una capacitación sobre la Política Anticorrupción para asegurar que la conoce y la cumplirá durante toda su relación comercial con Walmart. **G4-SO3, SO4, SO9, SO10**

En Antimonopolio, capacitamos a 1,618 asociados de Staff para reforzar buenas prácticas. Se impartieron capacitaciones bimestrales a nuevos ingresos y transferencias a Compras. Asimismo, se impartieron capacitaciones semestrales a los *Trainees* de Compras.

Gracias al esfuerzo que realizamos por hacer siempre lo correcto y a los procesos, políticas, entrenamiento y controles que aplicamos, declaramos que:

- No damos aportaciones a partidos políticos ni a instituciones relacionadas. **G4-SO6**
- No hemos incurrido en prácticas monopólicas, ni en contra de la libre competencia. **G4-SO7**
- No hemos recibido reclamaciones sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de las clientas. **G4-PR8**

# 14 áreas de **CUMPLIMIENTO**

**1 ANTI-CORRUPCIÓN**

**2 ANTI-MONOPOLIO**

**3 COMERCIO** internacional

**4 LICENCIAS** y permisos

**5** medio **AMBIENTE**

**6 PREVENCIÓN** de lavado de dinero

**7 PRIVACIDAD**

**8** protección al **CONSUMIDOR**

**9** proveeduría **RESPONSABLE**

**10** salud y **BIENESTAR**

**11 SALUD** y seguridad

**12 SEGURIDAD** alimentaria

**13 SEGURIDAD** de los productos

**14 TRABAJO** y empleo

## CONSEJO DE FUNDACIÓN WALMART DE MÉXICO

Conformado por 10 miembros directivos, de los cuales cuatro son consejeros independientes, que sesionan cuatro veces al año.

En 2016 Fundación Walmart de México fue evaluada por Filantrofilia, asociación civil sin fines de lucro que califica el desarrollo institucional y de tendencias de impacto social, y obtuvo una calificación de 3.68 sobre 4, que corresponde a una A+ comparado con las mejores prácticas a nivel internacional. Dicha calificación evalúa cuatro áreas generales: gobierno y estrategia, comunicación, administración, y operación y programas. Dentro de los resultados, destacó el cálculo de retorno social de inversión, que por cada peso que Fundación Walmart de México invirtió en 2015 se generaron 7.41 pesos a favor de la sociedad en un año.

Fundación Walmart México

**PRESIDENTE**
Guilherme Loureiro

**CONSEJEROS**
Álvaro Arrigunaga
Karina Awad
Roberto Delgado*
Jorge Familiar*
Tanya Farah
Kathleen Mclaughlin
Marinela Servitje*
Martha Smith*
José Luis Torres*

* Consejero independiente
Al 31 de diciembre de 2016

## COMITÉ DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

En México, la Dirección de Responsabilidad Corporativa está a cargo de la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos. En Centroamérica, el área está a cargo de la Dirección de Asuntos Corporativos, que le reporta a la Vicepresidencia y Dirección General de Operaciones de Centroamérica.

Para cumplir con nuestra visión, es necesario incorporar estratégicamente la Responsabilidad Corporativa en nuestro negocio. Es por esto que contamos con el Comité de Responsabilidad Corporativa, cuya función es definir la estrategia de la compañía a largo plazo, ajustar los procesos de negocio y de toma de decisiones pertinentes de cada uno de los temas materiales. En las sesiones nos enfocamos en que cada uno de ellos reconozca el significado de la Responsabilidad Corporativa para su entorno y su trabajo, y actúe en consecuencia.

El Comité está presidido por el Presidente Ejecutivo y Director General de la compañía y conformado por los vicepresidentes de cada una de las áreas de la empresa. Su involucramiento es fundamental para robustecer la Responsabilidad Corporativa y responder al compromiso de hacer lo correcto en temas sociales, ambientales y de gobierno. Cabe mencionar que le reporta al Consejo de Administración.

Principales responsabilidades:

- Establecer una visión de largo plazo y prioridades estratégicas con base en lo que es bueno para nuestras clientas, para el negocio y para la sociedad.
- Analizar riesgos e identificar internamente las oportunidades que se presentan para mejorar nuestro desempeño.
- Apoyar la consolidación de cambios estructurales y establecer los planes de acción, indicadores, políticas y procedimientos.
- Dirigir a la compañía hacia las tendencias nacionales e internacionales para mantener nuestro liderazgo.

# ÍNDICES

FTSE4Good

## INTEGRANTE DEL ÍNDICE FTSE4GOODEMERGING

por primera ocasión

MEMBER OF
Dow Jones Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM

## INTEGRANTE DE DOW JONES SUSTAINABILITY EMERGING MARKETS INDEX

por 5° año consecutivo

## INTEGRANTE DEL IPC SUSTENTABLE DE LA BOLSA MEXICANA DE VALORES

por 5° año consecutivo

# RECONOCIMIENTOS

Distintivo
**EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE**
otorgado por el Cemefi, por 16˚ año consecutivo

**SELLO DE EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE**
por 9˚año consecutivo, otorgado por Fundación Hondureña para la Responsabilidad Social Empresarial (FUNDAHRSE)

**PREMIO NACIONAL DE LOGÍSTICA 2016, GALARDÓN TAMEME**
en la categoría de Empresas, en colaboración con Unilever

**PREMIO MARKETING4ECOMMERCE AL SITIO WALMART.COM.MX**
2˚lugar como el mejor eCommerce de México

# RECONOCIMIENTOS

Reconocimiento por nuestra labor en la
**PROMOCIÓN VOLUNTARIA DE SANGRE**
del Banco de Sangre de Nicaragua

Reconocimiento a nuestro
**COMPROMISO CON LA NIÑEZ CON DISCAPACIDAD**
otorgado por la Fundación Teletón Nicaragua

**PREMIO ÉXITO EMPRESARIAL 2016**
1˚lugar en la categoría Responsabilidad Social Empresarial otorgado por la Cámara de Comercio de Costa Rica

Reconocimiento en la
**III EDICIÓN DE LAS 100 EMPRESAS PROTAGONISTAS DEL MERCADO**
a nivel centroamericano, otorgado por la revista Estrategia y Negocios que reconoce a las empresas que mejor trabajan en el marketing digital

# RANKINGS

EXPANSIÓN

**3°**

"Las 500 empresas
**MÁS IMPORTANTES**
de México"

EXPANSIÓN

**13°**

"Las empresas
**MÁS INNOVADORAS**
de América Latina"

40 AÑOS GRUPO MUNDO EJECUTIVO

**5°**

**"LOS MEJORES CFO DEL AÑO"**
para Pedro Farah

# RANKINGS

FTI CONSULTING™

**10°**

"Estudio Nacional de Factores de
**IMPACTO EN EL DESEMPEÑO**
de las Empresas en México"

Forbes MÉXICO

**11°**

**"LAS 45 EMPRESAS CON MÁS COMPROMISO AMBIENTAL"**

**12°**

**"LOS 300 LÍDERES MÁS INFLUYENTES DE MÉXICO"**
en el apartado "Líderes internacionales" para nuestro Presidente Ejecutivo y Director General, Guilherme Loureiro

# COMENTARIOS Y ANÁLISIS DE LA ADMINISTRACIÓN

## COMENTARIOS DE LA GERENCIA

Logramos un trimestre sólido, no sólo en términos de ventas sino también creciendo utilidades por encima de las mismas.

Estamos comprometidos en mantener nuestra disciplina operativa así como en invertir de manera estratégica para posicionar nuestro negocio para el futuro.

El 10 de Agosto, la compañía anunció que llegamos a un acuerdo definitivo para la venta de Suburbia a El Puerto de Liverpool, S.A.B de C.V. El cierre de esta transacción está todavía sujeto a la aprobación de las autoridades competentes.

Por lo tanto, la compañía reporta los resultados de Suburbia de forma separada dentro de "operaciones discontinuas".

## INFORMACIÓN A REVELAR SOBRE LA NATURALEZA DEL NEGOCIO

Walmart de México y Centroamérica es una de las cadenas comerciales más importantes de la región.

Al 31 de diciembre de 2016, operan 3,022 unidades distribuidas en 6 países (Costa Rica, Guatemala, Honduras, El Salvador, México, y Nicaragua), incluyendo tiendas de autoservicio, clubes de precio con membresía y farmacias.

Sus acciones cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1977; la clave de la pizarra es **WALMEX**.

## INFORMACIÓN A REVELAR SOBRE LOS OBJETIVOS DE LA GERENCIA Y SUS ESTRATEGIAS PARA ALCANZAR ESOS OBJETIVOS

El objetivo de la compañía es duplicar las ventas totales en 10 años y crecer las utilidades más que las ventas apalancando gastos.

El crecimiento de las ventas provendrá de:

- Ventas a unidades iguales
- Ventas unidades nuevas
- *eCommerce*

## RESULTADOS DE LAS OPERACIONES Y PERSPECTIVAS

Estamos enfocados en incrementar nuestras ventas y este año, basado en nuestra estrategia 3-3-1, excedimos nuestro objetivo de ventas totales de 7% tanto en el cuarto trimestre como en el resultado anual.

En el cuarto trimestre los ingresos totales de Walmex crecieron 8.9% sin efectos de tipo de cambio, en México crecieron 8.9% y en Centroamérica 9.0%.

Durante 2016, los ingresos totales crecieron 9.0% sin efectos de tipo de cambio, México creció 9.1% y Centroamérica creció 8.2%.

Nuestro desempeño fue impulsado por el momentum en crecimiento en ventas unidades iguales tanto en México como en Centroamérica. Las ventas unidades iguales en México crecieron 7.9% en el cuarto trimestre, en el año crecieron 8.0%. En Centroamérica las ventas unidades iguales aumentaron en 5.0% durante el cuarto trimestre y en el año aumentaron 4.9%.

Nuestro crecimiento en ingresos totales acumulado de dos años fue de 17.6% en México y 15.5% en Centroamérica, sin efectos de tipo de cambio.

En cuanto a ventas unidades iguales, nuestro crecimiento acumulado de dos años fue de 14.6% en México y 9.6% en Centroamérica sin efectos de tipo de cambio, lo cual demuestra el avance que hemos logrado sobre nuestra estrategia.

Continuamos viendo un crecimiento consistente y sostenible en todos los países en los que operamos.

En 2016, México fue el país con el mayor crecimiento en ventas unidades iguales con un incremento del 8.0%.

En Centroamérica, Nicaragua fue el país con el mayor crecimiento, mientras que Costa Rica tuvo un crecimiento menor, pero aún sólido dada su alta penetración y la madurez del mercado.

También logramos crecimiento sano en todas las regiones en México. La región Norte tuvo el mayor crecimiento en ventas, seguido por el Centro. En las regiones Metropolitana y Sur también vimos un muy buen desempeño.

El crecimiento fue consistente en todos los formatos, siendo Sam's el de mejor desempeño.

En términos de divisiones, todas tuvieron un crecimiento robusto. Ropa tuvo el mejor desempeño, seguida por Abarrotes y Consumibles y Mercancías Generales, respectivamente. La única división que aún no muestra un buen desempeño es Farmacia, y ya tenemos planes en marcha para mejorar su desempeño.

Nuestras ventas se vieron beneficiadas por situaciones macroeconómicas como el incremento en remesas que propició un gasto disponible más alto, pero nuestra excelencia operativa, la claridad de nuestra propuesta de valor y el compromiso de nuestros asociados fue lo que nos permitió destacar de la competencia.

La calidad de nuestro crecimiento nos ha permitido superar a ANTAD autoservicio por 8 trimestres consecutivos.

Consistentemente hemos ampliado nuestra ventaja contra ANTAD, de 40 puntos base en 2014 a 330 puntos base en 2016.

En el cuarto trimestre superamos a todas las divisiones de ANTAD. Las ventas a unidades iguales en México crecieron 7.9% en el cuarto trimestre, 240 puntos base por arriba del 5.5% de crecimiento de ANTAD total, 330 puntos base por arriba del 4.6% de crecimiento de ANTAD autoservicio y clubes, 190 puntos base por arriba del 6.0% de crecimiento de tiendas especializadas y 180 puntos base por encima del 6.1% de crecimiento de tiendas departamentales.

La calidad y consistencia de nuestros resultados nos indica lo sostenibles que estos son.

En 2016 todos nuestros formatos individualmente superaron a ANTAD, Sam's mostró el crecimiento en ventas unidades iguales más alto, seguido por Walmart.

Durante 2016, las ventas unidades iguales en México crecieron 8.0%, 330 puntos base por encima del 4.7% de crecimiento de ANTAD autoservicio excluyendo Walmex.

También logramos superar por 240 puntos base el 5.6% de crecimiento en ventas unidades iguales de ANTAD total, que incluye tiendas de autoservicio, departamentales y especializadas.

En Centroamérica, las ventas unidades iguales sin efectos de tipo de cambio fueron positivas en todos los formatos que operamos. Bodega y Walmart mostraron los crecimientos más altos.

Las ventas a unidades iguales continúan siendo el principal motor de crecimiento tanto en México como en Centroamérica. Las tiendas nuevas e eCommerce también están contribuyendo de forma efectiva a nuestro crecimiento.

*eCommerce* aún representa una pequeña parte de nuestro negocio, sin embargo es un segmento que se está desempeñando muy bien y está creciendo por arriba del mercado a tasas del 27%.

Es importante destacar que las tiendas nuevas contribuyeron con 2.4% del crecimiento en el cuarto trimestre y 1.8% durante el año, lo cual supera a la guía que dimos a principio de año.

En 2016 excedimos la guía de contribución al crecimiento de tiendas nuevas y logramos hacerlo de forma rentable, el cumplimiento al plan de nuestras aperturas ha aumentado 300 pbs contra el promedio que teníamos en años pasados.

En el cuarto trimestre abrimos 45 tiendas nuevas, 32 en México y 13 en Centroamérica.

En 2016 abrimos 92 tiendas nuevas, 58 en México y 34 en Centroamérica.

En cuanto a *eCommerce*, continuamos agregando valor a nuestro negocio y apalancando nuestros activos.

*eCommerce* tuvo un desempeño sólido, durante el cuarto trimestre creció 36% y durante el año 27%. En el cuarto trimestre *eCommerce* contribuyó con 0.4% del crecimiento de ventas totales y su contribución en el año fue de 0.2%.

## RESULTADOS MÉXICO:

- **4T16:**

  En México, los ingresos totales crecieron 8.9%.

  El margen bruto incrementó 30 puntos base contra el año anterior. Fue afectado de manera positiva por la reclasificación de las aportaciones de promotoría por parte de nuestros proveedores que previamente se reflejaban como una reducción en gastos. El impacto en este efecto es de 12 puntos base.

  Los gastos crecieron 6.9%, 200 puntos base por debajo del crecimiento de ingresos totales.

  "Otros ingresos" crecieron significativamente dado que en el cuarto trimestre de 2015 la cantidad relacionada al deterioro de cierre de tiendas fue mayor que la de 2016.

  La utilidad de operación creció 18.8%, excediendo nuestro crecimiento en ingresos, mientras que el crecimiento en EBITDA fue de 17.2%. Ajustado por los efectos no recurrentes del año pasado, el EBITDA hubiera crecido 11.4%, aún por encima del crecimiento en ventas.

- **2016**:

  Los ingresos totales incrementaron 9.1%, el margen bruto mejoró 40 puntos base y los gastos generales crecieron 8.5%, 60 puntos base por debajo del crecimiento de ingresos.

  El EBITDA creció 13.9%, y considerando los efectos no recurrentes del 2015, hubiera crecido 12.1%, aún por encima del crecimiento de ingresos totales.

## RESULTADOS CENTROAMÉRICA:

- **4T16:**

  En Centroamérica los ingresos totales crecieron 9.0%, el margen bruto incrementó 70 puntos base y los gastos generales crecieron 9.7%, sin efectos de tipo de cambio.

  Quisiera destacar el crecimiento de 32.0% en utilidad de operación y el 25.7% de crecimiento en EBITDA sin efectos de tipo de cambio.

- **2016:**

  Los ingresos totales crecieron 8.2% sin efectos de tipo de cambio y el margen bruto mejoró 70 puntos base.

  Los gastos crecieron 7.9%, ligeramente por debajo del crecimiento de ingresos totales, resultando en un crecimiento en la utilidad de operación de 30.0%, 3 veces mayor al crecimiento de ingresos totales y un crecimiento en EBITDA de 23.0%, sin efectos de tipo de cambio.

