

LA OPORTUNIDAD: de seguir creciendo juntos

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





CLIENTES Y SOCIOS SATISFECHOS

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



REGLA DE ORO



EL CLIENTE
SIEMPRE TIENE LA RAZÓN



MEJORAMOS LA EXPERIENCIA DE NUESTROS CLIENTES Y SOCIOS

GRI 102-43

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



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

**100%**

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

**+ 21,300,000**

encuestas aplicadas a nuestros clientes y socios de la región



Resultados México

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

Autoservicio

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

Sam's Club

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

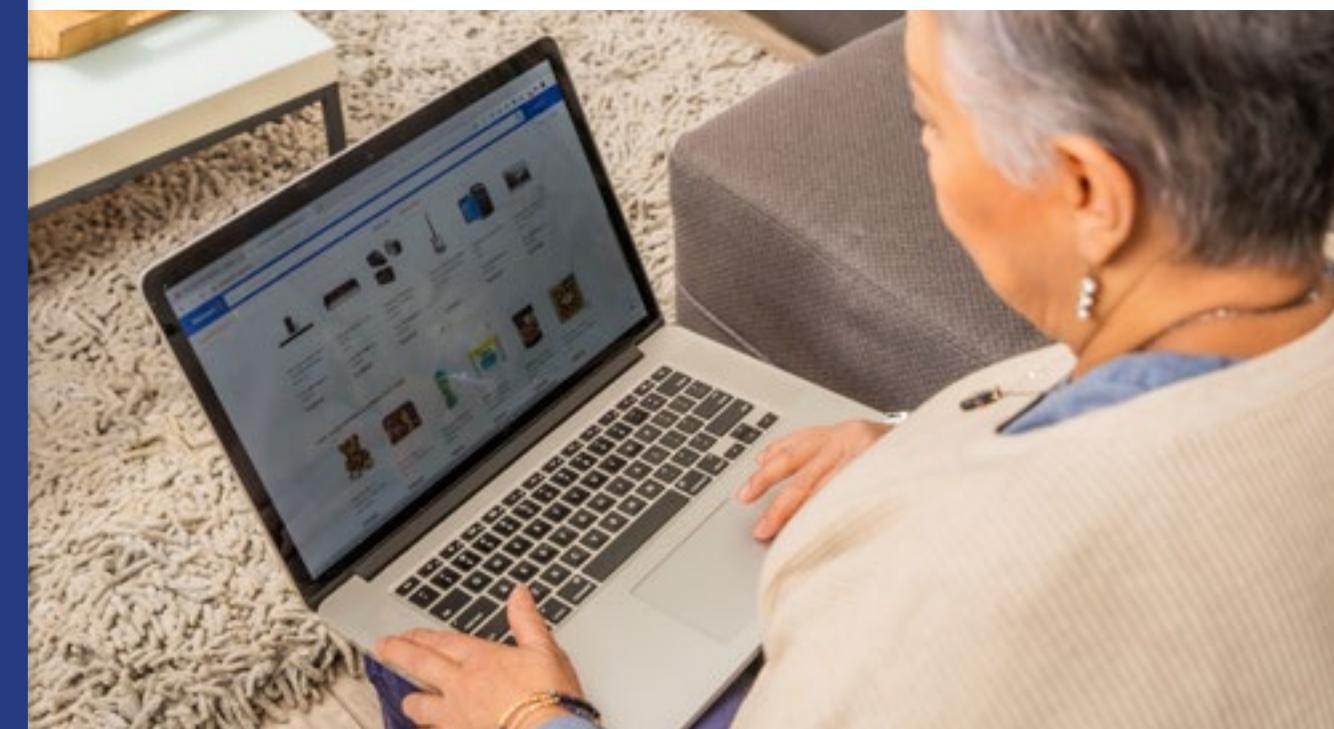
eCommerce

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



Centroamérica

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





NOS TRANSFORMAMOS PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES

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

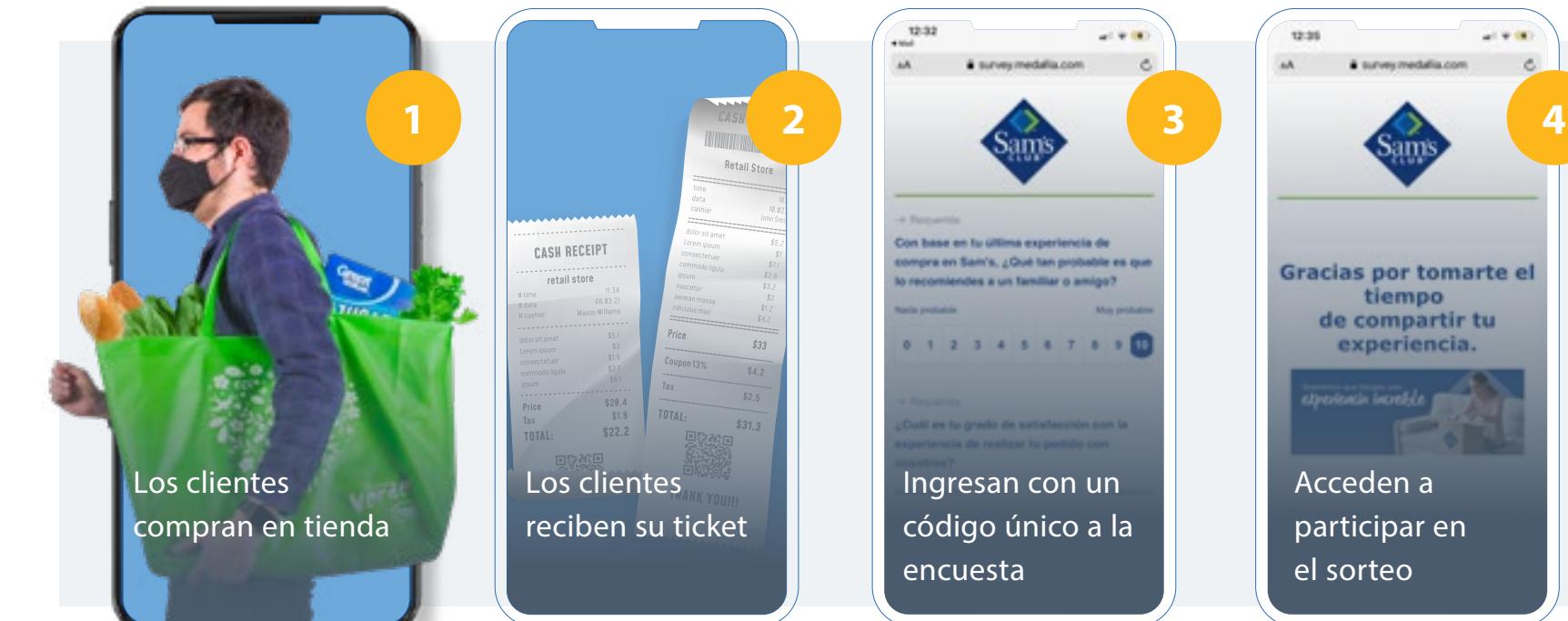
Esta metodología contempla un cuestionario, el cual evalúa seis variables que explican la satisfacción: limpieza rápida, amigable, calidad, precio y surtido, así como NPS (*Net Promoter Score*) y Satisfacción. El cambio y lanzamiento de la nueva metodología ha sido paulatino.