## RESULTADOS CONSOLIDADOS

- **4T16:**

  Un sólido crecimiento en ventas totales, aumento en participación de mercado en todos los países, apalancamiento y crecimiento de ingresos, son los factores que contribuyeron a un sólido trimestre, el cual derivó en el cierre un buen año.

  Los resultados consolidados para Walmex muestran un crecimiento en ingresos totales de 11.8%, 40 puntos base de mejora en margen bruto y crecimiento en gastos de 11.0% lo cual resulta en un crecimiento en utilidad de operación de 22.8% y un crecimiento en margen EBITDA de 21.0%, sin efectos de tipo de cambio.

- **2016:**

  Durante 2016 realizamos inversiones estratégicas para posicionar mejor nuestro negocio en el futuro mientras que continuamos apalancando nuestra base.

  A lo largo del año invertimos $14,300 millones de pesos en nuestro negocio, 14.4% más que en 2015 y en línea con nuestra guía.

  Nuestra asignación de capital está en línea con nuestra estrategia a largo plazo. Nos hemos vuelto más productivos en nuestras remodelaciones e inversiones de nuevas tiendas, de este modo hemos podido liberar capital para construir cimientos sólidos y así convertirnos en una empresa digital.

  Cabe mencionar que tuvimos incrementos relevantes en gastos operativos relacionados a remodelaciones, mantenimiento y gestión de nuestro portafolio además de la implementación en iniciativas de staff y cambios en los planes de compensación en tiendas con el fin de hacerlo más incluyente y más enfocado en “pago por desempeño”.

  A pesar de lo anterior, hemos logrado apalancar nuestra base de gastos para preservar la salud del negocio en el largo plazo.

  La relevancia de Centroamérica en nuestro negocio incrementó debido a las variaciones en tipo de cambio y también debido a su sólido desempeño.

  Como porcentaje de ingresos totales, la participación de Centroamérica creció de 16.6% a 18.7%.

  Los gastos de Centroamérica como porcentaje de ventas son mayores a los de México por lo que su contribución relativa al consolidado impactó de manera negativa el apalancamiento.

Es importante aclarar que Centroamérica contribuyó al 30% del incremento de la utilidad de operación consolidada.

Creemos que el potencial de crecimiento de Centroamérica continuará siendo un elemento importante en el crecimiento de calidad de nuestros ingresos y utilidades.

Los resultados anuales de Walmex fueron muy sólidos.

Los ingresos totales crecieron 11.9%, el margen bruto se expandió 50 puntos base y los gastos crecieron en línea con las ventas, debido principalmente a una mayor penetración de Centroamérica en el negocio y una mayor contribución al crecimiento en gastos.

La utilidad de operación y el EBITDA crecieron 20.2% y 17.7% respectivamente, ambos más rápido que el crecimiento de ingresos totales, sin efectos de tipo de cambio.

Como recordarán, dado el entorno de volatilidad en el tipo de cambio incrementamos nuestra posición en dólares para cubrir la compra de mercancía de importación para la temporada. La ganancia cambiaria de nuestra posición en dólares fue de $432 millones de pesos en ingresos financieros para todo el año 2016.

El monto de utilidad registrado en operaciones discontinuas relacionada a la operación de Suburbia fue de $4,842 millones de pesos.

La utilidad neta creció 26.5%.

## SITUACIÓN FINANCIERA, LIQUIDEZ Y RECURSOS DE CAPITAL

Entregamos un flujo de efectivo sólido y cerramos el año con $27,976 millones, $3,185 millones o 12.8% más que el año anterior, impulsado por una sólida generación de efectivo en nuestras operaciones y nuestro creciente enfoque en mejorar nuestro capital de trabajo.

Invertimos $14,300 millones de pesos en nuestro negocio y nuestros inventarios crecieron 7.9%, por debajo de nuestro crecimiento en ingresos totales.

El flujo de efectivo operativo creció 14.9% y fue de $51,343 millones, esta cifra representa el mayor crecimiento en generación de efectivo de los últimos 6 años.

Tuvimos un sólido desempeño en cuanto a capital de trabajo, vimos una clara mejora en cuentas por pagar debido a un mayor enfoque en este tema.

Después de invertir $14,300 millones de pesos en proyectos de alto retorno, regresamos $29,000 millones de pesos a nuestros accionistas a través de dividendos.

# INFORME DE LOS COMITÉS DE AUDITORÍA Y DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

WAL-MART DE MEXICO, S.A.B. DE C.V.

**INFORME ANUAL**

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

PRESENTE.

### ESTIMADOS SEÑORES:

En cumplimiento con el artículo 43 de la Ley del Mercado de Valores ("LMV") y del reglamento interno de los Comités que presido, aprobado por el Consejo de Administración de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. (junto con sus subsidiarias, la "Sociedad"), informamos a ustedes sobre las actividades que llevamos a cabo en el ejercicio social terminado el 31 de diciembre de 2016.

Durante el desarrollo de nuestro trabajo, además de la LMV, hemos tenido presentes las recomendaciones contenidas en el Código de Mejores Prácticas Corporativas emitido por el Consejo Coordinador Empresarial, A.C., el Código de Ética de la Sociedad, el Reglamento General Interior de la Bolsa Mexicana de Valores y las disposiciones generales que se derivan de la LMV.

Para cumplir con nuestro proceso de vigilancia, los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias llevaron a cabo reuniones ordinarias trimestrales, para analizar el panorama general sobre los temas más importantes en aspectos financieros, contables, legales, operativos y éticos de la Sociedad, complementados con nuestra participación en las reuniones, a lo largo del año, con la Dirección General y las áreas de Finanzas y Legal, por los informes y reportes proporcionados por los principales funcionarios de la Sociedad a solicitud nuestra, así como también con reuniones extraordinarias para tratar asuntos específicos que así lo ameritaran, destacando lo siguiente:

### I. EN MATERIA DE PRÁCTICAS SOsocietarias:

**a)** Fuimos informados por la administración de la Sociedad, no teniendo observación alguna, sobre:

1. Los procesos para la evaluación del desempeño de los directivos relevantes y sobre su plan de reemplazo autorizado, que incluye pero no se limita a la renuncia del señor Enrique Ostalé Cambiaso a su cargo como Presidente Ejecutivo y Director General de la Sociedad y la designación del señor Guilherme Loureiro para sustituirlo a partir del 1° de febrero de 2016.
2. Los procesos seguidos para determinar la remuneración integral del Director General y los paquetes de remuneraciones integrales de los demás directivos relevantes, mencionados en la nota 11 inciso c) de los estados financieros consolidados Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2016 (los "estados financieros de la Sociedad").
3. Las políticas y procesos seguidos durante el ejercicio para celebrar las operaciones con partes relacionadas y su correspondiente estudio de precios de transferencia, cuyos conceptos son mencionados en la nota 11 de los estados financieros.
4. Las operaciones relacionadas con la venta de las tiendas de ropa Suburbia y de Banco Walmart que se mencionan en la nota 1 inciso b) fracciones I y II respectivamente de los estados financieros.

**b)** Durante el ejercicio 2016, la administración de la Sociedad nos mantuvo informados del avance de las investigaciones sobre presuntas prácticas corruptas que el Comité de Auditoría de Wal-Mart Stores, Inc. ("Wal-Mart") ha estado conduciendo con la asistencia de abogados independientes y otros asesores y de las medidas que la Sociedad ha tomado, reforzando la organización interna, capacitando a consejeros, 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 13 inciso b) de los estados financieros de la Sociedad. Así también, seguimos considerando que cooperar con las citadas investigaciones es en el mejor interés de la Sociedad y todos sus accionistas, sin distinción alguna.

**c)** El Consejo de Administración no otorgó dispensas a algún consejero, directivo relevante o persona con poder de mando de las indicadas en el artículo 28, fracción III, inciso f) de la LMV.

## 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 implantadas por la administración. Por lo anterior, en nuestra opinión, se cumple con la efectividad requerida para que la Sociedad opere en un ambiente adecuado de control.

**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 éstos con las Normas Internacionales de Información Financiera. Al respecto, consideramos que los socios de la firma Mancera, S.C. (integrante de EY Global) cumplen con los requisitos necesarios de calidad profesional 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 la Sociedad. Por otro lado, los servicios adicionales o complementarios que los citados auditores prestaron a la Sociedad en el año 2016 no desvirtuaron su independencia ni fueron sustanciales.

**c)** Asistimos a diversas reuniones para revisar los estados financieros trimestrales y anuales de la Sociedad y recomendamos, en su momento, la publicación de dicha información financiera.

**d)** Fuimos informados sobre las políticas contables aprobadas y aplicadas durante el ejercicio 2016 y sus modificaciones.

**e)** Dimos seguimiento a las observaciones relevantes formuladas por accionistas, consejeros, directivos relevantes, empleados y en general de cualquier tercero, respecto de la contabilidad, controles internos y temas relacionados con la auditoría interna o externa.

**f)** Se dio seguimiento a los acuerdos de las asambleas de accionistas y del consejo de administración de la Sociedad.

**g)** Tuvimos conocimiento de los avances del plan de inversiones y de los impactos en los resultados que se enviaron a la Bolsa Mexicana de Valores, con motivo de los ajustes en los procesos de aperturas.

**h)** Fuimos informados sobre las contingencias legales a que está expuesta la Sociedad, que se encuentran reconocidas en los estados financieros con base en su probabilidad de ocurrencia. Asimismo, sobre los principales temas de seguridad cibernética y el avance del negocio de *e-Commerce*.

**i)** Por último, se nos informó periódicamente de la situación que guarda la Sociedad en materia de Ética y de Cumplimiento y las medidas adoptadas por la Sociedad para reforzar estos aspectos.

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

Por todo lo anterior, se recomienda al Consejo de Administración de la Sociedad someter para la aprobación de la asamblea general anual ordinaria de accionistas, los estados financieros de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias, por el año fiscal terminado el 31 de diciembre de 2016.

Atentamente,

**ING. ADOLFO CEREZO**
**PRESIDENTE DE LOS COMITÉS DE AUDITORÍA Y DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS**
Ciudad de México, a 15 de febrero de 2017.

## INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

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

### OPINIÓN

Hemos auditado los estados financieros consolidados adjuntos de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias (en adelante "la Compañía"), que comprenden el estado consolidado de situación financiera al 31 de diciembre de 2016, el estado consolidado de resultado integral, el estado consolidado de cambios en el capital contable y el estado consolidado de flujos de efectivo correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha; así como las notas explicativas de los estados financieros consolidados que incluyen un resumen de las políticas contables significativas.

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados adjuntos presentan razonablemente, en todos sus aspectos materiales, la situación financiera consolidada de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias al 31 de diciembre de 2016, así como sus resultados y sus flujos de efectivo consolidados correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera.

### FUNDAMENTO DE LA OPINIÓN

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría ("NIA"). Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección "Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros consolidados" de nuestro informe. Somos independientes de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. de conformidad con el Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores ("Código de Ética del IESBA"), junto con los requerimientos de ética que son aplicables a nuestra auditoría de los estados financieros consolidados en México por el Código de Ética Profesional del Instituto Mexicano de Contadores Públicos ("Código de Ética del IMCP"), y hemos cumplido las demás responsabilidades de ética de conformidad con esos requerimientos y con el Código de Ética de IESBA.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

## ASUNTOS CLAVE DE LA AUDITORÍA

Los asuntos clave de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido los más significativos en nuestra auditoría de los estados financieros consolidados del periodo actual. Estos asuntos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de los estados financieros consolidados en su conjunto y en la formación de nuestra opinión sobre estos, y no expresamos una opinión por separado sobre dichos asuntos. Para cada asunto clave de auditoría, describimos cómo se abordó el mismo en el contexto de nuestra auditoría.

Hemos cumplido las responsabilidades descritas en la sección "Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros consolidados" de nuestro informe, incluyendo las relacionadas con los asuntos clave de auditoría. Consecuentemente, nuestra auditoría incluyó la aplicación de procedimientos diseñados a responder a nuestra evaluación de los riesgos de desviación material de los estados financieros consolidados adjuntos. Los resultados de nuestros procedimientos de auditoría, incluyendo los procedimientos aplicados para abordar los asuntos clave de la auditoría descritos más adelante, proporcionan las bases para nuestra opinión de auditoría de los estados financieros consolidados adjuntos.

### I. Acuerdos con proveedores

La Compañía obtiene diversos tipos de descuentos por parte de sus proveedores. Nos enfocamos especialmente en este rubro debido a que dichos descuentos constituyen un componente importante del costo de ventas por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2016 y a que existe el riesgo de que la Compañía reconozca descuentos a los proveedores sin que existan pruebas de un acuerdo formal entre la Compañía y el proveedor, y/o retrase o acelere el momento del reconocimiento de dichos descuentos.

Para responder al riesgo identificado en este rubro, evaluamos el control interno establecido por la Compañía para este proceso y como parte de nuestros procedimientos enviamos solicitudes de confirmación directamente a los proveedores de los acuerdos celebrados por los descuentos otorgados; de igual forma, con base en una muestra aleatoria, obtuvimos copia de los acuerdos celebrados y observamos que estuvieran debidamente aprobados y registrados en contabilidad en el período contable adecuado.

Finalmente, realizamos pruebas analíticas de los descuentos que consistieron principalmente en observar el comportamiento mensual de todos los descuentos a proveedores con relación a las compras y comparamos dichos descuentos contra los mismos periodos del ejercicio anterior. Analizamos las variaciones identificadas y evaluamos dichas variaciones con las explicaciones y documentación soporte proporcionadas por la Compañía.

### II. Evaluación de deterioro de inmuebles, equipo y obras en proceso

Hemos considerado un asunto clave de auditoria la evaluación de la Compañía del deterioro de sus activos sujetos a depreciación y amortización, los cuales consisten principalmente en inmuebles, mejoras a los locales propios y arrendados, mobiliario y equipo y equipo de cómputo. Lo anterior debido a complejidad en la metodología establecida por la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 36 "Deterioro del valor de los activos" para estimar el valor de recuperación de los activos de cada unidad generadora de efectivo (UGE).

En la Nota 3k. de los estados financieros consolidados adjuntos se puede observar mayor detalle acerca de las políticas contables y los criterios que la Compañía consideró para la evaluación del deterioro de inmuebles y equipo al 31 de diciembre de 2016.

Evaluamos los criterios seguidos por la Compañía para identificar sus unidades generadoras de efectivo (UGEs) considerando si, en su caso, existían indicios de deterioro. Comparamos análisis y otra evidencia que respalda los criterios de la Compañía para la identificación y agrupación de sus UGEs, los posibles indicios de deterioro aplicable en los estados financieros consolidados al cierre de 2016. Evaluamos lo apropiado de la tasa de descuento utilizada en el cálculo de estos activos. Evaluamos la objetividad y competencia de los especialistas de la Compañía. Involucramos a nuestros propios especialistas para la aplicación de los procedimientos de auditoría sobre el cálculo de pérdida por deterioro de activos no financieros.

### III. Baja del segmento de tiendas de ropa (Suburbia)

Como se menciona en las Notas 1b. y 8a. de los estados financieros consolidados adjuntos, el 10 de agosto de 2016, la Compañía llegó a un acuerdo con un tercero para que éste adquiriera el 100% de las acciones de Suburbia (una de sus subsidiarias significativas). Esta operación implicó la clasificación del segmento de negocios de tiendas de ropa de la Compañía, como operación discontinua y a la clasificación de los activos y pasivos como mantenidos para la venta. Nos enfocamos en esta área debido a que esta transacción fue una operación significativa para la Compañía durante 2016 e implicó nuestra atención en la auditoría por la complejidad de los requerimientos contables.

Comparamos el precio de venta pactado con el comprador (considerado como el valor razonable) contra el valor contable de los activos netos, analizamos el contrato de compraventa de venta de acciones, evaluamos la presentación como operaciones discontinuas en el estado de resultados y como activos disponibles para la venta en el estado de situación financiera, según los requerimientos contables aplicables.

## OTRA INFORMACIÓN

La otra información comprende la información financiera y no financiera (distinta de los estados financieros y de nuestro informe de auditoría) incluida en el reporte anual presentado a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (“CNBV”) y en el informe anual a los accionistas de la Compañía por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2016. La Administración de la Compañía es responsable de la otra información. Esperamos disponer de la otra información después de la fecha de este informe de auditoría.

Nuestra opinión sobre los estados financieros consolidados no cubre la otra información y no expresaremos ninguna forma de conclusión que proporcione un grado de seguridad sobre esta.

En relación con nuestra auditoría de los estados financieros consolidados, nuestra responsabilidad es leer y considerar la otra información que identificamos anteriormente cuando dispongamos de ella y, al hacerlo, considerar si existe una inconsistencia material entre la otra información y los estados financieros consolidados, y/o el conocimiento obtenido por nosotros en la auditoría. Así mismo, consideraremos sí parece que existe una desviación material en la otra información por algún otro motivo.

Si concluimos que la otra información contenida en el reporte anual a la CNBV y/o en el informe anual a los accionistas de la Compañía, contiene una desviación material, estamos obligados a comunicar el asunto a los responsables del gobierno de la Compañía y dicho asunto se describiría al emitir nuestra declaratoria sobre el reporte anual requerida por la CNBV.

## RESPONSABILIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN Y DE LOS RESPONSABLES DEL GOBIERNO DE LA COMPAÑÍA EN RELACIÓN CON LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

La Administración de la Compañía es responsable de la preparación y presentación razonable de los estados financieros consolidados adjuntos de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, así como del control interno que la Administración de la Compañía considere necesario para permitir la preparación de los estados financieros consolidados libres de desviación material, debida a fraude o error. En la preparación de los estados financieros consolidados, la Administración de la Compañía es responsable de la evaluación de la capacidad de la Compañía para continuar como negocio en marcha, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con el negocio en marcha y utilizando la base contable de negocio en marcha excepto si la Administración de la Compañía tiene intención de liquidar la Compañía o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Los responsables del gobierno de la Compañía son responsables de la supervisión del proceso de su información financiera.

## RESPONSABILIDADES DEL AUDITOR EN RELACIÓN CON LA AUDITORÍA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que los estados financieros consolidados en su conjunto están libres de desviación material, debida a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión. Seguridad razonable es un alto grado de seguridad, pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con las NIA siempre detecte una desviación material cuando existe. Las desviaciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en los estados financieros consolidados.

Como parte de una auditoría de conformidad con las NIA, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:

- Identificamos y evaluamos los riesgos de desviación material en los estados financieros consolidados, debida a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una desviación material debida a fraude es más elevado que en el caso de una desviación material debida a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionadamente erróneas o la elusión del control interno.

- Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la Compañía.

- Evaluamos lo adecuado de las políticas contables aplicadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por la Administración.

- Concluimos sobre lo adecuado de la utilización, por la Administración, de la base contable de negocio en marcha y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Compañía para continuar como negocio en marcha. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en los estados financieros consolidados o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, hechos o condiciones futuros pueden ser causa de que la Compañía deje de continuar como negocio en marcha.

- Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de los estados financieros consolidados, incluida la información revelada, y si los estados financieros consolidados representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran la presentación razonable.

- Obtenemos evidencia suficiente y adecuada en relación con la información financiera de las entidades o actividades empresariales dentro del grupo para expresar una opinión sobre los estados financieros consolidados. Somos responsables de la dirección, supervisión y realización de la auditoría del grupo. Somos los únicos responsables de nuestra opinión de auditoría.

Comunicamos con los responsables del gobierno de la Compañía en relación con, entre otros asuntos, el alcance y el momento de realización de las auditorías planificadas y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

También proporcionamos a los responsables del gobierno de la Compañía una declaración de que hemos cumplido los requerimientos de ética aplicables en relación con la independencia y comunicado con ellos acerca de todas las relaciones y demás asuntos de los que se puede esperar razonablemente que pueden afectar a nuestra independencia y, en su caso, las correspondientes salvaguardas.

Entre los asuntos que han sido objeto de comunicación con los responsables del gobierno de la Compañía, determinamos los más significativos en la auditoría de los estados financieros consolidados del periodo actual y que son, en consecuencia, los asuntos clave de la auditoría. Describimos dichos asuntos en nuestro informe de auditoría salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente el asunto o, en circunstancias extremadamente poco frecuentes, determinemos que un asunto no se debería comunicar en nuestro informe cuando se espera razonablemente que las consecuencias adversas de hacerlo superarían a los beneficios de interés público de dicho asunto.

El socio responsable de la auditoría es quién suscribe este informe.

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

**C.P.C. David Sitt Cofradía**

Ciudad de México, a 15 de febrero de 2017.

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

# ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

**(Notas 1 y 3)**
**Miles de pesos**

| | Diciembre 31, 2016 | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|---|
| **Activos** | | |
| **Activos circulantes:** | | |
| Efectivo y equivalentes de efectivo (Nota 5) | $ 27,975,536 | $ 24,790,838 |
| Cuentas por cobrar – neto (Nota 6) | 9,817,878 | 9,758,720 |
| Inventarios (Nota 7) | 53,665,239 | 49,748,874 |
| Pagos anticipados y otros | 935,125 | 550,253 |
| Activos mantenidos para la venta (Nota 8) | 11,628,894 | - |
| Suman activos circulantes | 104,022,672 | 84,848,685 |
| **Activos no circulantes:** | | |
| Inmuebles y equipo – neto (Nota 9) | 136,349,603 | 130,222,356 |
| Activos intangibles (Nota 10) | 41,339,532 | 34,456,219 |
| Activos por impuestos diferidos (Nota 15) | 4,699,729 | 3,461,109 |
| Otros activos no circulantes | 1,518,766 | 661,750 |
| Suman activos | $ 287,930,302 | $ 253,650,119 |
| **Pasivos y capital contable** | | |
| **Pasivos a corto plazo:** | | |
| Cuentas por pagar a proveedores (Nota 11) | $ 65,557,689 | $ 56,395,523 |
| Otras cuentas por pagar (Nota 12) | 17,455,165 | 16,682,373 |
| Impuestos por pagar | 6,992,426 | 4,231,457 |
| Pasivos relacionados con activos mantenidos para la venta (Nota 8) | 3,951,542 | - |
| Suman pasivos a corto plazo | 93,956,822 | 77,309,353 |
| **Pasivos a largo plazo:** | | |
| Otros pasivos a largo plazo (Nota 14) | 14,778,703 | 13,104,120 |
| Pasivos por impuestos diferidos (Nota 15) | 10,483,437 | 9,786,893 |
| Beneficios a los empleados (Nota 16) | 1,685,324 | 1,629,103 |
| Suman pasivos | 120,904,286 | 101,829,469 |
| **Capital contable (Nota 17):** | | |
| Capital social | 45,468,428 | 45,468,428 |
| Reserva legal | 9,104,745 | 9,104,745 |
| Utilidades acumuladas | 90,545,819 | 86,188,284 |
| Otras partidas de utilidad integral | 24,374,531 | 13,827,795 |
| Prima en venta de acciones | 3,108,097 | 2,830,646 |
| Fondo para el plan de acciones al personal | ( 5,575,604) | ( 5,625,092) |
| Participación controladora | 167,026,016 | 151,794,806 |
| Participación no controladora | - | 25,844 |
| Suma capital contable | 167,026,016 | 151,820,650 |
| Suman pasivos y capital contable | $ 287,930,302 | $ 253,650,119 |

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

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

# ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES

**(Notas 1 y 3)**
**Miles de pesos**

| | Año que terminó el 31 de diciembre de | |
|---|---|---|
| | 2016 | 2015 |
| Ventas netas | $ 528,571,376 | $ 472,459,832 |
| Otros ingresos (Nota 18) | 3,812,707 | 3,450,729 |
| Total ingresos | 532,384,083 | 475,910,561 |
| Costo de ventas | ( 414,900,193) | ( 373,307,853) |
| Utilidad bruta | 117,483,890 | 102,602,708 |
| Gastos generales (Nota 19) | ( 77,833,627) | ( 69,547,364) |
| Utilidad antes de otros productos y gastos | 39,650,263 | 33,055,344 |
| Otros productos | 578,707 | 755,984 |
| Otros gastos | ( 773,835) | ( 983,206) |
| Utilidad de operación | 39,455,135 | 32,828,122 |
| Ingresos financieros (Nota 20) | 1,321,139 | 1,319,326 |
| Gastos financieros (Nota 20) | ( 1,644,004) | ( 1,230,594) |
| Utilidad antes de impuestos a la utilidad | 39,132,270 | 32,916,854 |
| Impuestos a la utilidad (Nota 15) | ( 10,622,996) | ( 9,472,686) |
| Utilidad neta de operaciones continuas | 28,509,274 | 23,444,168 |
| Utilidad neta de operaciones discontinuas (Nota 8) | 4,842,597 | 2,934,920 |
| Utilidad neta consolidada | $ 33,351,871 | $ 26,379,088 |
| | | |
| Otras partidas de utilidad integral: | | |
| **Partidas que no se reclasifican al resultado del año:** | | |
| Utilidad (pérdida) actuarial por beneficio a los empleados | $ 222,015 | $ ( 12,724) |
| **Partidas que pueden reclasificarse posteriormente a resultados:** | | |
| Resultado por conversión de monedas extranjeras | 10,324,721 | 8,358,537 |
| | 10,546,736 | 8,345,813 |
| Utilidad integral | $ 43,898,607 | $ 34,724,901 |
| **Utilidad neta atribuible a:** | | |
| Participación controladora | $ 33,352,298 | $ 26,375,779 |
| Participación no controladora | ( 427) | 3,309 |
| | $ 33,351,871 | $ 26,379,088 |
| **Utilidad integral atribuible a:** | | |
| Participación controladora | $ 43,899,034 | $ 34,721,592 |
| Participación no controladora | ( 427) | 3,309 |
| | $ 43,898,607 | $ 34,724,901 |
| Utilidad básica por acción de operaciones continuas atribuible a la participación controladora (en pesos) | $ 1.633 | $ 1.341 |
| Utilidad básica por acción atribuible a la participación controladora (en pesos) | $ 1.910 | $ 1.508 |

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 2016 y 2015

**(Notas 1, 3 y 17)**

**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 31 de diciembre de 2014** | $ 45,523,723 | $ 8,085,178 | $ 94,265,950 | $ 5,481,982 | $ 2,464,001 | $ ( 5,598,259) | $ 150,222,575 | $ 23,245 | $ 150,245,820 |
| Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal | | | | | 366,645 | ( 26,833) | 339,812 | | 339,812 |
| Incremento a la reserva legal | | 1,019,567 | ( 1,019,567) | | | | - | | - |
| Recompra de acciones | ( 123,116) | | ( 1,701,956) | | | | ( 1,825,072) | | ( 1,825,072) |
| Dividendos decretados | | | ( 31,731,812) | | | | ( 31,731,812) | | ( 31,731,812) |
| Emisión de acciones para pago del pasivo contingente | 67,821 | | | | | | 67,821 | | 67,821 |
| Compra de acciones de participación no controladora | | | ( 110) | | | | ( 110) | ( 710) | ( 820) |
| Utilidad integral | | | 26,375,779 | 8,345,813 | | | 34,721,592 | 3,309 | 34,724,901 |
| **Saldos al 31 de diciembre de 2015** | 45,468,428 | 9,104,745 | 86,188,284 | 13,827,795 | 2,830,646 | ( 5,625,092) | 151,794,806 | 25,844 | 151,820,650 |
| Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal | | | | | 277,451 | 49,488 | 326,939 | | 326,939 |
| Dividendos decretados | | | ( 28,973,896) | | | | ( 28,973,896) | | ( 28,973,896) |
| Compra de acciones de participación no controladora | | | ( 20,867) | | | | ( 20,867) | ( 25,417) | ( 46,284) |
| Utilidad integral | | | 33,352,298 | 10,546,736 | | | 43,899,034 | ( 427) | 43,898,607 |
| **Saldos al 31 de diciembre de 2016** | $ 45,468,428 | $ 9,104,745 | $ 90,545,819 | $ 24,374,531 | $ 3,108,097 | $ ( 5,575,604) | $ 167,026,016 | $ - | $ 167,026,016 |

Las notas adjuntas son parte integrante de estos estados financieros.

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

# ESTADOS CONSOLIDADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO

**(Notas 1 y 3)**
**Miles de pesos**

| | Año que terminó el 31 de diciembre de | |
|---|---|---|
| | 2016 | 2015 |
| **Actividades de operación** | | |
| Utilidad antes de impuestos a la utilidad | $ 39,132,270 | $ 32,916,854 |
| **Partidas relacionadas con actividades de inversión:** | | |
| Depreciación y amortización | 10,693,735 | 10,024,729 |
| Pérdida por bajas de inmuebles, equipo y deterioro | 507,575 | 740,888 |
| Gasto de compensación por opciones de acciones | 270,416 | 298,498 |
| Intereses a favor | ( 559,618) | ( 503,892) |
| **Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:** | | |
| Intereses a cargo de arrendamiento financiero | 1,270,826 | 1,244,536 |
| Operaciones discontinuas | 2,471,145 | 2,107,182 |
| Flujo proveniente de resultados | 53,786,349 | 46,828,795 |
| **Variaciones en:** | | |
| Cuentas por cobrar | ( 1,253,330) | ( 898,674) |
| Inventarios | ( 4,525,586) | ( 1,380,955) |
| Pagos anticipados y otros activos | ( 1,163,455) | 303,826 |
| Cuentas por pagar a proveedores | 9,345,322 | 2,388,568 |
| Otras cuentas por pagar | 1,031,983 | 3,153,345 |
| Impuestos a la utilidad pagados | ( 7,068,985) | ( 11,605,744) |
| Beneficio a los empleados | ( 109,872) | 114,510 |
| Operaciones discontinuas | ( 3,150,974) | - |
| Flujos netos de efectivo de actividades de operación | 46,891,452 | 38,903,671 |
| **Actividades de inversión** | | |
| Adquisiciones de inmuebles, equipo y software | ( 14,334,781) | ( 12,526,265) |
| Compra de acciones participación no controladora | ( 44,737) | ( 157) |
| Intereses cobrados | 559,618 | 503,892 |
| Cobros por venta de inmuebles y equipo | 275,883 | 226,448 |
| Fondo para el plan de acciones al personal | 56,523 | 41,314 |
| Operaciones discontinuas | ( 313,400) | - |
| Disposición de negocios | - | 3,726,761 |
| Flujos netos de efectivo de actividades de inversión | ( 13,800,894) | ( 8,028,007) |
| **Actividades de financiamiento** | | |
| Pago de dividendos | ( 28,972,332) | ( 31,562,146) |
| Recompra de acciones | - | ( 1,825,072) |
| Pago de arrendamiento financiero | ( 1,550,479) | ( 1,624,105) |
| Operaciones discontinuas | ( 69,841) | - |
| Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento | ( 30,592,652) | ( 35,011,323) |
| Efectos por cambios en el valor del efectivo | 686,792 | 878,649 |
| Incremento (decremento) neto de efectivo y equivalentes de efectivo | 3,184,698 | ( 3,257,010) |
| Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del año | 24,790,838 | 28,047,848 |
| Efectivo y equivalentes de efectivo al fin del año | $ 27,975,536 | $ 24,790,838 |

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 2016 y 2015

**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, 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, con una participación accionaria del 70.51%.

**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 1,763 (1,719 en 2015) tiendas de descuento Bodega Aurrerá, 262 (256 en 2015) hipermercados Walmart, 96 (95 en 2015) supermercados Superama, 160 tiendas Sam's Club de precios al mayoreo con membresía y 10 Farmacias Medimart, en ambos años. |
| **Suburbia** | Operación de 122 (117 en 2015) tiendas Suburbia, especializadas en ropa y accesorios para toda la familia. |
| **Empresas importadoras** | Importación de mercancía para la venta. |
| **Inmobiliario** | Proyectos inmobiliarios y administración de compañías inmobiliarias. |
| **Empresas de servicios** | Prestación de servicios profesionales a las compañías del Grupo, prestación de servicios con fines no lucrativos a la comunidad y tenencia de acciones. |
| **Walmart Centroamérica** | Operación de 495 (484 en 2015) tiendas de descuento Despensa Familiar y Palí, 92 (99 en 2015) supermercados Paiz, La Despensa de Don Juan, La Unión y Más x Menos, 117 (102 en 2015) Bodegas, Maxi Bodega y Maxi Palí; y 27 (24 en 2015) hipermercados Walmart. Dichas unidades se localizan en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador. |

### b. Eventos relevantes

#### I. Venta de tiendas Suburbia (Nota 8 inciso a)

El 10 de agosto de 2016, la Compañía anunció que llegó a un acuerdo definitivo con El Puerto de Liverpool, S.A.B. de C.V. (Liverpool) para que éste adquiera la división de tiendas de ropa Suburbia. El cierre de esta operación está sujeto a la aprobación de las autoridades competentes y a otras condiciones que se acostumbran en este tipo de operaciones.