CUSTOMER EXPERIENCE

ECOMMERCE



COMPRA EN TIENDA O CLU



CANALES DE COMUNICACIÓN

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

Los medios de comunicación con los que contamos son:

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

ENTENDIMIENTO DE NUESTROS CLIENTES Y SOCIOS

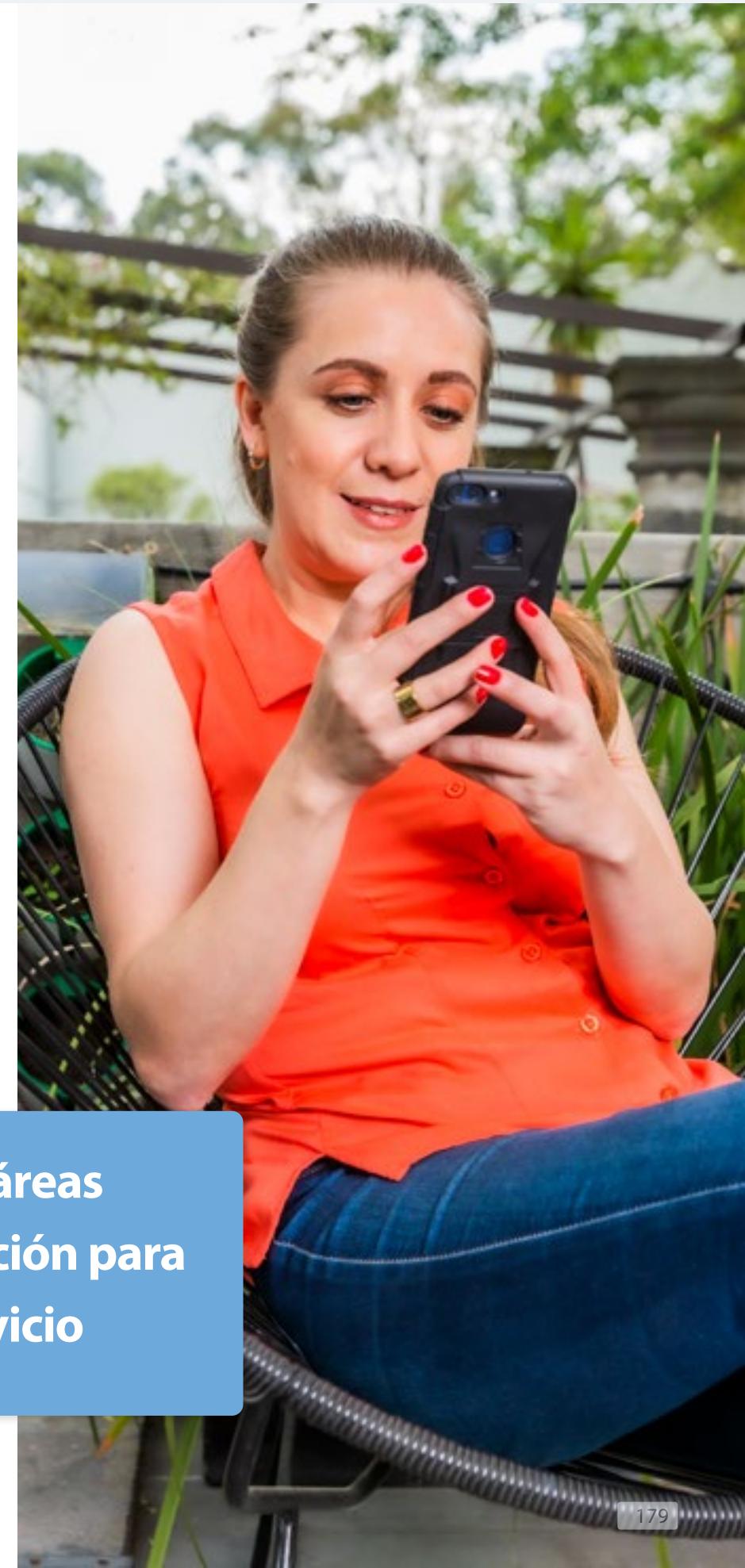
A raíz de la pandemia, desarrollamos ciertas herramientas que nos permitieron tener un conocimiento exhaustivo del comportamiento de nuestros clientes y socios, tales como el cambio en sus hábitos y la frecuencia de compra, con el fin de poder otorgarles un mejor servicio.

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

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



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



PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

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

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

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

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

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



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



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

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

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

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

ETIQUETADO

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

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

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

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

Los principales requerimientos de etiquetado son:



Origen de los componentes del producto o servicio



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



Instrucciones de seguridad del producto o servicio



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



GRI 417-3

**Etiquetado**
México**1,319**
etiquetas validadas**52**
incidentes de etiquetado**41**
con resultado en multa o sanción**41**
procesos de la autoridad por incumplimiento**2,136**
visitas de la autoridad sanitaria y de
protección al consumidor

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

**Etiquetado**
Centroamérica

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

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

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

763

visitas regulatorias para revisar cumplimiento de normativa y requisitos de etiquetado

2

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

**Mercadeo responsable**
México**8**
incidentes de mercadotecnia**8**
con resultado en multa o sanción**Mercadeo responsable**
Centroamérica**33**

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

6

con resultado en multa o sanción



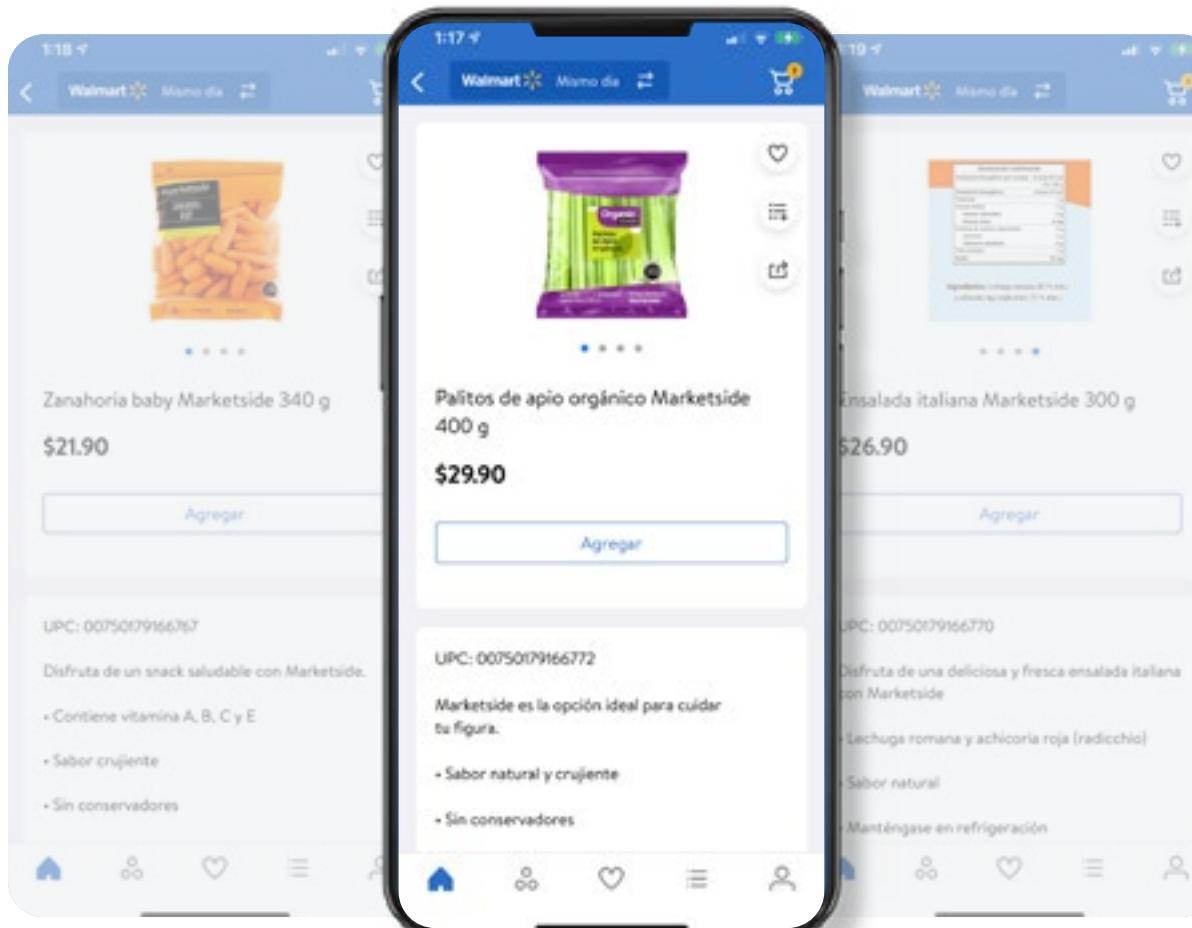
PROMOVEMOS UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

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



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

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



Nuestra oferta de productos saludables y nutritivos sigue aumentando

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



OFRECEMOS PRODUCTOS SALUDABLES

A través de nuestro equipo especializado en comunicación de mercadotecnia responsable, trabajamos para asegurar la transparencia en el contenido nutrimental de los productos, así como en la innovación de productos y la mejora de perfiles nutrimentales a través de las reducciones de sodio, grasas y azúcar, entre otros aspectos.