#### II. Venta del Banco Walmart (Nota 8 inciso b)

El 23 de junio de 2015, después de recibir la aprobación de las autoridades competentes, **WALMEX** vendió el 100% de las acciones del Banco Walmart a Inbursa por un monto de $3,612 millones de pesos en efectivo, equivalente a 1.7 veces su capital contable. Además, ciertos activos de **WALMEX** fueron vendidos a Inbursa por $115 millones de pesos. **WALMEX** anunció una alianza comercial con Inbursa para que éste ofrezca ciertos servicios financieros a los clientes de Walmart.

## 2.- NUEVOS PRONUNCIAMIENTOS

Las normas que están emitidas, pero que aún no están en aplicación, a la fecha de emisión de los estados financieros consolidados adjuntos y que son aplicables a la Compañía, se describen a continuación:

- NIC 1 "Presentación de estados financieros". En esta iniciativa de divulgación se aclaran los requisitos existentes en la norma relativos a la materialidad, partidas específicas que pueden dejar de presentarse en el estado de resultados integral y en el estado de situación financiera, así como la flexibilidad que tienen las Compañías para presentar el orden de las notas a los estados financieros. Así también aclara los requisitos que se aplican cuando se incluyen subtotales adicionales en el estado de situación financiera y en el estado de resultados integral.

- NIIF 5 "Activos no corrientes mantenidos para la venta y operaciones discontinuas". Aclara que el cambio de un método de disposición a otro (venta o distribución a los propietarios), no sería considerado un nuevo plan de disposición, sino que es una continuación del plan original. Esta mejora debe ser aplicada de forma prospectiva.

- NIIF 9 "Instrumentos financieros". En julio 2014, el International Accounting Standards Board (IASB) emitió la última versión de la Norma Internacional de Información Financiera (NIIF) 9 Instrumentos Financieros", la cual describe los nuevos requerimientos para la clasificación y medición, deterioro y contabilidad de cobertura. Esta norma sustituye a la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 39 "Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Medición" y a todas las versiones anteriores de la NIIF 9. La NIIF 9 es efectiva para periodos anuales que comienzan después del 1 de enero de 2018, con aplicación anticipada permitida. Se requiere la aplicación retroactiva, pero la información comparativa no es obligatoria. La aplicación anticipada de las versiones anteriores de la NIIF 9 se permite si la fecha de la aplicación inicial es antes del 1 de febrero de 2015. La Compañía se encuentra en proceso de evaluar la aplicación de esta norma.

- NIIF 15 "Ingresos procedentes de contratos con clientes". El 28 de mayo de 2014, el IASB emitió la NIIF 15 "Ingresos procedentes de contratos con clientes". Esta norma sustituye, casi en su totalidad, a la normativa existente sobre el reconocimiento de ingresos, aplica a todos los contratos de ingresos y ofrece un modelo de cinco pasos para el reconocimiento y la medición de las enajenaciones de algunos activos no financieros como los inmuebles y equipo, entre otros, asimismo requiere que la Compañía haga más estimaciones y uso del juicio. Su aplicación es obligatoria para los periodos anuales a partir del 1 de enero de 2018, aunque se permite su aplicación anticipada. Esta transición se realizará utilizando un enfoque retrospectivo o modificado.

- NIIF 16 "Arrendamientos". En enero de 2016, el IASB emitió la NIIF 16 "Arrendamientos", la cual sustituye a la NIC 17 "Arrendamientos" y a la Interpretación emitida por el International Financial Reporting Interpretation Committee (IFRIC) 4 "Determinación de si un acuerdo contiene un arrendamiento".

La NIIF 16 establece los nuevos requerimientos para el reconocimiento, medición, presentación y revelación de los arrendamientos y requiere para los arrendatarios contabilizar todos los arrendamientos en un modelo similar al arrendamiento financiero que describía la NIC 17.

A la fecha de inicio de un contrato de arrendamiento, el arrendatario reconocerá un pasivo para hacer pagos del arrendamiento y un activo que representa el derecho de usar el activo durante el plazo de arrendamiento. Los arrendatarios deberán reconocer por separado el gasto por interés en el pasivo de arrendamiento y el gasto de depreciación en el activo de derecho de uso.

Los arrendatarios también estarán obligados a valuar nuevamente el pasivo del arrendamiento al ocurrir ciertos eventos (por ejemplo, un cambio en el término del arrendamiento, un cambio en los pagos futuros de arrendamiento resultante de un cambio en un índice o tasa utilizado para determinar aquellos pagos). El arrendatario generalmente reconocerá el monto de la reevaluación del pasivo por arrendamiento como ajuste al activo de derecho de uso.

La NIIF 16 también requiere que los arrendatarios y los arrendadores realicen revelaciones más extensas que las estipuladas en la NIC 17.

La NIIF 16 es efectiva para los períodos anuales que comiencen en o después del 1 de enero de 2019. Se permite la aplicación anticipada, pero no antes de que una entidad aplique la NIIF 15. El arrendatario puede optar por aplicar la norma de manera retrospectiva completa o un enfoque retrospectivo modificado.

La Compañía se encuentra en proceso de cuantificar los efectos por la aplicación de las NIIF 15 y 16 en los estados financieros consolidados.

A continuación se describen las mejoras que serán aplicables a partir del 1 de enero de 2017, las cuales está evaluando la Compañía para su aplicación:

- NIIF 2 "Pagos basados en acciones". Entrará en vigor el 1 de enero de 2018, permitiendo su adopción anticipada. La NIIF 2 aclara los requerimientos para la clasificación y medición de operaciones de pago basado en acciones.

- NIC 7 "Estado de flujos de efectivo". Requiere que se proporcione información para que permita a los usuarios de los estados financieros evaluar los cambios de las actividades de financiamiento, incluidos tanto los cambios derivados de los flujos de efectivo como los cambios que no afectan al efectivo.

- NIC 12 "Reconocimiento de activos por impuestos diferidos por pérdidas no realizadas". Aclara que una entidad debe considerar si la legislación fiscal restringe las fuentes de los beneficios imponibles contra la cual podrá efectuar deducciones sobre la reversión de esa diferencia temporal deducible. Además, proporciona orientación sobre cómo una entidad debe determinar los beneficios imponibles futuros y circunstancias en las que la ganancia gravable puede incluir la recuperación de algunos activos por un monto superior a la cantidad. Las compañías están obligadas a aplicar esta mejora de forma retroactiva.

- NIC 16 "Propiedades, planta y equipo" y NIC 18 "Activos intangibles". Estas mejoras aclaran los métodos aceptables de depreciación y amortización; entraron en vigor el 1 de enero de 2016. Se permite su aplicación prospectiva.

- NIC 19 "Beneficios a los empleados". Esta mejora aclara sobre la tasa de descuento en donde menciona que los bonos corporativos de alta calidad se evalúan sobre la base de la moneda en que está denominada la obligación, en lugar del país donde se encuentra la obligación. Cuando no existe un mercado amplio para bonos corporativos de alta calidad en esa moneda, se deben utilizar las tasas de los bonos del gobierno. La modificación debe aplicarse con carácter prospectivo.

## 3.- RESUMEN DE POLITICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS:

A continuación se resumen las políticas contables más significativas, las cuales han sido aplicadas consistentemente con el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2015.

### a. Bases de preparación

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

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

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

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

Los estados de flujos de efectivo se preparan utilizando el método indirecto de conformidad con la NIC 7 "Estado de flujos de efectivo".

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

**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, debido a que la actividad principal de la Compañía se opera en México.

### b. Consolidación

Los estados financieros consolidados adjuntos incluyen los de **WALMEX** y los de todas sus subsidiarias en las que se tiene control en México y en el extranjero, las cuales se agrupan como se menciona en la Nota 1 inciso a, y son preparados considerando el mismo periodo contable.

Las subsidiarias se consolidan desde la fecha en que su control se transfiere a **WALMEX**, y se dejan de consolidar desde la fecha en la que se pierde el control. Los resultados de las subsidiarias adquiridas o vendidas durante el año se incluyen en los estados consolidados de resultados integrales desde la fecha de adquisición o hasta la fecha de venta, según sea el caso.

Los saldos y operaciones entre compañías del Grupo se eliminan para efectos de la consolidación, de conformidad con la NIIF 10 "Estados financieros consolidados".

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

### c. Activos y pasivos financieros y medición del valor razonable

La Compañía determina la clasificación de sus activos y pasivos financieros al momento de su reconocimiento inicial, de conformidad con la NIIF 9 "Instrumentos financieros" como se describe a continuación:

I. Activos financieros. Los activos financieros se clasifican en alguna de las siguientes categorías, según sea requerido: activos financieros reconocidos a su valor razonable con cambios a resultados, cuentas por cobrar, inversiones mantenidas al vencimiento o activos financieros disponibles para la venta. Los activos financieros de la Compañía consisten principalmente en cuentas por cobrar a clientes y otras cuentas por cobrar las cuales se reconocen inicialmente a su valor razonable. El valor razonable de un activo es el precio en que el activo podría venderse en una transacción ordinaria con terceros, capaces de participar en la transacción.

II. Pasivos financieros. Se clasifican como pasivos financieros a su valor razonable, incluyen cuentas por pagar a proveedores, otras cuentas por pagar y arrendamiento financiero, según sea el caso; estos pasivos se reconocen inicialmente a su valor razonable. El valor razonable de un pasivo es la cantidad que se pagaría para transferir la responsabilidad a un nuevo acreedor en una transacción entre dichas partes.

Los activos y pasivos registrados a su valor razonable se miden utilizando la jerarquía de valor razonable, que da prioridad a los insumos utilizados en la medición. Los niveles de la jerarquía de valor razonable son los siguientes:

- Nivel 1. Datos observables como son los precios cotizados en mercados activos,
- Nivel 2. Otras entradas que cotizan los precios en los mercados activos y que son directa o indirectamente observables, y
- Nivel 3. Insumos no observables para los que existen pocos datos o ningún mercado, por lo que la empresa desarrolla sus propios supuestos.

La medición posterior de los activos y pasivos financieros de la Compañía se determina en función de su clasificación.

### d. Efectivo y equivalentes de efectivo

El efectivo y equivalentes de efectivo están representados principalmente por depósitos bancarios, transacciones con tarjeta de crédito o débito que se recuperen en menos de 7 días así como inversiones en instrumentos de alta liquidez con vencimiento no mayor a 90 días más sus intereses devengados y se expresan a su valor razonable.

### e. Instrumentos financieros derivados

La Compañía suscribe contratos de cobertura de divisas a través de operaciones extrabursátiles a futuro sobre divisas (Fx-forwards) para mitigar las afectaciones por variabilidad en el tipo de cambio de la moneda extranjera en las cuentas por pagar de mercancías de importación para la venta.

De conformidad con la NIIF 9 "Instrumentos financieros", los derivados se designan a su valor razonable a la fecha en que se subscribe el contrato del derivado y posteriormente se valúan a su valor razonable al final del periodo de reporte. La ganancia o pérdida resultante se reconoce inmediatamente en el rubro de ingresos (gastos) financieros del estado consolidado de resultados integral.

La vigencia de estos contratos deberá tener una duración máxima de seis meses.

En apego a nuestras normas de gobierno corporativo, la Compañía no maneja instrumentos financieros derivados diferentes a los contratos de cobertura de divisas Fx- forwards.

### f. Cuentas por cobrar y estimación para cuentas incobrables.

**WALMEX** reconoce las estimaciones para cuentas incobrables cuando existe evidencia objetiva de que las cuentas por cobrar no se recuperarán de conformidad con sus procedimientos internos.

### g. Inventarios

Los inventarios están valuados bajo el método detallista, excepto por los negocios correspondientes a Sam's Club, los centros de distribución y Desarrollo Agro-Industrial (granos, comestibles y carnes), que están valuados bajo el método de costo promedio; aplicados consistentemente con el ejercicio anterior. Los inventarios, incluyendo artículos obsoletos, de lento movimiento, defectuosos o en mal estado se encuentran registrados a valores que no exceden su valor neto de realización.

Los fletes y las bonificaciones sobre compras de las compañías del grupo se capitalizan en el inventario y se reconocen en el costo de ventas de acuerdo al desplazamiento de los inventarios que les dieron origen.

### h. Pagos anticipados

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

### i. Inmuebles y equipo

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

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

| | | | |
|---|---|---|---|
| Edificios, construcciones e instalaciones en bienes arrendados: | | | |
| - Obra civil y estructura | 2.5% | a | 5.0% |
| - Instalaciones y adaptaciones | 5.0% | a | 12.5% |
| - Acabados | 10.0% | a | 25.0% |
| Mobiliario y equipo | 5.0% | a | 33.3% |
| Equipo de cómputo | 25.0% | a | 33.3% |
| Equipo de transporte | 10.0% | a | 25.0% |

### 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 aquéllos en que se transfieren sustancialmente los riesgos y beneficios atribuibles a la propiedad del bien; se registran al valor presente de los pagos mínimos o al valor de mercado de los inmuebles, el que resulte menor, y se amortizan durante el periodo del contrato de arrendamiento considerando las renovaciones contempladas en los mismos.

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

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 de conformidad con la IFRIC 4 "Determinación de si un acuerdo contiene un arrendamiento".

### 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 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 en el rubro de otros gastos.

### l. Activos intangibles

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

### m. Crédito mercantil

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

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

Anualmente, la Compañía contrata los servicios profesionales de un perito independiente para realizar el estudio del deterioro del crédito mercantil, el cual es preparado de conformidad con la NIC 36 "Deterioro del valor de los activos".

El crédito mercantil se convierte al tipo de cambio de cierre y el efecto se reconoce en otras partidas de utilidad integral.

### n. Activos y pasivos mantenidos para la venta y operaciones discontinuas

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

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

Los ingresos, costos y gastos relacionados con esta operación se separan y se presentan en el rubro de operaciones discontinuas de forma comparable en el estado consolidado de resultados integral, de conformidad con la NIIF 5 "Activos no corrientes mantenidos para la venta y operaciones discontinuas".

### o. 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.

### p. Impuestos a la utilidad

Los impuestos a la utilidad se clasifican en impuesto causado y diferido, y se reconocen en los resultados del año en que se causan o devengan, excepto cuando provienen de partidas reconocidas directamente en otras partidas de utilidad integral, en cuyo caso el impuesto correspondiente se reconoce dentro del capital contable.

El impuesto a la utilidad causado se determina con base en las leyes fiscales aprobadas en los países en donde opera **WALMEX**, y resulta de aplicar a las utilidades fiscales de cada compañía del Grupo, la tasa del impuesto sobre la renta vigente a la fecha del estado consolidado de situación financiera y se presenta como un pasivo a corto plazo o activo circulante, neto de los anticipos efectuados durante el año.

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 de situación financiera de cada compañía del Grupo, 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.

### q. Beneficios a los empleados

Los beneficios por terminación laboral al retiro a que tienen derecho los empleados de **WALMEX** de los seis países son pagados a los empleados de acuerdo a la política vigente y conforme a la Ley de cada país. Los empleados de México también tienen derecho a la prima de antigüedad en los términos de la Ley Federal del Trabajo. Dichos beneficios se reconocen como costo en los años en que los empleados prestan sus servicios con base en los estudios actuariales de cada país, los cuales son elaborados por un perito independiente, utilizando el método de crédito unitario proyectado, de conformidad con la NIC 19.

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

En México, 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 de México 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.

## r. Capital contable

### Reserva legal:

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

### Fondo para el plan de acciones al personal y compensación de acciones:

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 Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

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, una vez deducido el impuesto sobre la renta correspondiente.

## s. Reconocimiento de ingresos

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

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

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

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

### t. Utilidad básica por acción atribuible a la participación controladora

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

### u. Segmentos de operación

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

### v. Operaciones en moneda extranjera

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

## 4.- ADMINISTRACION DE RIESGOS:

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

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

II. Comportamiento de las tasas de interés y tipo de cambio. Históricamente Walmart de México y Centroamérica ha generado excedentes de efectivo que le han permitido generar ingresos financieros. Una reducción de tasas de interés puede resultar en la disminución de dichos ingresos, lo que afectaría el crecimiento de las utilidades; sin embargo, la empresa considera que la reducción de tasas de interés tiene un efecto positivo en el mediano y largo plazo, ya que contribuye a mejorar el poder adquisitivo de la población.

    Por su parte, las fluctuaciones de tipo de cambio presionan las expectativas de inflación y la capacidad de compra de la población, lo que también puede afectar en forma adversa las ventas de la Compañía, en particular por las compras de importación que realiza la Compañía.