4^a Carrera Superama



Carrera Corre Con Sentido



FOMENTAMOS LA ACTIVIDAD FÍSICA

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

EDUCAMOS A NUESTROS CLIENTES

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

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



EDUCAMOS A NUESTROS CLIENTES

MÉXICO PONTE BIEN

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

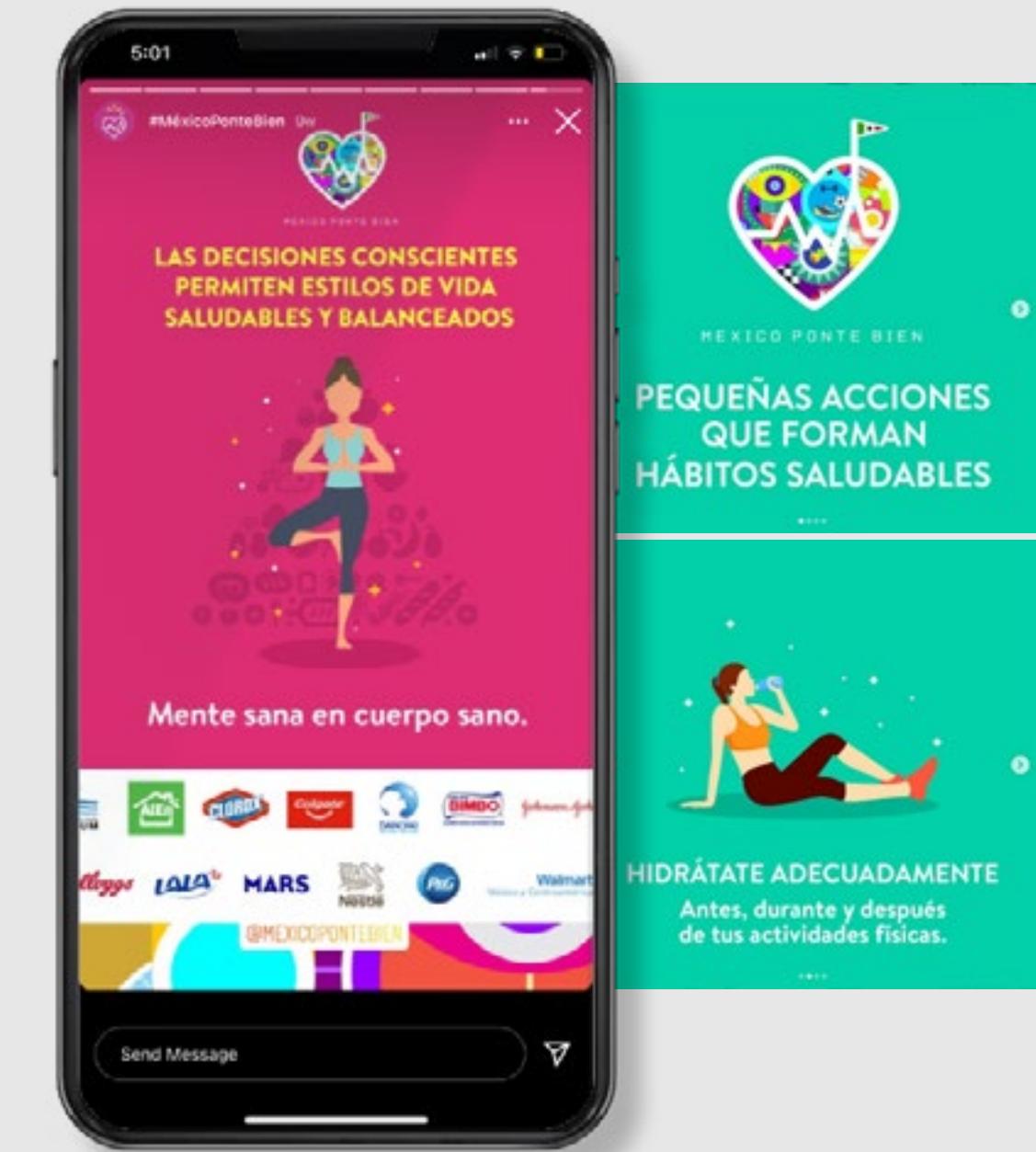
En 2020, debido a la situación que vivimos y con el objetivo de seguir contribuyendo para mejorar la salud de la sociedad, México Ponte Bien se transformó en una plataforma digital mostrando información, herramientas y recursos que aporten en su vida diaria y la de sus familias.

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

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



MÉXICO PONTE BIEN





CADENA DE VALOR RESPONSABLE E INCLUSIVA

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

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

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

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



41,186

proveedores en la región



92%

de nuestros proveedores de
autoservicio son PYMES en México



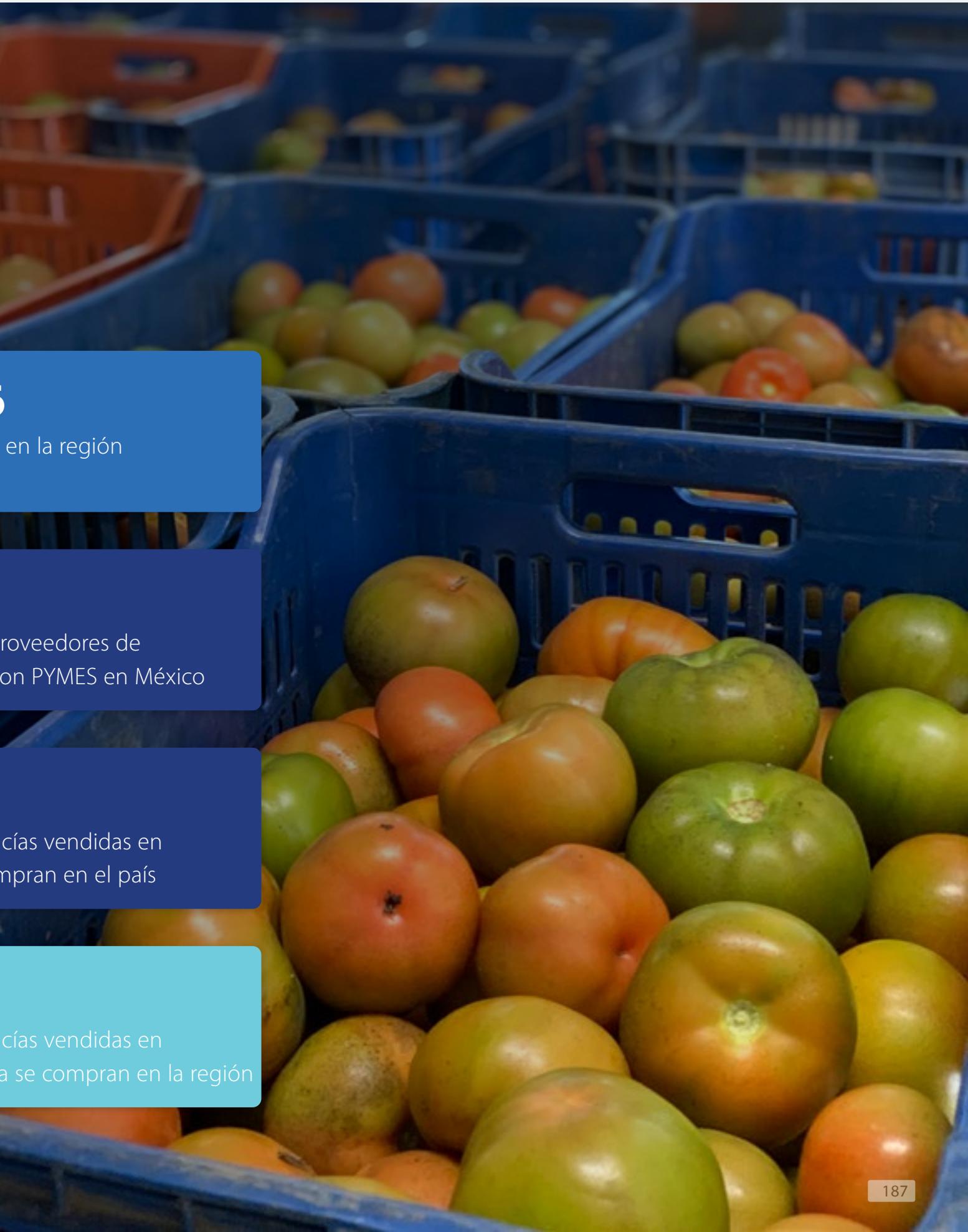
93%

de las mercancías vendidas en
México se compran en el país



88%

de las mercancías vendidas en
Centroamérica se compran en la región





ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

GRI 308-1, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 412-1, 412-3, 414-1, 414-2, 308: 103-1, 103-2, 103-3, 407: 103-1, 103-2, 103-3, 408: 103-1, 103-2, 103-3, 409: 103-1, 103-2, 103-3, 412: 103-1, 103-2, 103-3, 102-9
SASB FB-FR-000.C, FB-FR-000.D, FB-FR-430A.3, FB-FR-430A.4, FB-FR-430A.4, CG-MR-410A.3, CG-MR-410A.1, FB-FR-430A.1, CG-MR-410A.2