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

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

V. Cambios en regulaciones gubernamentales. La Compañía está expuesta a los cambios en las diferentes leyes y regulaciones, los cuales pueden afectar en sus resultados desde un impacto en las ventas, gastos por impuestos indirectos de nómina y cambios en las tasas aplicables, una vez que entren en vigor. Actualmente el nivel de escrutinio y discreción por parte de las autoridades fiscales ha aumentado considerablemente. Los tribunales mexicanos han cambiado su posición favoreciendo a dichas autoridades haciendo caso omiso de las violaciones de forma y procedimiento.

VI. Acontecimientos recientes. Durante las últimas semanas, han ocurrido acontecimientos a nivel internacional y nacional que han incrementado la volatilidad de algunos indicadores económicos, creando un entorno de vulnerabilidad y de incertidumbre. Entre los acontecimientos se encuentra la posibilidad de que se renegocie o se dé por terminado el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, posibles incrementos en impuestos o tarifas de exportación de productos mexicanos, cancelación de proyectos de inversión extranjera previamente anunciados por terceros, la depreciación del peso mexicano, el incremento de los precios de la gasolina, así como manifestaciones de violencia que han afectado nuestras tiendas, entre otros. Aún y cuando el mercado de la Compañía es interno, estos acontecimientos han comenzado a tener repercusiones, que se pueden traducir en una pérdida de confianza del consumidor y la consiguiente disminución del consumo, presiones inflacionarias derivada del aumento en combustibles y en el tipo de cambio, posibilidad de un aumento generalizado de precios de artículos por proveedores y aumentos en los costos de producción, de operación y de distribución, que en su conjunto podrían llegar a tener un efecto sustancial adverso sobre la condición financiera y los resultados de operación de la Compañía. Por lo reciente de los acontecimientos, por ahora no se puede definir los efectos que tales acontecimientos pudieran tener.

Las actividades de la Compañía están expuestas a diversos riesgos financieros tales como: riesgo de mercado, riesgo de tipo de cambio y riesgo de tasa de interés. La Compañía está al cuidado de aquellos riesgos que le impidan o pongan en peligro sus objetivos financieros, buscando minimizar los efectos negativos potenciales a través de diferentes estrategias.

Se explican a continuación los riesgos de tipo de cambio y de tasa de interés, así como los instrumentos financieros derivados.

### Riesgo de tipo de cambio:

La Compañía realiza operaciones con empresas extranjeras y por tanto está expuesta al riesgo de tipo de cambio por realizar operaciones con divisas, en particular con el dólar americano. Este riesgo puede surgir de transacciones comerciales, saldos de los activos y pasivos monetarios reconocidos, así como de la operación que se tiene en Centroamérica.

Al 31 de diciembre de 2016, el tipo de cambio utilizado para convertir los activos y pasivos denominados en dólares americanos fue de $20.7293 por dólar ($17.3832 en 2015). A la fecha de emisión de estos estados financieros, el tipo de cambio es de $20.2659 por dólar.

Considerando la posición monetaria neta en dólares que se tiene al 31 de diciembre de 2016, si se presentara un aumento o disminución en el tipo de cambio del dólar americano respecto al peso mexicano de $0.50 pesos, se tendría un efecto favorable o desfavorable en los ingresos (gastos) financieros de la Compañía de $12,739.

### Instrumentos financieros derivados:

La Compañía suscribió contratos Fx-forwards de moneda extranjera con el objetivo de protegerse de la exposición a la variabilidad en el tipo de cambio por el pago de los pasivos en México relativos a la compra de mercancía de importación pactados en dólares americanos.

Las técnicas de valuación utilizadas por la Compañía para determinar y revelar el valor razonable de sus instrumentos financieros derivados, están basadas en la jerarquía de nivel 2 (Otras entradas que cotizan los precios en los mercados activos y que son directa o indirectamente observables), de conformidad con la NIIF 13 "Medición del valor razonable".

Al 31 de diciembre de 2016, se tienen contratos Fx-forwards con una vigencia de dos meses por un monto de US$47.42 millones. El valor nocional y el valor razonable ascienden a $976,053 y $9,756; respectivamente. El cambio en el valor razonable que se reconoció por dichos contratos asciende a $9,309 - neto y se presenta en el rubro de ingresos (gastos) financieros del estado consolidado de resultados integral.

Durante el año que terminó el 31 de diciembre de 2016, se presentaron 217 vencimientos de contratos Fx-forwards por US$261.2 millones de dólares ($4,799 millones de pesos).

### Riesgo de tasa de interés:

La Compañía tiene inversiones de inmediata realización las cuales generan intereses. Al disminuir la tasa de interés disminuye el ingreso financiero de la Compañía. La tasa de interés de dichas inversiones fluctuó durante el ejercicio entre 3.0% y 4.3%. Al 31 de diciembre de 2016 se obtuvieron productos financieros por intereses por un monto de $559,618 ($498,435 en 2015).

Considerando las inversiones de inmediata realización que se tienen al 31 de diciembre de 2016, si se presentara un aumento o disminución en la tasa de interés de 0.50 puntos porcentuales, se tendría un efecto favorable o desfavorable en los ingresos financieros de la Compañía de $51,116.

## 5.- EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO:

El saldo de efectivo y equivalentes de efectivo al 31 de diciembre de 2016 y 2015, se integra como sigue:

| | Diciembre 31, 2016 | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|---|
| Efectivo en caja y bancos | $ 15,193,486 | $ 9,913,581 |
| Inversiones de realización inmediata | 12,782,050 | 14,877,257 |
| | $ 27,975,536 | $ 24,790,838 |

## 6.- CUENTAS POR COBRAR – NETO:

Las cuentas por cobrar al 31 de diciembre de 2016 y 2015, se integran como se muestra a continuación:

| | Diciembre 31, 2016 | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|---|
| Impuestos a favor | $ 6,727,164 | $ 6,423,542 |
| Clientes | 2,291,822 | 2,751,227 |
| Otras cuentas por cobrar | 1,133,909 | 894,186 |
| Estimación para cuentas incobrables | ( 335,017) | ( 310,235) |
| | $ 9,817,878 | $ 9,758,720 |

Las cuentas por cobrar a clientes en general tienen un plazo de cobro de 30 a 90 días.

## 7.- INVENTARIOS:

Los inventarios al 31 de diciembre de 2016 y 2015, se integran como se muestra a continuación:

| | Diciembre 31, 2016 | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|---|
| Mercancía para la venta | $ 52,033,246 | $ 47,778,980 |
| Desarrollo Agro-industrial | 777,056 | 616,344 |
| | 52,810,302 | 48,395,324 |
| Mercancías en tránsito | 854,937 | 1,353,550 |
| | $ 53,665,239 | $ 49,748,874 |

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

Como se menciona en la nota 1 inciso b numerales I y II durante 2016 y 2015, la Compañía anunció la venta de la división de las tiendas Suburbia y la conclusión de la venta de Banco Walmart, respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2016, los activos y pasivos mantenidos para la venta que se presentan en el estado consolidado de situación financiera corresponden a tiendas Suburbia. Por el año que terminó el 31 de diciembre de 2016, el rubro de operaciones discontinuas incluye los resultados de las tiendas Suburbia; en 2015 incluye los resultados de las tiendas Suburbia y del Banco Walmart.

A continuación se explican cada una de estas operaciones:

### a) Venta de tiendas Suburbia

Como parte de la estrategia de la Compañía para enfocar los esfuerzos en su negocio principal, **WALMEX** llegó a un acuerdo definitivo con Liverpool para la venta del 100% de las acciones en las entidades de negocio de Suburbia por un monto aproximado de $15,700 millones de pesos, el cual incluye deuda de $1,400 millones de pesos en arrendamientos capitalizables como se define en el contrato. Un monto adicional de $3,300 millones de pesos en dividendos decretados y reducción de capital serán pagados a **WALMEX** inmediatamente después del cierre de la operación. El precio de venta está sujeto a ajustes propios en este tipo de operaciones.

Adicionalmente Liverpool pagará a **WALMEX** en el futuro, rentas por las unidades adquiridas de Suburbia que están ubicadas en propiedades donde coexisten otras unidades de **WALMEX**.

La operación incluye el 100% de las acciones de cuatro entidades legales, que comprende la división de operación de tiendas, compras, planeación comercial, diseño de productos, mercadotecnia, procuramiento, activos fijos y los derechos de propiedad intelectual de la marca Suburbia y sus marcas propias y dos centros de distribución.

Los activos y pasivos de Suburbia clasificados como mantenidos para la venta al 31 de diciembre de 2016, se muestran a continuación:

| | Importe |
|---|---|
| Activos circulantes | $ 5,652,160 |
| Inmuebles y equipo – neto | 2,463,592 |
| Activos por impuestos diferidos | 3,476,882 |
| Otros activos no circulantes | 36,260 |
| Total activos mantenidos para la venta | $ 11,628,894 |
| | |
| Proveedores | $ 2,220,993 |
| Otros pasivos circulantes | 678,725 |
| Pasivo no circulante | 1,051,824 |
| Total pasivos relacionados con activos mantenidos para la venta | $ 3,951,542 |

Los principales rubros del resultado de la operación discontinua que se presenta en el estado consolidado de resultados integral incluyen los resultados de Suburbia por el año que terminó el 31 de diciembre de 2016 y 2015 y se muestran a continuación:

| | Diciembre 31, 2016 | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|---|
| Total ingresos | $ 14,495,607 | $ 13,456,785 |
| Costos y gastos | ( 12,177,161) | ( 11,349,603) |
| Impuestos a la utilidad | 2,524,151 | ( 614,124) |
| Utilidad neta por operaciones discontinuas | $ 4,842,597 | $ 1,493,058 |

Derivado del acuerdo definitivo de la venta de Suburbia y de conformidad con la NIC 12 "Impuestos a la utilidad", la Compañía reconoció beneficios fiscales en operaciones discontinuas y activos por impuestos diferidos en activos mantenidos para la venta de $3,198 millones de pesos debido a que es probable que éste se realice en el futuro previsible.

Los activos por impuestos diferidos se generan por diferencias temporales relacionadas con inversiones en subsidiarias y pérdidas fiscales previas.

### b) Venta del Banco Walmart

El 23 de junio de 2015, **WALMEX** vendió el 100% de las acciones del Banco Walmart a Inbursa por un monto de $3,612 millones en efectivo. Adicionalmente, ciertos activos de **WALMEX** fueron vendidos a Inbursa por un importe de $115 millones.

Asimismo, se anunció una alianza comercial con Inbursa para que éste ofrezca ciertos servicios financieros a los clientes de Walmart.

Los principales rubros del resultado de la operación discontinua que se presenta en el estado consolidado de resultados integral y que incluyen los resultados del Banco Walmart por el periodo de seis meses que terminó el 30 de Junio de 2015 y los efectos derivados de la venta, se muestran a continuación:

| | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|
| Total ingresos | $ 4,626,799 |
| Costos, gastos e impuestos | ( 3,184,937) |
| Utilidad neta por operaciones discontinuas | $ 1,441,862 |

Los gastos por honorarios legales, de consultoría, asesoría, entre otros, relacionados con la disposición de negocios de las tiendas Suburbia y del Banco Walmart se reconocen en el año en que ocurrieron en el rubro de operaciones discontinuas del estado consolidado de resultados integral.

## 9.- INMUEBLES Y EQUIPO – NETO:

Los inmuebles y equipo al 31 de diciembre de 2016 y 2015 se integran como sigue:

| | Inmuebles y equipo propios | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Diciembre 31, 2014 | Adiciones | Bajas | Traspasos | Efecto por conversión | Diciembre 31, 2015 | Adiciones | Bajas | Traspasos | Efecto por conversión | Diciembre 31, 2016 |
| Terrenos | $ 30,273,600 | $ 194,790 | $ ( 22,389) | $ 390,712 | $ 572,574 | $ 31,409,287 | $ 219,303 | $ ( 94,511) | $ 125,561 | $ 717,108 | $ 32,376,748 |
| Edificios | 47,119,751 | 2,291,570 | ( 170,144) | ( 4,703,460) | 894,800 | 45,432,517 | 1,912,719 | ( 164,395) | 756,793 | 1,746,305 | 49,683,939 |
| Instalaciones y mejoras | 42,483,490 | 2,626,734 | ( 573,547) | 5,982,656 | 862,525 | 51,381,858 | 2,263,358 | ( 543,049) | 285,886 | 821,654 | 54,209,707 |
| Mobiliario y equipo | 52,733,752 | 4,902,570 | ( 1,654,270) | 976,916 | 1,490,134 | 58,449,102 | 5,472,626 | ( 2,022,861) | ( 321,657) | 2,093,722 | 63,670,932 |
| Subtotal | 172,610,593 | 10,015,664 | ( 2,420,350) | 2,646,824 | 3,820,033 | 186,672,764 | 9,868,006 | ( 2,824,816) | 846,583 | 5,378,789 | 199,941,326 |
| Depreciación acumulada | ( 62,451,894) | ( 9,269,521) | 1,308,559 | ( 56,745) | ( 1,165,739) | ( 71,635,340) | ( 9,813,395) | 1,984,913 | 1,976,895 | ( 1,734,524) | ( 79,221,451) |
| Obras en proceso | 3,483,961 | 2,075,568 | ( 78,225) | ( 2,497,005) | 245,746 | 3,230,045 | 3,717,299 | ( 297,503) | ( 3,347,657) | ( 16,560) | 3,285,624 |
| Total | $ 113,642,660 | $ 2,821,711 | $ ( 1,190,016) | $ 93,074 | $ 2,900,040 | $ 118,267,469 | $ 3,771,910 | $ ( 1,137,406) | $ ( 524,179) | $ 3,627,705 | $ 124,005,499 |

| | Inmuebles y equipo en arrendamiento | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Diciembre 31, 2014 | Adiciones | Bajas | Traspasos | Efecto por conversión | Diciembre 31, 2015 | Adiciones | Bajas | Traspasos | Efecto por conversión | Diciembre 31, 2016 |
| Inmuebles | $ 13,699,440 | $ 173,208 | $ ( 441,654) | $ ( 3,904) | $ 249,028 | $ 13,676,118 | $ 1,216,928 | $ ( 123,614) | $ ( 922,005) | $ 321,262 | $ 14,168,689 |
| Mobiliario y equipo | 2,003,767 | 379,000 | - | ( 146,475) | - | 2,236,292 | 241,621 | ( 98,042) | ( 131,276) | - | 2,248,595 |
| Subtotal | 15,703,207 | 552,208 | ( 441,654) | ( 150,379) | 249,028 | 15,912,410 | 1,458,549 | ( 221,656) | ( 1,053,281) | 321,262 | 16,417,284 |
| Depreciación acumulada | ( 3,349,811) | ( 668,249) | 99,829 | 57,011 | ( 96,303) | ( 3,957,523) | ( 662,412) | 202,153 | 466,001 | ( 121,399) | ( 4,073,180) |
| Total | $ 12,353,396 | $ ( 116,041) | $ ( 341,825) | $ ( 93,368) | $ 152,725 | $ 11,954,887 | $ 796,137 | $ ( 19,503) | $ ( 587,280) | $ 199,863 | $ 12,344,104 |
| Gran total | $ 125,996,056 | $ 2,705,670 | $ ( 1,531,841) | $ ( 294) | $ 3,052,765 | $ 130,222,356 | $ 4,568,047 | $ ( 1,156,909) | $ ( 1,111,459) | $ 3,827,568 | $ 136,349,603 |

Al 31 de diciembre de 2016, los inmuebles y equipo neto incluyen $2,315,193 de propiedades de inversión, las cuales se miden inicialmente a su costo de adquisición, incluyendo los costos de la transacción. El ingreso por renta de las propiedades de inversión por el año que terminó el 31 de diciembre de 2016 ascendió a $647,077.

El gasto por depreciación por el año que terminó el 31 de diciembre de 2016 y 2015, ascendió a $10,411,721 ($35,603 de propiedades de inversión) y $9,587,187, respectivamente.

El deterioro de inmuebles por el año que terminó el 31 de diciembre de 2016 y 2015 ascendió a $152,202 y $407,953 respectivamente, y se presenta en la columna de bajas.

Al 31 de diciembre de 2016, en la columna de traspasos se incluye la reclasificación del saldo inicial de los inmuebles y equipo-neto mantenidos para la venta de Suburbia por $2,129,746.

Las obras en proceso están conformadas por inversiones realizadas por la Compañía, principalmente por la construcción de nuevas tiendas; se registran a su costo, una vez concluidas se reclasifican como inmuebles e inician su depreciación.

## 10.- ACTIVOS INTANGIBLES:

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015, los activos intangibles se integran como sigue:

| | Activos Intangibles | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Diciembre 31, 2014 | Adiciones | Bajas | Traspasos | Efecto por conversión | Diciembre 31, 2015 | Adiciones | Bajas | Traspasos | Efecto por conversión | Diciembre 31, 2016 |
| Crédito mercantil | $ 28,020,341 | $ - | $ - | $ - | $ 5,036,987 | $ 33,057,328 | $ - | $ - | $ - | $ 6,363,220 | $ 39,420,548 |
| Marcas | 724,023 | - | - | - | 108,301 | 832,324 | - | - | - | 141,802 | 974,126 |
| Licencias y software | 1,219,187 | 425,320 | ( 191,252) | 975 | 43,774 | 1,498,004 | 746,315 | ( 15,120) | ( 128,728) | 59,478 | 2,159,949 |
| Clientes | 180,124 | - | - | - | 34,792 | 214,916 | - | - | - | 35,450 | 250,366 |
| Patentes | 70,658 | 9,713 | ( 49,513) | - | 7,462 | 38,320 | 3,161 | - | ( 40,485) | ( 996) | - |
| Subtotal | 30,214,333 | 435,033 | ( 240,765) | 975 | 5,231,316 | 35,640,892 | 749,476 | ( 15,120) | ( 169,213) | 6,598,954 | 42,804,989 |
| Amortización acumulada | ( 1,099,314) | ( 179,981) | 156,296 | ( 1,617) | ( 60,057) | ( 1,184,673) | ( 282,337) | 23,088 | 55,768 | ( 77,303) | ( 1,465,457) |
| Total | $ 29,115,019 | $ 255,052 | $ ( 84,469) | $ ( 642) | $ 5,171,259 | $ 34,456,219 | $ 467,139 | $ 7,968 | $ ( 113,445) | $ 6,521,651 | $ 41,339,532 |

Al 31 de diciembre de 2016, en la columna de traspasos se incluye la reclasificación del saldo inicial de los activos intangibles mantenidos para la venta de Suburbia por $ 6,582.

Anualmente la Compañía contrata los servicios profesionales de un perito independiente para realizar el estudio del deterioro del crédito mercantil, el cual es preparado de conformidad con la NIC 36 "Deterioro de 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 negocios y proyecciones de la Compañía utilizado por la alta Dirección para los próximos cinco años.

Como resultado de dicho estudio al 31 de diciembre de 2016 y 2015 la Compañía no presentó deterioro del crédito mercantil.

Las marcas representan aquéllas que fueron adquiridas en la compra de Centroamérica tales como: Palí, Despensa Familiar, Maxi Bodega, entre otras; se convierten al tipo de cambio de cierre y el efecto se reconoce en otras partidas de utilidad integral.

El monto cargado a resultados por concepto de amortización de licencias, software y clientes por el año que terminó el 31 de diciembre de 2016 y 2015, ascendió a $282,014 y $176,708, respectivamente.

## 11.- PARTES RELACIONADAS:

### a) Saldos con partes relacionadas

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015, el estado consolidado de situación financiera incluye los siguientes saldos con partes relacionadas:

| | Diciembre 31, 2016 | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|---|
| Cuentas por pagar a proveedores: | | |
| C.M.A. – U.S.A., L.L.C. (Afiliada) | $ 786,220 | $ 916,863 |
| Global George, LTD. (Afiliada) | 99,005 | 37,618 |
| | $ 885,225 | $ 954,481 |
| Otras cuentas por pagar: | | |
| Wal-Mart Stores, Inc. (Tenedora) | $ 753,643 | $ 640,601 |

Al 31 de diciembre 2016 y 2015, 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.

Todas las operaciones se realizan en condiciones de mercado.

A continuación se presentan los montos de las operaciones con partes relacionadas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2016 y 2015:

| | Diciembre 31, 2016 | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|---|
| Importaciones de mercancía para la venta: | | |
| C.M.A. – U.S.A., L.L.C. (Afiliada) | $ 4,786,947 | $ 4,680,065 |
| Global George, LTD. (Afiliada) | 180,379 | 71,093 |
| | $ 4,967,326 | $ 4,751,158 |
| Asistencia técnica, servicios y regalías: | | |
| Wal-Mart Stores, Inc. (Tenedora) | $ 2,960,241 | $ 2,527,818 |

### c) Remuneraciones a principales funcionarios

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015, las remuneraciones a los principales funcionarios se integran como sigue:

| | Diciembre 31, 2016 | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|---|
| Beneficios a corto plazo | $ 1,281,379 | $ 1,006,727 |
| Beneficios por terminación | 185,724 | 123,429 |
| Beneficios basados en acciones | 77,976 | 97,556 |
| | $ 1,545,079 | $ 1,227,712 |

## 12.- OTRAS CUENTAS POR PAGAR:

El saldo de las otras cuentas por pagar al 31 de diciembre de 2016 y 2015, se integra como sigue:

| | Diciembre 31, 2016 | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|---|
| Pasivos acumulados y otros | $ 11,480,325 | $ 10,959,660 |
| Dividendos | 2,506,349 | 2,488,350 |
| Provisiones | 1,223,328 | 1,179,335 |
| Ingresos diferidos | 958,473 | 857,879 |
| Partes relacionadas (Nota 11) | 753,643 | 640,601 |
| Arrendamiento financiero (Nota 14) | 533,047 | 556,548 |
| | $ 17,455,165 | $ 16,682,373 |

## 13.- COMPROMISOS Y CONTINGENCIAS:

### a) Compromisos

Al 31 de diciembre de 2016, la Compañía tiene compromisos para la adquisición de inventarios e inmuebles y equipo, así como servicios de mantenimiento por $18,144,540 ($13,957,560 en 2015).

### b) Contingencias

#### 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. Los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias del Consejo están integrados exclusivamente por consejeros independientes.

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

Como **WALMEX** divulgó públicamente el 23 de abril de 2012, WMT 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 y de **WALMEX**, en contra de la propia WMT y de **WALMEX**, 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 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 **WALMEX** 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**.

**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.

## 14.- OTROS PASIVOS A LARGO PLAZO:

En el rubro de otros pasivos a largo plazo al 31 de diciembre de 2016 y 2015, se incluyen principalmente las obligaciones a plazo mayor de un año por los contratos de arrendamiento.

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

La Compañía tiene celebrados contratos de arrendamiento de inmuebles con terceros, a plazos forzosos que fluctúan de 1 a 13 años.

Así también la Compañía tiene celebrados contratos de arrendamiento financiero de plantas tratadoras de aguas residuales, y se utilizan para contribuir con las normas de protección ecológica. Los plazos de pago son de 7 y10 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) Valor presente | Valor futuro |
|---|---|---|---|
| 2017 | $ 467,474 | $ 533,047 | $ 1,878,424 |
| 2018 | $ 371,038 | $ 413,548 | $ 1,721,438 |
| 2019 | $ 278,809 | $ 372,686 | $ 1,652,674 |
| 2020 | $ 307,734 | $ 362,113 | $ 1,612,337 |
| 2021 | $ 306,821 | $ 380,503 | $ 1,597,743 |
| 2022 en adelante | $ 1,636,773 | $ 11,548,169 | $ 28,550,026 |

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015, el pasivo derivado de la aplicación del método de línea recta de los arrendamientos operativos asciende a $861,659 y $712,297 respectivamente, de los cuales $40,575 y $26,565 se presentan en el pasivo a corto plazo.

El total de las rentas operativas de inmuebles cargadas a resultados por el año que terminó el 31 de diciembre de 2016 y 2015 ascendió a $5,125,280 y $4,698,570, respectivamente.

## 15.- IMPUESTOS A LA UTILIDAD:

**WALMEX** como sociedad integradora y sus subsidiarias integradas en México, determinan y pagan el impuesto sobre la renta bajo el régimen opcional de integración para grupos de sociedades. Así también, la provisión del impuesto sobre la renta incluye el impuesto de las subsidiarias localizadas en el extranjero, el cuál es determinado de conformidad con las leyes fiscales vigentes de cada país.

Los impuestos aplicados a resultados por el año que terminó el 31 de diciembre de 2016 y 2015, se integran como sigue:

| | Diciembre 31, 2016 | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|---|
| Impuesto causado | $ 11,475,470 | $ 8,715,980 |
| Impuesto diferido | ( 852,474) | 756,706 |
| Total | $ 10,622,996 | $ 9,472,686 |

La conciliación entre la tasa de ley y efectiva por el año que terminó el 31 de diciembre de 2016 y 2015, es como sigue:

| | 2016 | 2015 |
|---|---|---|
| Tasa de Ley | 30.0 % | 30.0 % |
| No deducibles por pagos a empleados exentos de ISR | 0.9 % | 0.9 % |
| Otras partidas | (3.8)% | (2.1)% |
| Tasa efectiva | 27.1 % | 28.8% |

Las tasas de impuesto sobre la renta aplicables a cada país se muestran a continuación:

| | Tasa |
|---|---|
| México | 30% |
| Costa Rica | 30% |
| Guatemala | 25% |
| Honduras | 30% |
| Nicaragua | 30% |
| El Salvador | 30% |

A continuación se presentan los activos y pasivos diferidos generados por las diferencias temporales al 31 de diciembre de 2016 y de 2015:

| | Diciembre 31, 2016 | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|---|
| **Activo diferido** | | |
| Inventarios | $ 767,033 | $ 565,092 |
| Cobros anticipados | 286,957 | 305,603 |
| Obligaciones laborales | 505,439 | 547,287 |
| Otros pasivos a largo plazo | 705,714 | 585,681 |
| Provisiones | 315,159 | 295,599 |
| Estimación para cuentas incobrables | 100,325 | 93,070 |
| Pérdidas fiscales pendientes de amortizar de subsidiarias | 8,468 | 28,208 |
| Otras partidas | 2,010,634 | 1,040,569 |
| | $ 4,699,729 | $ 3,461,109 |
| **Pasivo diferido** | | |
| Inmuebles y equipo | $ 9,621,766 | $ 9,573,657 |
| Pagos anticipados | 290,507 | 186,016 |
| Otras partidas | 571,164 | 27,220 |
| | $ 10,483,437 | $ 9,786,893 |

La Compañía tiene pérdidas fiscales de subsidiarias localizadas en México 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, como sigue:

| Año de expiración | Importe |
|---|---|
| 2020 | $ 45 |
| 2021 | 333 |
| 2022 | 764 |
| 2023 | 330 |
| 2024 | 330 |
| 2025 | 10,708 |
| 2026 | 16,057 |
| | $ 28,567 |

## 16.- BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS:

Anualmente, la Compañía contrata los servicios profesionales de un perito independiente para realizar el estudio actuarial correspondiente a las obligaciones laborales y se prepara de conformidad con la NIC 19 "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. Así mismo, reconoce el pasivo por remuneraciones al término de la relación laboral por retiro. Ambos conceptos se calculan 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 2016 y 2015:

| | Prima de antigüedad | | Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro | |
|---|---|---|---|---|
| | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 |
| Obligaciones por beneficios definidos | $ 856,129 | $ 935,158 | $ 112,401 | $ 123,396 |
| Activos del plan | ( 709,437) | ( 730,709) | - | - |
| Pasivo neto proyectado | $ 146,692 | $ 204,449 | $ 112,401 | $ 123,396 |

Los cambios en el valor presente de la obligación por beneficios definidos (OBD) al 31 de diciembre de 2016 y 2015 se muestran a continuación:

| | Prima de antigüedad | | Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro | |
|---|---|---|---|---|
| | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 |
| OBD al inicio del año | $ 935,158 | $ 855,596 | $ 123,396 | $ 113,410 |
| Costo neto del año cargado a resultados: | | | | |
| - Costo laboral del servicio presente | 140,223 | 128,809 | 8,083 | 7,455 |
| - Costo de intereses sobre OBD | 64,535 | 58,401 | 8,432 | 7,763 |
| Otras partidas de utilidad integral | ( 92,344) | ( 8,207) | ( 17,929) | ( 5,232) |
| Beneficios pagados | ( 123,483) | ( 99,441) | - | - |
| Traspasos | ( 67,960) | - | ( 9,581) | - |
| OBD al final del año | $ 856,129 | $ 935,158 | $ 112,401 | $ 123,396 |

Los cambios en el valor presente de los activos del plan (AP), al 31 de diciembre de 2016 y 2015, se muestran a continuación:

| | Prima de antigüedad | |
|---|---|---|
| | 2016 | 2015 |
| AP al inicio del año | $ ( 730,709) | $ ( 684,207) |
| Rendimiento de los activos del plan | ( 50,223) | ( 46,402) |
| Otras partidas de utilidad integral | 48,465 | 41,187 |
| Aportaciones al plan | ( 145,171) | ( 140,719) |
| Beneficios pagados | 123,438 | 99,432 |
| Traspasos | 44,763 | - |
| AP al final del año | $ ( 709,437) | $ ( 730,709) |

Las técnicas de valuación utilizadas por la Compañía para determinar y revelar el valor razonable de sus instrumentos financieros están basadas en la jerarquía de nivel 1 (datos observables como son los precios cotizados en mercados activos) de conformidad con la NIIF 13, "Medición del valor razonable".

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015, los activos del plan están invertidos a través del fideicomiso en mercado de dinero.

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015, las ganancias/pérdidas actuariales de las obligaciones laborales se reconocen en el rubro de otras partidas de utilidad integral (OCI, por sus siglas en inglés) y ascienden a $73,560 y $116,826 respectivamente.

Centroamérica:

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015, los cambios en el valor presente de la OBD se muestran a continuación:

| | 2016 | 2015 |
|---|---|---|
| OBD al inicio del año | $ 1,301,258 | $ 1,020,105 |
| Costo neto del año cargado a resultados: | | |
| - Costo laboral del servicio presente | 217,997 | 187,372 |
| - Costo de intereses sobre OBD | 122,365 | 94,164 |
| Otras partidas de utilidad integral | ( 241,460) | 34,747 |
| Beneficios pagados | ( 226,333) | ( 194,417) |
| Efecto por conversión | 252,404 | 159,287 |
| OBD al final del año | $ 1,426,231 | $ 1,301,258 |

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015, las ganancias/pérdidas actuariales de las obligaciones laborales se presentan en el OCI y ascienden a $82,102 y $260,851 respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2016, los supuestos utilizados en las valuaciones actuariales de México y Centroamérica son los siguientes:

| | México | | Centroamérica | |
|---|---|---|---|---|
| | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 |
| **Financieros:** | | | | |
| Tasa de descuento | 7.75% | 7.00% | 8.39% - 13.10% | 7.91% - 12.77% |
| Tasa de incremento en salarios | 5.25% | 5.25% | 2.50% - 7.50% | 3.10% - 7.50% |
| Tasa de incremento del salario mínimo | 4.00% | 4.00% | 2.00% - 7.00% | 2.60% - 7.00% |
| Tasa de inflación | 4.00% | 4.00% | 2.00% - 7.00% | 2.00% - 7.00% |
| **Biometría:** | | | | |
| Mortalidad | IMSS-97(1) | IMSS-97(1) | RP-2000(2) | RP-2000(2) |
| Incapacidad | 21.07% | 21.07% | 15.4% | 15.4% |
| Edad de retiro | 60 años | 65 años | 50 – 65 años | 60 – 65 años |

(1) Experiencia del Instituto Mexicano del Seguro Social para hombres y mujeres.
(2) RP-2000 para Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

A continuación se presenta un análisis de sensibilidad de la OBD al 31 de diciembre de 2016.

| | México | Centroamérica |
|---|---|---|
| OBD al 31 de diciembre de 2016 | $ 968,530 | $ 1,426,231 |
| OBD a la tasa de descuento +1% | $ 925,977 | $ 1,680,876 |
| OBD a la tasa de descuento -1% | $ 1,110,024 | $ 1,847,044 |
| Efecto sobre OBD: | | |
| Tasa de descuento +1% | $ ( 84,810) | $ ( 77,817) |
| Tasa de descuento -1% | $ 99,237 | $ 88,350 |

La tasa de descuento en México se determina utilizando la curva de bonos gubernamentales emitidos por el Gobierno Federal conocidos como Bonos M.