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

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

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

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

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



INTEGRAMOS PRÁCTICAS DE ABASTECIMIENTO RESPONSABLE EN EL NEGOCIO

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

Gracias a la integración de nuestros equipos de Habilidades de Negocios con nuestras oficinas del mercado minorista y centros de abastecimiento, podemos incorporar las prácticas de abastecimiento responsable en las estrategias, procesos, sistemas y decisiones de los equipos de compras. Este proceso comienza con la selección de proveedores y termina con el desarrollo de nuevos productos.

Los asociados del área de Abastecimiento Responsable participan en las reuniones de compradores con proveedores para ayudar a establecer expectativas por adelantado y reciben capacitación para comprender el impacto de sus decisiones en las condiciones de la cadena de suministro y la forma en la que pueden reforzar las prácticas positivas de trabajo en las instalaciones con los proveedores. Los asociados de nuevo ingreso también reciben capacitación y participan en talleres y sesiones educativas que incluyen temas tales como trabajo forzado, seguridad e higiene, así como capacitación específica para cada categoría.



Nuestros proveedores



**+1,486**

representantes de proveedores han completado cursos de capacitación

**207**

representantes de proveedores nuevos fueron capacitados

EMPODERAMOS A PROVEEDORES

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

La Academia de Abastecimiento Responsable

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

Temas cubiertos:

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

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

Sesiones de capacitación y sesiones especiales:

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

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

Capacitaciones de actualización:

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

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



EVALUACIÓN DEL RIESGO DE LA CADENA DE SUMINISTRO

GRI 102-11

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

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

- Las áreas de la cadena de suministro más proclives y con mayor impacto en riesgos clave
- Análisis del riesgo del país, basado en datos internos y externos, incluidos el número de problemas y la tasa de los mismos, así como la gravedad relativa y el impacto en las personas, las operaciones y la reputación, considerando el impacto en las personas como el de mayor peso

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

El resultado final de la evaluación varía de acuerdo con las cadenas de suministro de ciertos productos, países o ambos. Los resultados se incorporan al proceso de diseño de la Estrategia de Abastecimiento Responsable, que incluye la determinación de las causas fundamentales del problema, la evaluación de las posibles soluciones -incluidas las iniciativas existentes o emergentes- y medidas de mitigación de riesgos. Estas últimas pueden incluir cambios de políticas o procedimientos, al influenciar nuestros programas de auditoría aprobados al cambiar nuestro proceso de monitoreo y escalamiento de la cadena de suministro o al implementar nuevas iniciativas.



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



GOBIERNO Y POLÍTICAS

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



Cumplir con la ley



Ser transparentes



No tener trabajo forzoso o trabajo infantil



Mantener un proceso justo para tomar decisiones de empleo



Cumplir con todas las leyes y acuerdos aplicables con respecto a compensación y horas de trabajo



Reconocer la libertad de asociación y negociación colectiva



Proporcionar un ambiente de trabajo seguro



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

ENFOQUE DE AUDITORÍA BASADO EN EL RIESGO

GRI 102-15, 102-11

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

Nuestro enfoque para auditar las instalaciones de los proveedores está basado en riesgos. Asignamos más recursos a aquellas situadas en países con mayores riesgos potenciales; si descubrimos que un proveedor está produciendo mercancía en una planta no autorizada o subcontratando a una planta no autorizada, el proveedor puede perder su derecho a hacer negocios con nosotros.

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

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





EVALUACIONES DE LA AUDITORÍA

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

Estas evaluaciones nos proporcionan información importante para ayudar a abordar los posibles problemas y tener un impacto positivo para los trabajadores de nuestros proveedores

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



Verdes

Representan instalaciones para las cuales encontramos un cumplimiento general



Amarilla

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



Naranja y roja

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

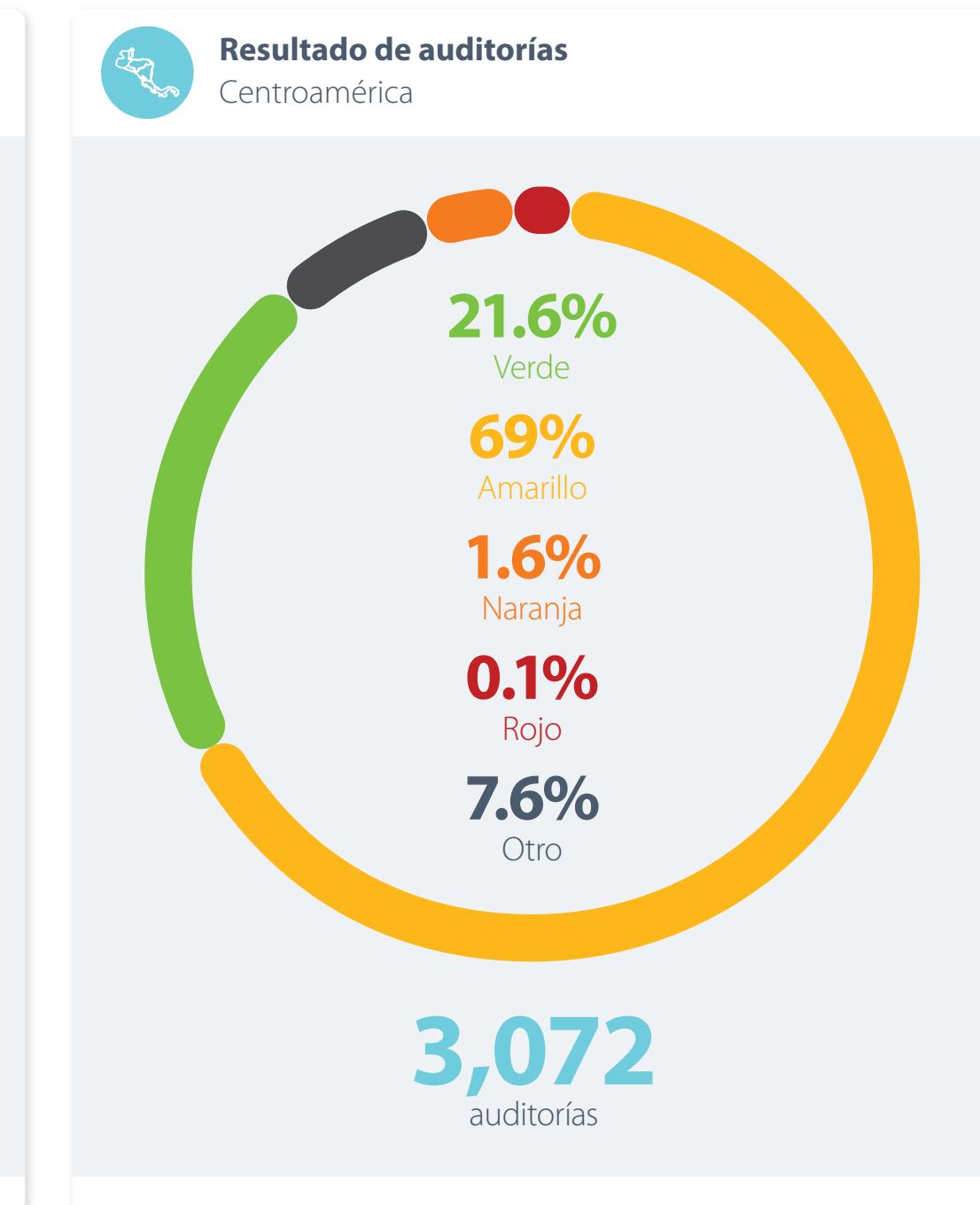
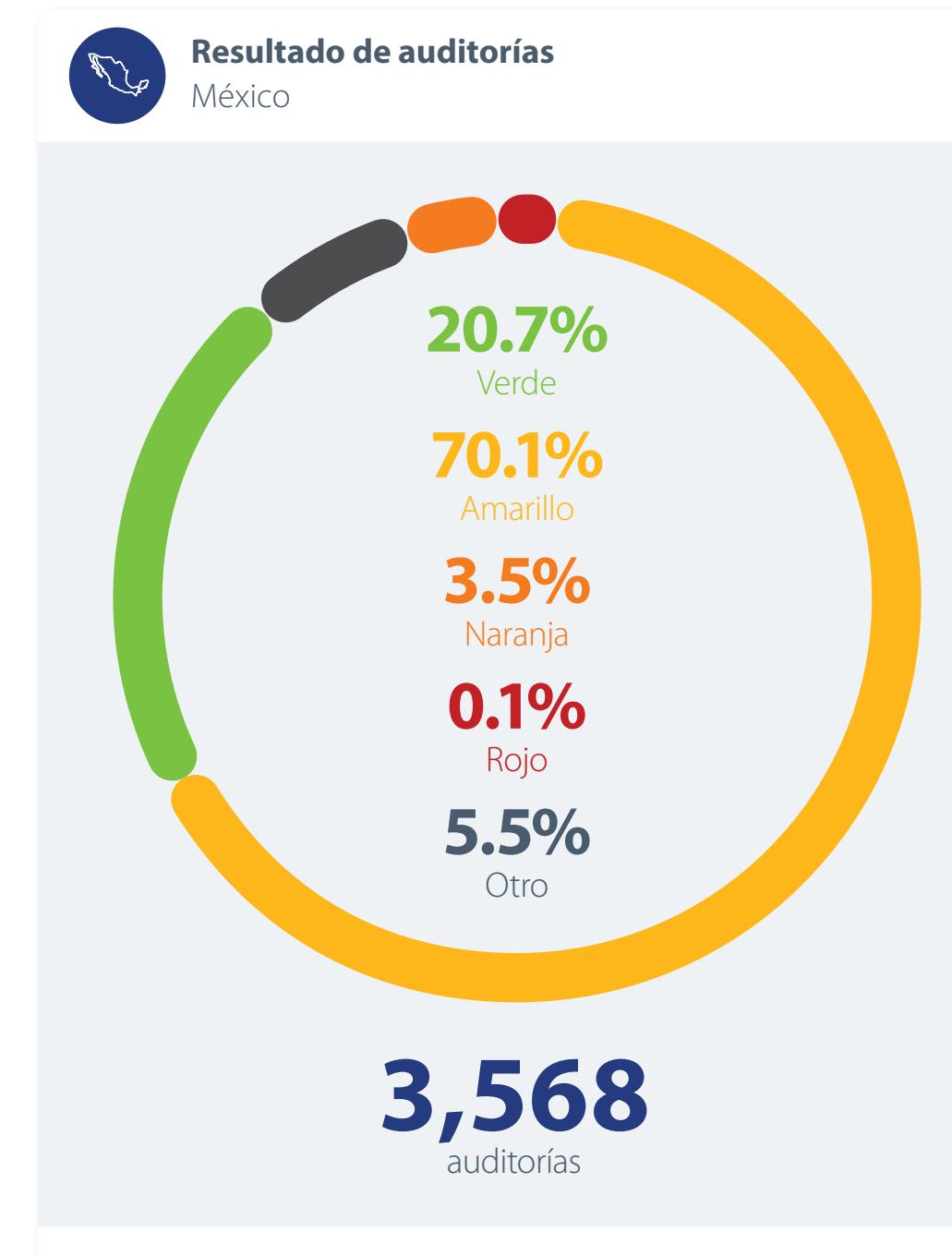


En 2020, de acuerdo con el Sistema de Auditoría de Fábricas, se realizaron 6,640 auditorías en instalaciones afiliadas a los mercados minoristas de México o Centroamérica

Podemos continuar abasteciéndonos de instalaciones con clasificación naranja siempre y cuando trabajen para remediar las infracciones, ya que creemos que seguir colaborando con estos proveedores puede tener un impacto más positivo en los trabajadores que abandonan la relación comercial.

En 2020, 191 plantas remediaron de naranja a amarillo o verde. Sin embargo, las instalaciones con tres clasificaciones consecutivas de naranja o una clasificación de rojo, indican infracciones graves que pueden dar lugar a la terminación temporal o permanente de la relación con Walmart.

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



* Tres calificaciones naranja consecutivas pueden dar lugar a una calificación roja, sin importar si la instalación ha salido bien en el sistema de auditoría elegido.

**Si una instalación recibe una calificación roja, se le puede prohibir que produzca artículos para Walmart de manera indefinida, o se puede detener su producción y/o sus artículos producidos se pueden rechazar.



¿Es usted víctima de intimidación o discriminación?

Los signos de prácticas laborales injustas incluyen:

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

Si es así, hable sin reservas.

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

Walmart

¿Se siente inseguro mientras trabaja?

Los signos de un lugar de trabajo inseguro incluyen:

- No se le proporciona equipo de protección personal
- Las salidas, puertas y vías de escape no están marcadas o no están disponibles para utilizarlas
- El inmueble, equipo y accesorios no reciben mantenimiento

Si es así, hable sin reservas.

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

MECANISMOS DE RECLAMACIÓN

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

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

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



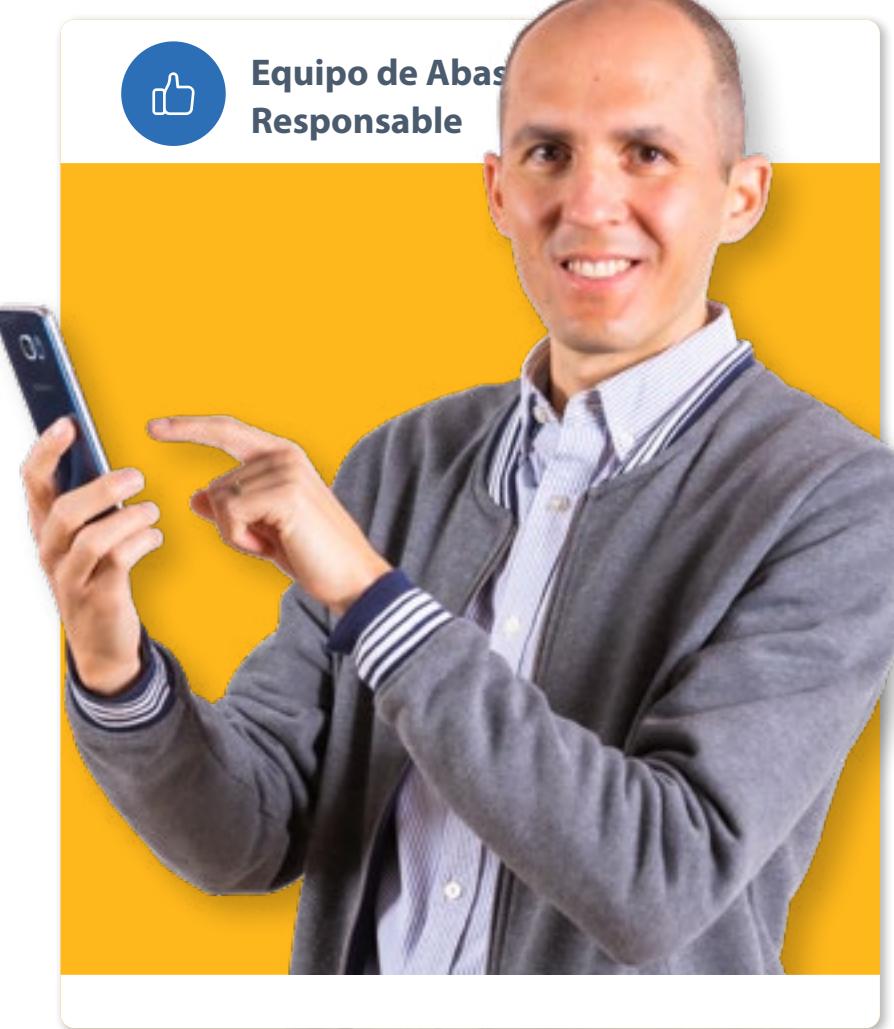
INVESTIGACIONES Y COMPROMISO CON LOS PROVEEDORES

Los proveedores tienen la responsabilidad primordial de vigilar el cumplimiento a lo largo de sus cadenas de suministro y corregir los incumplimientos, incluso en las plantas que fabrican productos para la compañía.