## 17.- CAPITAL CONTABLE:

a. En la Asamblea Ordinaria de Accionistas celebrada el 31 de marzo de 2016, se tomaron los siguientes acuerdos:

1. Aprobación de habilitar $3,288,533 como importe máximo para recomprar acciones propias.
2. Cancelación de 44,304,712 acciones provenientes de la recompra de acciones.
3. Decreto de un dividendo ordinario el cual se le pagará al accionista en efectivo a razón de $0.56 pesos por cada acción pagaderos en cuatro exhibiciones de $0.14 pesos cada una los días 26 de abril de 2016, 23 de agosto de 2016, 22 de noviembre de 2016 y el 21 de febrero de 2017; y un dividendo extraordinario que se pagará en efectivo, a razón de $1.12 pesos por acción en dos exhibiciones: $0.64 pesos el día 26 de abril de 2016 y $0.48 pesos el día 22 de noviembre de 2016.

b. En la Asamblea Ordinaria de Accionistas celebrada el 24 de marzo de 2015, se tomaron los siguientes acuerdos:

1. Aprobación de la cantidad máxima que la sociedad utilizará durante 2015 para recomprar acciones propias, la cual asciende a $5,000,000.
2. Cancelación de 114,048,160 acciones provenientes de la recompra de acciones.
3. Incremento a la reserva legal por $1,019,567 con cargo a la cuenta de utilidades acumuladas.
4. Decreto de un dividendo ordinario el cual se le pagará al accionista en efectivo a razón de $0.56 pesos por cada acción pagaderos en cuatro exhibiciones de $0.14 pesos cada una los días 28 de abril de 2015, 25 de agosto de 2015, 24 de noviembre de 2015 y el 23 de febrero de 2016; y un dividendo extraordinario que se pagará en efectivo, a razón de $1.28 pesos por acción en cuatro exhibiciones: $0.64 pesos el día 28 de abril de 2015, $0.13 pesos el día 25 de agosto de 2015, $0.32 pesos el día 24 de noviembre de 2015 y $0.19 pesos por acción el cual quedará sujeto a que se realice la operación de venta del Banco Walmart y se pagará en la fecha y sujeto a los términos que determine el Consejo de Administración.

c. El capital social está representado por acciones de una misma serie que serán nominativas comunes u ordinarias sin expresión de valor nominal, de libre suscripción. El capital social debe estar amparado por un mínimo de 3,000,000,000 (tres mil millones) y un máximo de 100,000,000,000 (cien mil millones) de acciones.

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015, el capital social nominal exhibido y el número de acciones se muestran a continuación:

| Capital social | Importe |
|---|---|
| Mínimo fijo | $ 5,591,362 |
| Variable | 36,935,265 |
| Total | $ 42,526,627 |
| Número de acciones ordinarias, de suscripción libre | 17,461,402,631 |

Durante el año que terminó el 31 de diciembre de 2015, se adquirieron 47,284,712 acciones de **WALMEX** de las cuales 2,980,000 fueron canceladas por acuerdo en la asamblea de accionistas del 24 de marzo de 2015, dicha recompra implicó reducir el capital social histórico en $115,149. 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 10 y 78 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015, el monto total de las cuentas fiscales relacionadas con el capital contable ascienden a $85,708,879 y $94,297,267 respectivamente, de acuerdo con las disposiciones fiscales vigentes a partir del 1 de enero de 2014.

Adicionalmente las personas físicas residentes en México y los residentes en el extranjero (personas físicas o morales), están sujetos al pago del impuesto sobre la renta a una tasa adicional del 10% sobre los dividendos o utilidades distribuidos por las personas morales residentes en México. Estas últimas están obligadas a retener el impuesto para enterarlo al fisco federal. El impuesto a la tasa adicional del 10% mencionado, sólo será aplicable a las utilidades generadas a partir del ejercicio 2014; para estos efectos, la persona moral está obligada a llevar una CUFIN con las utilidades generadas hasta el 31 de diciembre de 2013. Del saldo de esta cuenta se restarán los dividendos que se paguen a partir del 1 de enero de 2014 y una vez agotado dicho saldo se empezará a retener el impuesto a la tasa adicional del 10%. Al 31 de diciembre de 2016 la Compañía ya no cuenta con un saldo de CUFIN con las utilidades generadas al 31 de diciembre de 2013 ($19,080,323 en 2015).

e. Al 31 de diciembre de 2016, la reserva legal de la Compañía asciende a $9,104,745 que representa el 20% del capital social, mismo que de acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles de México, ha alcanzado el porcentaje máximo de su constitución.

f. El fondo para el plan de acciones al personal está constituido por 205,007,633 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 2016 y 2015 asciende a $270,416 y $298,498 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 31 de diciembre de 2014** | 232,626,838 | 28.70 |
| Asignadas | 44,185,575 | 35.91 |
| Ejercidas | ( 56,630,756) | 21.78 |
| Canceladas | ( 14,037,608) | 34.28 |
| **Saldo al 31 de diciembre de 2015** | 206,144,049 | 31.77 |
| Asignadas | 43,004,673 | 40.25 |
| Ejercidas | ( 35,404,131) | 27.92 |
| Canceladas | ( 14,526,525) | 37.09 |
| **Saldo al 31 de diciembre de 2016** | 199,218,066 | 33.90 |

| Acciones disponibles para asignación: | |
|---|---|
| Al 31 de diciembre de 2016 | 5,789,567 |
| Al 31 de diciembre de 2015 | 12,142,715 |

Al 31 de diciembre de 2016, 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) |
| 2007 | 5,917,357 | 0.2 | 21.54 | 21.54 | 5,917,357 | 21.54 |
| 2008 | 9,252,938 | 1.2 | 19.35 | 19.35 | 9,252,938 | 19.35 |
| 2009 | 11,248,143 | 2.2 | 15.85 | 15.85 – 19.00 | 11,248,143 | 15.85 |
| 2010 | 12,316,434 | 3.2 | 29.70 | 29.69 – 31.05 | 12,316,434 | 29.70 |
| 2011 | 13,832,187 | 4.2 | 33.75 | 33.70 – 33.75 | 13,832,187 | 33.75 |
| 2012 | 21,277,431 | 5.2 | 39.70 | 34.74 – 40.05 | 16,389,209 | 39.69 |
| 2013 | 22,409,087 | 6.2 | 39.22 | 39.17 – 41.89 | 11,820,745 | 39.22 |
| 2014 | 31,585,233 | 7.2 | 30.84 | 30.84 – 39.17 | 8,791,223 | 30.84 |
| 2015 | 31,860,289 | 8.2 | 36.07 | 30.50 – 36.07 | 4,584,765 | 36.07 |
| 2016 | 39,518,967 | 9.2 | 40.18 | 40.14 – 42.63 | - | - |
| Total | 199,218,066 | 6.2 | 33.89 | | 94,153,001 | 30.46 |

## 18.- OTROS INGRESOS:

Al 31 de diciembre de 2016 y 2015, los otros ingresos que forman parte de la actividad principal de la Compañía se integran como sigue:

| | Diciembre 31, 2016 | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|---|
| Membresías | $ 1,312,042 | $ 1,218,007 |
| Rentas | 1,289,258 | 1,163,210 |
| Venta de desperdicio | 452,804 | 417,427 |
| Comisiones por servicios | 291,062 | 280,783 |
| Gasolina | 215,172 | 228,349 |
| Estacionamiento | 87,596 | 56,280 |
| Otros | 164,773 | 86,673 |
| Total | $ 3,812,707 | $ 3,450,729 |

## 19.- GASTOS GENERALES:

Los gastos generales incluyen principalmente, costos de personal, depreciación y amortización, rentas, publicidad, mantenimiento, servicios públicos, regalías y asistencia técnica.

## 20.- INGRESOS Y GASTOS FINANCIEROS:

Los ingresos y gastos financieros al 31 de diciembre de 2016 y 2015, se integran como sigue:

| | Diciembre 31, 2016 | Diciembre 31, 2015 |
|---|---|---|
| **Ingresos financieros** | | |
| Productos financieros | $ 601,577 | $ 1,096,537 |
| Utilidad por fluctuación cambiaria | 559,390 | 222,342 |
| Utilidad por cambios en el valor razonable de los derivados | 160,172 | 447 |
| | $ 1,321,139 | $ 1,319,326 |
| **Gastos financieros** | | |
| Intereses arrendamiento financiero | $ (1,270,826) | $ (1,126,237) |
| Pérdida por fluctuación cambiaria | ( 181,216) | ( 98,719) |
| Pérdida por cambios en el valor razonable de los derivados | ( 150,863) | - |
| Otros gastos financieros | ( 41,099) | ( 5,638) |
| | $ (1,644,004) | $ (1,230,594) |

Los productos financieros incluyen principalmente los intereses ganados por inversión. Adicionalmente, en 2015 incluyen los ingresos por factoraje.

## 21.- 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 segmentos por zona geográfica:

### México:

Operación de tiendas de descuento, hipermercados, tiendas de precios al mayoreo con membresías y supermercados, las cuales se encuentran en la República Mexicana.

### Centroamérica:

Operación de tiendas de descuento, supermercados, hipermercados y bodegas, las cuales se encuentran en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

A continuación se muestra la información financiera de los segmentos:

| | Año que terminó el 31 de diciembre de 2016 | | | |
|---|---|---|---|---|
| Segmento | Total Ingresos | Utilidad de operación | Gastos financieros -neto | Utilidad antes de impuestos a la utilidad |
| México | $ 433,025,350 | $ 33,645,606 | $ ( 288,838) | $ 33,356,768 |
| Centroamérica | 99,358,733 | 5,809,529 | ( 34,027) | 5,775,502 |
| Consolidado | $ 532,384,083 | $ 39,455,135 | $ ( 322,865) | $ 39,132,270 |

| | Año que terminó el 31 de diciembre de 2015 | | | |
|---|---|---|---|---|
| Segmento | Total Ingresos | Utilidad de operación | Gastos financieros -neto | Utilidad antes de impuestos a la utilidad |
| México | $ 396,792,063 | $ 28,977,970 | $ ( 15,496) | $ 28,962,474 |
| Centroamérica | 79,118,498 | 3,850,152 | 104,228 | 3,954,380 |
| Consolidado | $ 475,910,561 | $ 32,828,122 | $ 88,732 | $ 32,916,854 |

| Año que terminó el 31 de diciembre de 2016 | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Segmento | Adquisiciones de inmuebles y equipo | Depreciación y amortización | Total activo | Pasivos a corto plazo |
| México | $ 9,270,784 | $ 8,435,439 | $ 185,180,769 | $ 73,537,507 |
| Disponibles para la venta | - | - | 11,628,894 | 3,951,542 |
| Centroamérica | 5,063,997 | 2,258,296 | 51,700,091 | 16,467,773 |
| Crédito mercantil | - | - | 39,420,548 | - |
| Consolidado | $ 14,334,781 | $ 10,693,735 | $ 287,930,302 | $ 93,956,822 |

| Año que terminó el 31 de diciembre de 2015 | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Segmento | Adquisiciones de inmuebles y equipo | Depreciación y amortización | Total activo | Pasivos a corto plazo |
| México | $ 8,481,147 | $ 8,225,062 | $ 182,421,703 | $ 64,945,080 |
| Centroamérica | 4,045,118 | 1,799,667 | 38,171,088 | 12,364,273 |
| Crédito mercantil | - | - | 33,057,328 | - |
| Consolidado | $ 12,526,265 | $ 10,024,729 | $ 253,650,119 | $ 77,309,353 |

Al 31 de diciembre de 2016, los activos y pasivos disponibles para la venta corresponden a la división de las tiendas Suburbia.

## 22.- APROBACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS:

Los estados financieros consolidados y sus notas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2016 y 2015, fueron aprobados por la Administración y por el Consejo de Administración de la Compañía el 15 de febrero de 2017, y están sujetos a la aprobación de la Asamblea de Accionistas.

# GLOSARIO

| | |
|---|---|
| **ADR** | American Depositary Receipt |
| **ANTAD** | Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales |
| **Asociado** | Colaborador de Walmart de México y Centroamérica |
| **BAE** | Bodega Aurrerá Express |
| **BMV** | Bolsa Mexicana de Valores |
| **Bodegas y tiendas de descuento** | Tiendas de autoservicio austeras que ofrecen mercancía básica, alimentos y artículos para el hogar al mejor precio |
| **BPAyD** | Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución |
| **CAM** | Centroamérica |
| **CAP** | Contaminantes del Aire Peligrosos |
| **CDP** | Carbon Disclosure Project |
| **Centro de distribución/ Cedis** | Instalación donde se recibe mercancía de los proveedores y se distribuye a cada tienda |
| **Cetes** | Títulos de crédito al portador emitidos por el Gobierno Federal |
| **Clubes de precio** | Tiendas con membresía, enfocadas en negocios y consumidores que compran a los mejores precios |
| **$CO_2eq$** | Dióxido de carbono equivalente |
| **Cofepris** | Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios |
| **COP** | Contaminantes Orgánicos Persistentes |
| **EBITDA** | Flujo operativo equivalente a la utilidad de operación antes de ingresos financieros, amortización, depreciación e impuestos |
| **GAP** | Good Aquaculture Practices |
| **GEI** | Gases de Efecto Invernadero |
| **GFSI** | Global Food Safety Initiative |

| | |
|---|---|
| **GRI** | *Global Reporting Initiative* |
| **IPC** | Índice de Precios y Cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores |
| **ISR** | Impuesto sobre la Renta |
| **LED** | Diodo emisor de luz |
| **NFL** | Liga de Futbol Americano Profesional de Estados Unidos |
| **$NO_x$** | Óxidos de nitrógeno |
| **NOM** | Normas Oficiales Mexicanas |
| **ONG** | Organización no Gubernamental |
| **Partículas PM** | Partículas con diámetro aerodinámico menor que 10 micras |
| **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 |
| **Profeco** | Procuraduría Federal del Consumidor |
| **Pymes** | Pequeñas y medianas empresas |
| **$SO_x$** | Óxidos de Azufre |
| **SSA** | Secretaría de Salud |
| **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 |
| **VOC** | Compuestos Orgánicos Volátiles |
| **Walmart** | Tiendas de autoservicio que ofrecen el más amplio surtido de mercancía; desde abarrotes y perecederos, hasta ropa y mercancías generales |
| **Walmex** | Clave de pizarra de Wal-Mart de México S.A.B. de C.V. |

# estrategia de responsabilidad **CORPORATIVA**

G4-19, G4-20, G4-21, G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

Para la compañía, la Responsabilidad Corporativa es parte de nuestra filosofía de trabajo. Nuestro compromiso es hacer lo correcto, actuando conforme a nuestros principios en nuestro operar diario. Nos mantenemos en un proceso de mejora continua para garantizar un desempeño sólido en los temas sociales, ambientales y de gobierno corporativo.

Somos una compañía que invierte consistentemente en la región y logramos así un impacto positivo y sustentable en beneficio de todos nuestros grupos de interés: clientes, asociados, proveedores, comunidad y accionistas; con el fin de asegurar que generamos valor a la sociedad y al medioambiente.

En 2014 actualizamos nuestro estudio de Materialidad para alinear nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa. Dicho estudio dio como resultado once aspectos materiales estratégicos, siete relevantes y dos no materiales, ayudándonos a establecer prioridades y metas claras en los últimos años.

Al definir los objetivos estratégicos y diseñar planes de acción concretos, no nos basamos únicamente en nuestro punto de vista interno y nuestras propias experiencias. Tomamos en cuenta los intereses y la experiencia de nuestros grupos de interés y expertos externos. El intercambio regular con ellos tiene una alta prioridad estratégica para nosotros, ya que contribuye a crear una mejor base para la toma de decisiones. El diálogo nos sirve para identificar sus necesidades en relación con nuestras actividades, abordar los temas relevantes y comprobar continuamente los objetivos que perseguimos y así reforzar la confianza en nuestra empresa.

Nuestras acciones son evaluadas por nuestros grupos de interés, dichas evaluaciones son una fuente importante de motivación para nosotros y nos sirven como una herramienta de gestión, ya que nos indican nuestro progreso y nos ayudan a identificar las áreas de oportunidad. Las evaluaciones externas confirman que vamos por buen camino: por primer año, fuimos incluidos en el FTSE4GoodEmerging Index en su reciente creación; asimismo, por quinto año consecutivo, somos miembros del Índice de Sustentabilidad de Mercados Emergentes de Dow Jones y del IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores.

## LINEAMIENTOS GRI G4-18

Éste informe fue estructurado siguiendo los principales lineamientos publicados por el *Global Reporting Initiative (GRI)*. En Walmart de México y Centroamérica buscamos dar continuidad a la publicación clara y transparente de nuestro desempeño y en esta edición publicamos bajo la Guía G4, de acuerdo al principio de exhaustividad.