Vigilamos las instalaciones de los proveedores mediante auditorías e investigamos supuestas violaciones de nuestras Normas para Proveedores, bajo nuestro enfoque basado en los riesgos. Esto implica que los proveedores con instalaciones de mayor riesgo, situadas en países con mayores riesgos potenciales y que suministran mercancía importada directa a Walmart, presenten auditorías con mayor frecuencia. Los proveedores a los que se les exige que presenten una auditoría deben de trabajar con un programa elegible, seguir las instrucciones del programa para calendarizarla y enviar el informe completo a la compañía.

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

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



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



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

CADENA DE SUMINISTRO LOCAL E INCLUSIVA

GRI 102-9

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

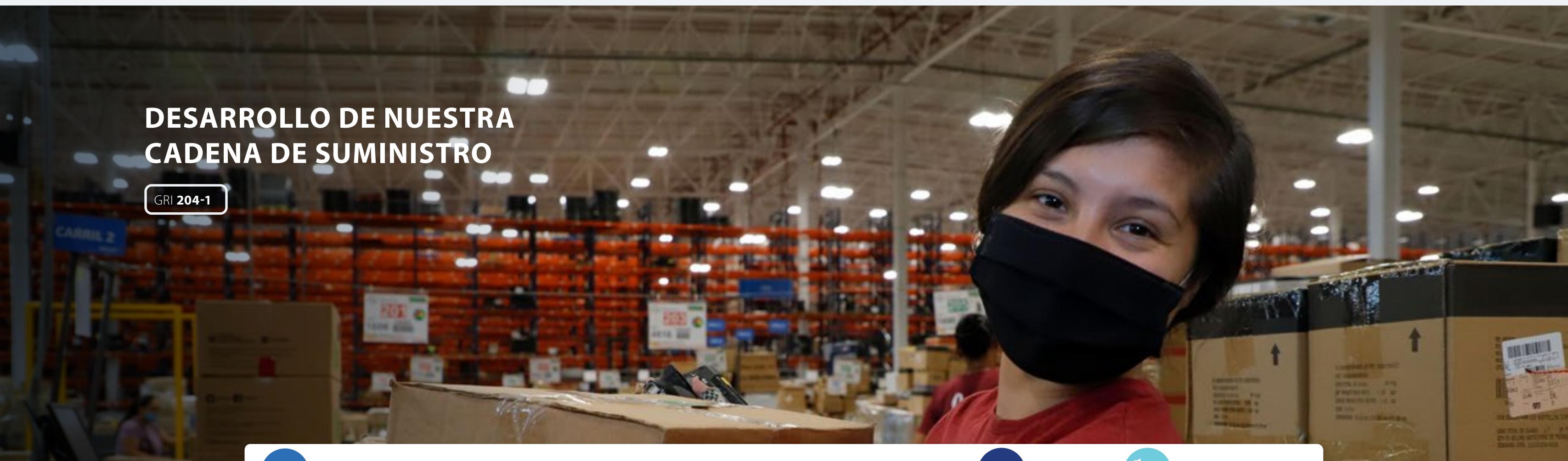
- Para desarrollar a diversos proveedores
- Para apoyar a los pequeños productores en condiciones vulnerables

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



DESARROLLO DE NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

GRI 204-1



Compra directa a proveedores locales de Nuestras Marcas



México



Centroamérica

73%

De los proveedores de autoservicio
son nacionales

53%

De los proveedores de autoservicio
son nacionales

90%

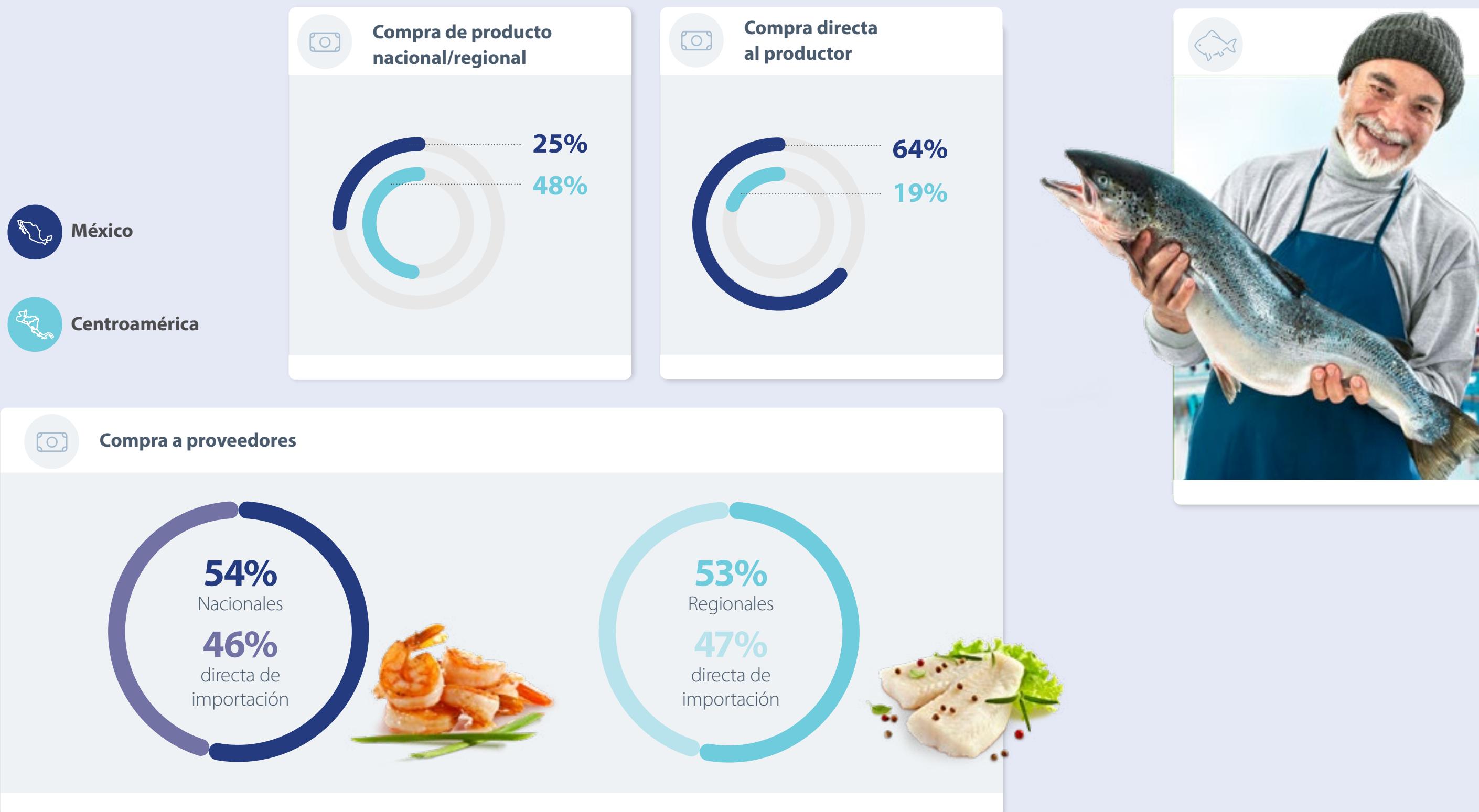
De las ventas es de proveedores
nacionales

70%

De las ventas es de proveedores
nacionales



COMPRA DIRECTA A PROVEEDORES LOCALES DE PEREcederos PESCADOS Y MARISCOS





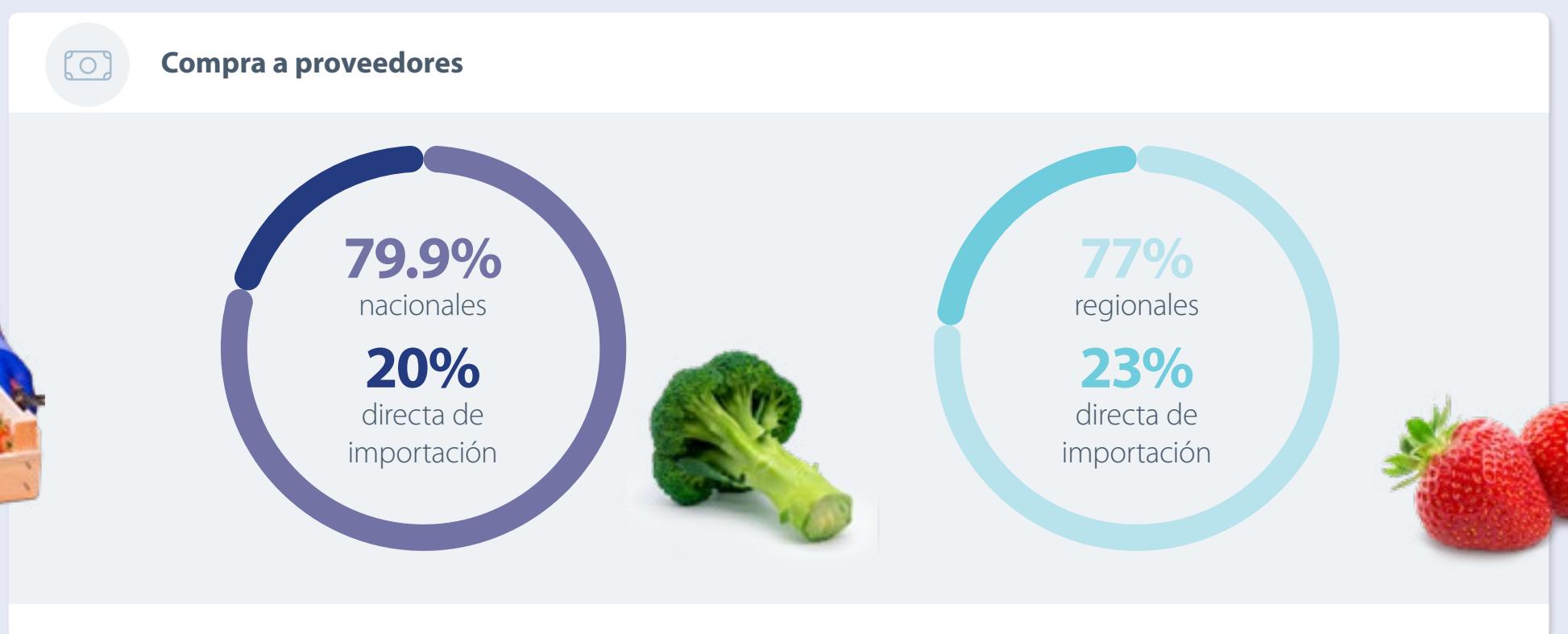
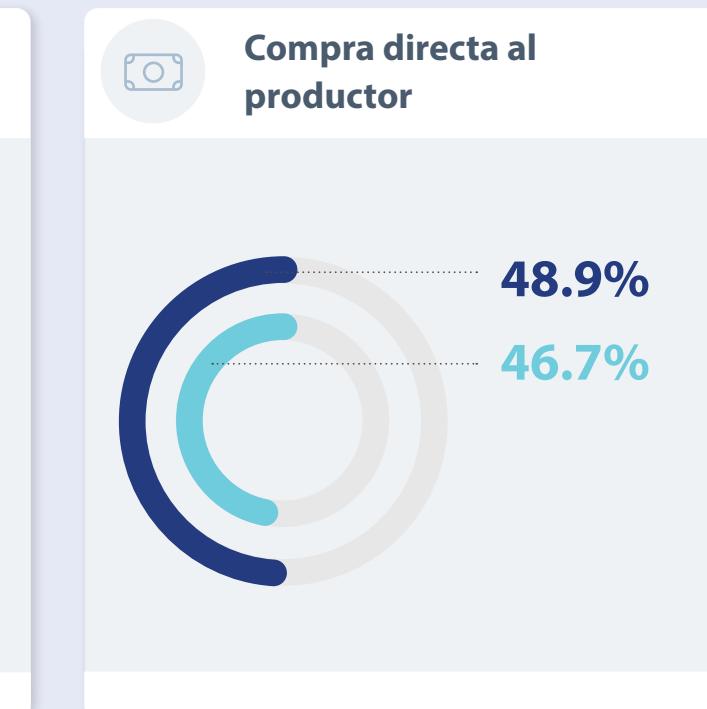
COMPRA DIRECTA A PROVEEDORES LOCALES DE PEREcederos FRUTAS Y VERDURAS



México



Centroamérica





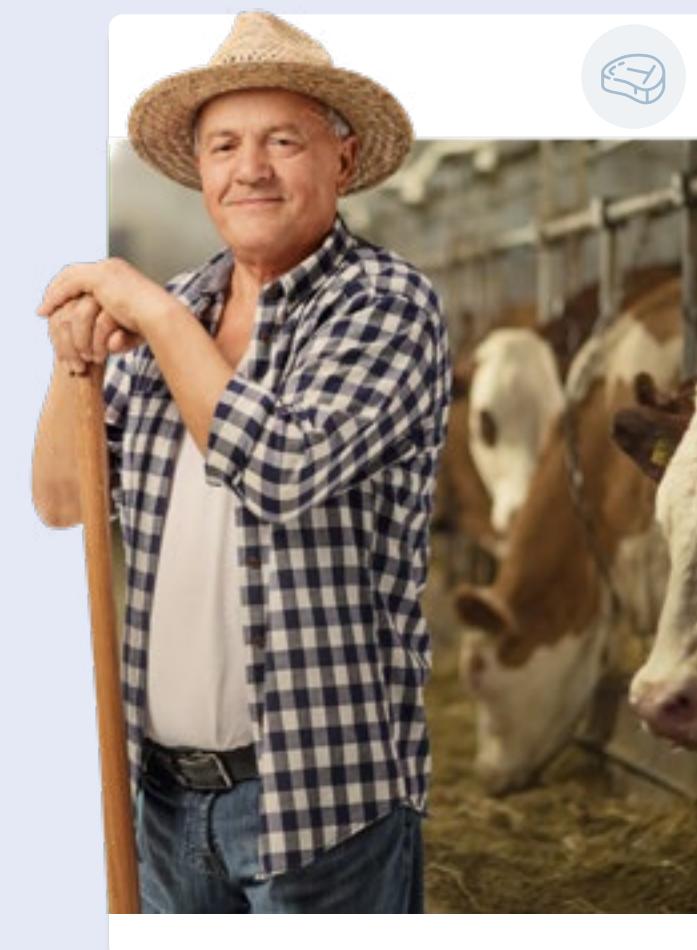
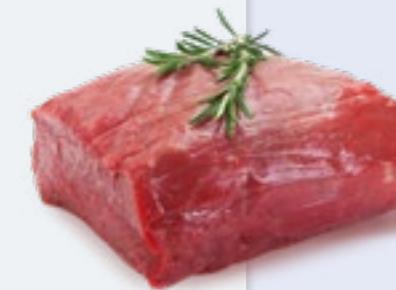
COMPRA DIRECTA A PROVEEDORES LOCALES DE PEREcederos CARNES



México



Centroamérica

**Compra de producto
nacional/regional****97.2%**
79%**Compra directa al
productor****10%**
63%**Compra a proveedores****97.2%**
nacionales
2.8%
directa de
importación**70%**
regionales
30%
directa de
importación



ADOPTA UNA PYME

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

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

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

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

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

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



UNA MANO PARA CRECER

Este programa tiene como objetivo el crecimiento y desarrollo sostenible de proveedores que nos abastecen en Centroamérica con especial énfasis en el empoderamiento económico de la mujer.

Algunos de los beneficios de participar en este programa son:

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

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

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



TIERRA FÉRIL

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

Las tres líneas de trabajo principales de este programa son:

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



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



Ellos visitan constantemente a los productores y les asesoran en producción limpia, con bajos niveles de agroquímicos, en el control de enfermedades y plagas, nutrición y cuidado de la siembra, manejo de los suelos, y el uso racional de los recursos.