## ALCANCE

Este informe plasma el desempeño de todos los formatos de negocio de Walmart de México y Centroamérica en los 6 países donde operamos, en la misma línea, la cobertura incluye la operación de nuestras unidades, centros de distribución y oficinas.

## PERIODO

La información incluida en este reporte, corresponde al periodo comprendido del 1° de enero al 31 de diciembre de 2016.

## EN ESTE INFORME PRESENTAMOS LAS ACCIONES Y LOS AVANCES QUE HEMOS LOGRADO HASTA EL MOMENTO, EN NUESTROS EJES PRIORITARIOS:

Creación de oportunidades para
**NUESTROS ASOCIADOS Y PROVEEDORES**

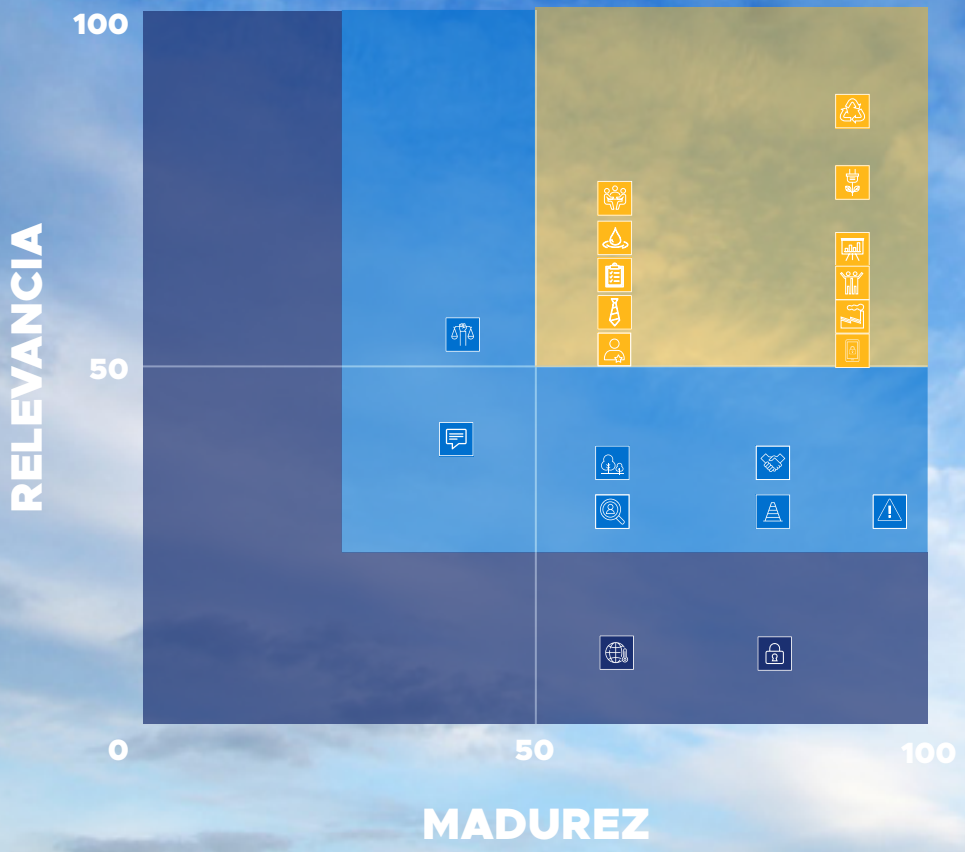
**SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL**
en nuestras operaciones y en la cadena de suministro

Compromiso con
**NUESTRA COMUNIDAD Y CLIENTA**

Con las mejores prácticas de
**GOBIERNO CORPORATIVO**

G4-19, G4-20, G4-21, G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

# MATERIALIDAD




## ESTRATEGIAS MATERIALES

- Residuos
- Energía
- Desarrollo de la cadena de suministro
- Agua
- Desarrollo de asociados
- Empleo y condiciones laborales
- Gobierno corporativo
- Diversidad e igualdad de oportunidades
- Emisiones
- Evaluación de la cadena de suministro
- Servicio y protección al cliente

## RELEVANTES

- Derechos humanos
- Diálogo con grupos de interés
- Biodiversidad
- Compromiso con las comunidades locales
- Ética y cumplimiento/ anticorrupción
- Salud y seguridad en el trabajo
- Manejo de crisis y gestión de riesgos

## NO MATERIALES

- Cambio climático
- Privacidad del cliente

G4-19, G4-20, G4-21, G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

# ÍNDICE GRI G4

| INDICADOR | CONTENIDO | PÁGINAS | VERIFICACIÓN EXTERNA** |
|---|---|---|---|
| | Estrategia y análisis | 3-11 | NO |
| | Perfil de la organización | 31 | NO |
| | Parámetros de la memoria | 175-177 | NO |
| | Alcance y cobertura de la memoria | 175-177 | NO |
| | Gobierno, compromisos y participación | 112-122 | NO |
| **ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA** | | | |
| **G4-17** | Entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes | 38, 39, 44, 45 | SI |
| **G4-18*** | Descripción del proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria | 175 | NO |
| **G4-19** | Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria | 175-177 | NO |
| **G4-20** | Cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material | 175-177 | NO |
| **G4-21** | Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material | 175-177 | NO |
| **G4-22** | Descripción de las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas | 45 | NO |
| **G4-23** | Cambios significativos en el alcance, la cobertura o los métodos de cálculo | No hubo cambios significativos | NO |
| **PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS** | | | |
| **G4-24** | Grupos de interés vinculados a la organización | 175-177 | NO |
| **G4-25** | Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete | 175-177 | NO |
| **G4-26** | Participación de los grupos de interés (frecuencia) | 175-177 | NO |
| **G4-27** | Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y descripción de la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria | 175-177 | NO |
| **ECONÓMICO** | | | |
| **EC1** | Valor económico directo generado y distribuido | 38-45 | SI |
| **EC2** | Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático | 103 | SI |
| **EC3** | Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones | 51-53, 58, 88 | SI |
| **EC4** | Ayudas económicas otorgadas por entes de gobierno | Para el ejercicio fiscal 2015, cuya declaración se presentó en marzo 2016, se aplicó el estímulo fiscal previsto en el artículo 186, segundo párrafo, de la Ley del Impuesto sobre la Renta. Derivado de la aplicación de este estímulo fiscal, Walmart de México tuvo un beneficio económico por la cantidad de 4.8 millones de pesos | SI |
| **EC5** | Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas | 58 | SI |
| **EC6** | Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas | 55 | SI |
| **EC7** | Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios | No aplica | SI |
| **EC8** | Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos | 63-66 | SI |
| **EC9** | Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales | 63-66 | SI |

* Walmex no reporta el proceso completo de definición del contenido en el informe, debido a que es un proceso interno de trabajo con todas las áreas de la empresa, dicha información está sujeta a restricciones específicas de confidencialidad.
** Verificación externa en proceso.

# ÍNDICE GRI G4

| INDICADOR | CONTENIDO | PÁGINAS | VERIFICACIÓN EXTERNA** |
|---|---|---|---|
| **Ambiental** | | | |
| **EN1** | Materiales por peso o volumen | 110 | SI |
| **EN2** | Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados | 110 | SI |
| **EN3** | Consumo enérgetico interno | 97-99 | SI |
| **EN4** | Consumo energético externo | No disponible | SI |
| **EN5** | Intensidad energética | 98 | SI |
| **EN6** | Reducción del consumo energético | 96-97<br>El método de cálculo utilizado para determinar la reducción en el consumo de energía consiste en la suma total del consumo eléctrico de acuerdo con la facturación del año de reporte, comparado con el consumo del año inmediato anterior de tiendas comparables al tener los mismos meses de facturación. | SI |
| **EN7** | Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios | 97, 99 | SI |
| **EN8** | Captación total de agua según la fuente | 108<br>Algunos de los volúmenes son estimados por falta de recibos de consumo. Los volúmenes de reutilización son estimados por las empresas que operan las plantas de tratamiento. | SI |
| **EN9** | Fuentes de agua que han sido afectadas por la captación de agua | 97 | SI |
| **EN10** | Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada | 108 | SI |
| **EN11** | Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad | 111 | SI |
| **EN12** | Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de diversidad biológica no protegidas derivados de las actividades, productos y los servicios | 111 | SI |
| **EN13** | Hábitats protegidos o restaurados | Contamos con diferentes iniciativas de voluntariado con el fin de proteger o restaurar distintos hábitats. En México, llevamos a cabo 199 actividades en arroyos, bosques, campos, cerros, jardines, lagunas, parques, playas, presas y zoológicos de reforestación, mantenimiento y limpieza; ejemplo es que reforestamos el Cerro del Jaguey en Chapala, Jalisco. En Centroamérica, plantamos más de 8,700 árboles; un ejemplo en Guatemala, se realizó una campaña de reciclaje y reforestación, logrando casi 7 hectáreas reforestadas. | SI |
| **EN14** | Número de especies incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie | No disponible | SI |
| **EN15** | Emisiones directas de GEI (Alcance 1) | 101 | NO |
| **EN16** | Emisiones indirectas de GEI al generar energía (Alcance 2) | 101 | NO |
| **EN17** | Otras emisiones indirectas de GEI (Alcance 3) | 101 | NO |
| **EN18** | Intensidad de las emisiones de GEI | 101 | NO |
| **EN19** | Reducción de las emisiones de GEI | 100 | NO |

** Verificación externa en proceso.

# ÍNDICE GRI G4

| INDICADOR | CONTENIDO | PÁGINAS | VERIFICACIÓN EXTERNA** |
|---|---|---|---|
| **EN20** | Emisiones de sustancias que agotan el ozono | 100 | NO |
| **EN21** | NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas | 100<br>Las emisiones atmosféricas por transportaciones de residuos en México, no están definidavs por falta de factor de emisión nacional. | NO |
| **EN22** | Vertimiento total de aguas, según su naturaleza y destino | 108 | SI |
| **EN23** | Peso total de residuos, según tipo y método de tratamiento | 93 | SI |
| **EN24** | Número y volumen totales de los derrames significativos | En México, tuvimos dos derrames de diésel significativos. En Chihuahua de 1,350 litros y en Puebla de 3,250 litros por fallas en la manguera de nivel, flotadores, válvulas y/o tubería.<br><br>En Centroamérica, tuvimos 27 eventos de derrames o fugas de productos químicos, ninguno resultó en impactos serios para el negocio o acciones por parte de las autoridades (multas o sanciones). De estos eventos el 68%, corresponde a fugas de gas LP, la mayoría a consecuencia de cilindros con problemas. | SI |
| **EN25** | Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III y VIII del Convenio de Basilea[2], y porcentaje de residuos transportados internacionalmente | 93 | SI |
| **EN26** | Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos y escorrentía de la organización informante | No aplica | SI |
| **EN27** | Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios | 105 | SI |
| **EN28** | Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se regeneran al final de su vida útil, por categorías de productos | 105 | SI |
| **EN29** | Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental | 1.2 millones de pesos para el pago de 25 multas | SI |
| **EN30** | 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 | 100, 102 | SI |
| **EN31** | Desglose de los gastos e inversiones para la protección del medio ambiente | 102 | SI |
| **EN32** | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales | 67-71 | SI |
| **EN33** | Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto | 67-71 | SI |
| **EN34** | Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación | 9 reclamacinones por ruido resueltas | SI |

** Verificación externa en proceso.

# ÍNDICE GRI G4

| INDICADOR | CONTENIDO | PÁGINAS | VERIFICACIÓN EXTERNA** |
|---|---|---|---|
| **Prácticas laborales y trabajo digno** | | | |
| **LA1** | Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por edad, sexo y región | 56 | SI |
| **LA2** | Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad | 53 | SI |
| **LA3** | Regreso al trabajo y tasas de retención después de un permiso de maternidad/paternidad por género | 52 | SI |
| **LA4** | Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos | La ley no contempla esta figura | SI |
| **LA5** | Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral | 61 | SI |
| **LA6** | Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo | 61 | SI |
| **LA7** | Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad | 61 | SI |
| **LA8** | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos | Cumplimos con la legislación laboral | SI |
| **LA9** | Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laborada | 46, 50, 62 | SI |
| **LA10** | Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales | 47-50 | SI |
| **LA11** | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional | 50 | SI |
| **LA12** | Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad | 55 | SI |
| **LA13** | Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad | 55 | SI |
| **LA14** | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales | 67-71 | SI |
| **LA15** | Impactos negativos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto | 67-71 | SI |
| **LA16** | Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación | 58 | SI |
| **Derechos humanos** | | | |
| **HR1** | Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos | 67-71 | SI |
| **HR2** | Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados | 54 | SI |
| **HR3** | Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas | 117 | SI |
| **HR4** | Identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos | 58, 67-71 | SI |
| **HR5** | Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil | 58, 67-71 | SI |
| **HR6** | Centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso | 58, 67-71, 117 | SI |
| **HR7** | Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o los procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones | 117 | SI |
| **HR8** | Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas | No disponible | SI |
| **HR9** | Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos | 117 | SI |
| **HR10** | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos | 67-71 | SI |

** Verificación externa en proceso.

# ÍNDICE GRI G4

| INDICADOR | CONTENIDO | PÁGINAS | VERIFICACIÓN EXTERNA** |
|---|---|---|---|
| **HR11** | Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas | 67-71 | SI |
| **HR12** | Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación | 117 | SI |
| **Sociedad** | | | |
| **SO1** | Operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local | 79-88 | SI |
| **SO2** | Centros de operaciones con impactos negativos significativos, reales o potenciales, sobre las comunidades locales | En México hubo 94 reclamaciones de impacto social, atendidas por el área de apoyo a la comunidad | SI |
| **SO3** | Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados | 119 | SI |
| **SO4** | Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción | 119 | SI |
| **SO5** | Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas | Informe de los Auditores Independientes, Nota 13, inciso c Procedimientos Legales, páginas 162-163 | SI |
| **SO6** | Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario | 119 | SI |
| **SO7** | Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados | 119 | SI |
| **SO8** | Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa | No se reportan multas significativas | SI |
| **SO9** | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social | 67-71, 119 | SI |
| **SO10** | Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas | 67-71, 119 | SI |
| **SO11** | Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación | 67-71, 117 En México hubo 94 reclamaciones de impacto social, atendidas por el área de apoyo a la comunidad | SI |
| **Responsabilidad de producto** | | | |
| **PR1** | Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras | 72-78 | SI |
| **PR2** | Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes | 76 | SI |
| **PR3** | Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos | 77 | SI |
| **PR4** | Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes | 78 | SI |
| **PR5** | Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes | 26-27, 66 | SI |
| **PR6** | Venta de productos prohibidos o en litigio | 78 | SI |
| **PR7** | Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado | 78 | SI |
| **PR8** | Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes | 119 | SI |
| **PR9** | Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios | 78 | SI |

** Verificación externa en proceso.

información para

# INVERSIONISTAS

**MERCADO DE COTIZACIÓN**
Bolsa Mexicana de Valores

**RELACIÓN CON INVERSIONISTAS**
Pilar de la Garza Fernández del Valle
pilar.de@walmart.com
Teléfono
+52 55 5283 0289

**RESPONSABILIDAD CORPORATIVA**
María Gisela Noble
gisela.noble@walmart.com
Teléfono
+52 55 5283 0100, ext. 18106

**PROGRAMA PATROCINADO DE ADR**
Correspondencia de accionistas:
BNY Mellon Shareowner Services
P.O. Box 30170
College Station, Texas 77842-3170

**CORRESPONDENCIA INMEDIATA:**
BNY Mellon Shareowner Services
211 Quality Circle, Suite 210
College Station, Texas 77845
+1 888 218 4375

shrrelations@cpushareownerservices.com
www.mybnymdr.com

**CLAVE DE COTIZACIÓN**
Bolsa Mexicana de Valores
WALMEX*

**PROGRAMA PATROCINADO DE ADR**
WMMVY

**INTERNATIONAL OT CQX**
MARKET TIER
WMMVY

**BLOOMBERG**
WALMEX* MM
WMMVY US

**REUTERS**
WALMEX.Mx
WMMVY.Pk

**OFICINAS CORPORATIVAS**
Blvd. M. Ávila Camacho 647
Colonia Periodista
Delegación Miguel Hidalgo
11220 Ciudad de México
Tel.: (52) 55 5283 0100
**walmartmexicoycam.com**
**walmex.mx**

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 SOCIALMENTE RESPONSABLE ®

FTSE4Good

MEMBER OF Dow Jones Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM

**WalmartdeMexicoyCentroamerica**
**@WalmartMXyCAM**
**WalmartMXyCAM**