- Durante 2020 capacitamos a más 1,895 personas, de las cuales 20% fueron mujeres, en técnicas para reducir nuestro impacto en el ambiente, mejorar su productividad, garantizar la inocuidad de los productos que compramos y aumentar sus ventas
- Por medio de este programa, hemos apoyado con compra directa a 651 pequeños y medianos productores agropecuarios, beneficiando a 9,930 familias centroamericanas. 91 de estos productores son mujeres, las cuales representan el 14% de nuestros proveedores de frutas, hierbas y vegetales
- El total de nuestras compras a estos productores fue de 1,475 millones de pesos y representaron el 55% de las frutas, vegetales y granos vendidos por nuestras tiendas en Centroamérica
- Durante 2020, trabajamos en la formación de nuestros productores agrícolas con 121 capacitaciones técnicas y contribuimos a formar las capacidades empresariales de 60 agricultores, en alianza con el Tecnológico de Costa Rica



PEQUEÑO PRODUCTOR

GRI 413-1

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

Este programa se enfoca en lo siguiente:

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

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

Dentro de este programa están involucrados los recursos monetarios, el piso de ventas, la capacidad de compra y el tiempo y talento de los asociados de todas las áreas comerciales y de logística.

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

**418**

millones de pesos de compras a pequeños productores

**1,604**

empleos generados

**3,568**

productores beneficiados

**87%**

de incremento en el ingreso



CASO DE ÉXITO



Chincultik

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

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

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

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



Etiquetado



117%

de incremento en ventas



Limoneros



Selección





CONSTRUYENDO COMUNIDADES FUERTES

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



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

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

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



2,738,835

beneficiarios impactados



1,770

millones de pesos canalizados a través de los programas de impacto social



154

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



Los recursos involucrados para canalizar el beneficio social incorporan recursos monetarios, en especie, talento de nuestros asociados, el piso de ventas, así como la capacidad logística y de compra. Esto nos permite generar alianzas con nuestros proveedores para aumentar la capacidad e impacto de nuestros programas sociales.

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

Nuestro programa de apoyo comunitario está enfocado en cuatro ejes:



Seguridad alimentaria



Voluntariado como medio para promover la ciudadanía



Apoyo ante desastres naturales



[Desarrollo de pequeños productores](#)



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





SEGURIDAD ALIMENTARIA



La pandemia deterioró aún más la situación de poblaciones con inseguridad alimentaria, nuestros suelos, agua dulce, océanos, bosques y biodiversidad se están degradando rápidamente. El cambio climático está ejerciendo una presión aún mayor sobre los recursos de los que dependemos, aumentando los riesgos asociados a desastres, como sequías e inundaciones. Muchas mujeres y hombres de zonas rurales ya no pueden llegar a fin de mes con el trabajo de sus tierras, lo que les obliga a buscar oportunidades en las ciudades.

La falta de seguridad alimentaria también está causando que millones de niños tengan un retraso en el crecimiento o sean demasiado pequeños para su edad, debido a la grave desnutrición.

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

Es por esto, que estamos trabajando juntos en el fortalecimiento y ampliación del sistema de bancos de alimentos, en mejorar nuestros mecanismos para rescatar toneladas de alimento y canalizarlo a las personas que más lo necesitan.

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



La red filantrópica de alimento depende de una infraestructura sólida. Es por ello, que destinamos fondos para compra de equipo y transporte, además de brindar la experiencia y conocimientos de nuestros asociados que ayudan a las diferentes ONGs y bancos de alimentos a ampliar su alcance e impacto.

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

En Centroamérica, somos socios fundadores y los principales donadores de los bancos de alimentos de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica. Además de la donación de productos, apoyamos con jornadas de voluntariado en las que nuestros asociados realizan actividades de clasificación y empaque de los donativos, así como visitas y actividades a favor de estos.

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

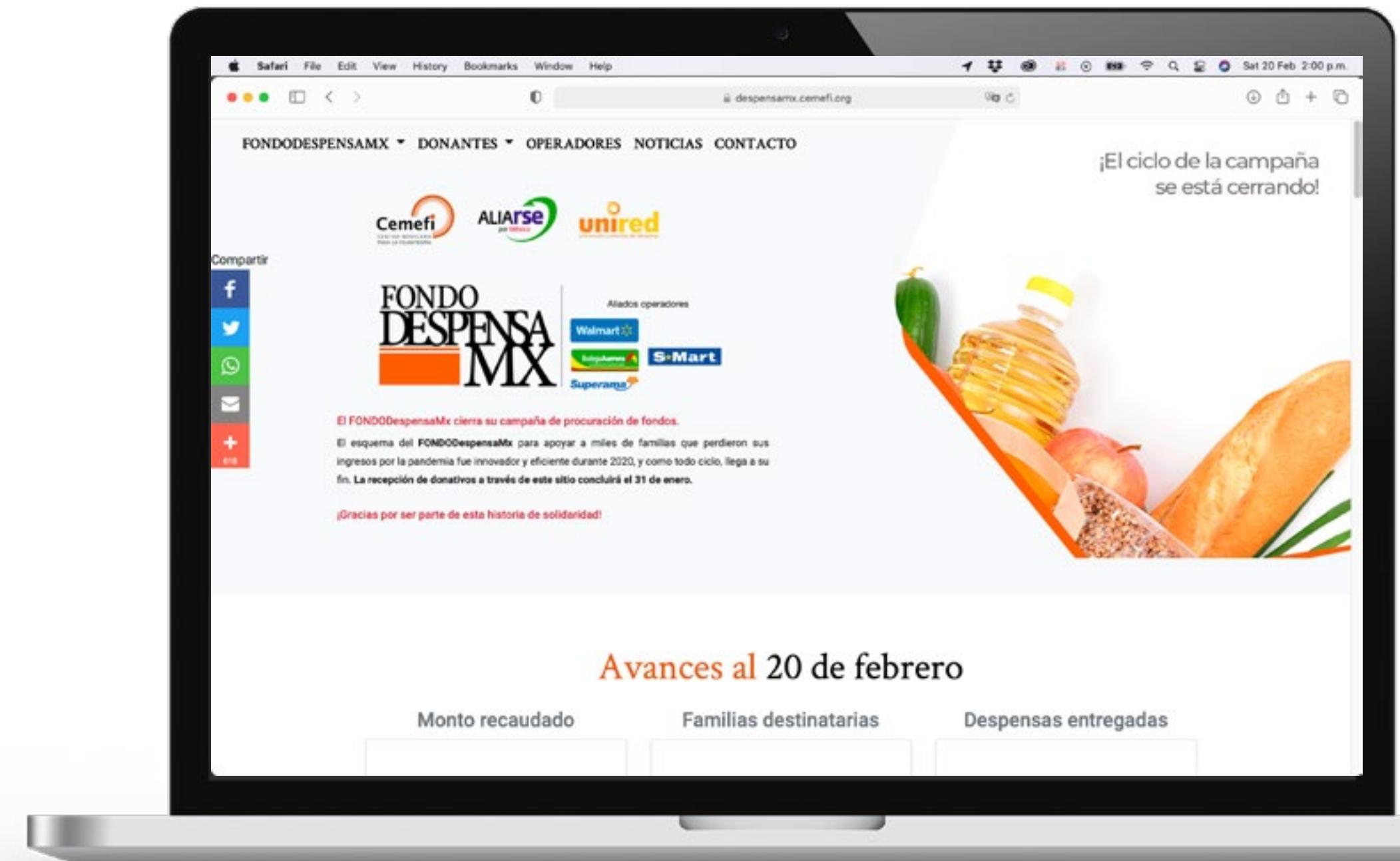
En colaboración con 36 proveedores de toda la región, entregamos un donativo en especie de casi 67 toneladas en productos como alimentos, cuidado personal, higiene y bioseguridad, beneficiando a más de 225,860 centroamericanos



FONDO DESPENSA MX

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

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



The screenshot shows the website despensamx.cemefi.org for the FONDO DESPENSA MX campaign. The main message on the right side reads: "¡El ciclo de la campaña se está cerrando!". The central part of the page features the FONDO DESPENSA MX logo and the logos of its partners: CemeFi, ALIARSE, and unired. Below this, it says "Aliados operadores" and lists Walmart, Superama, and S-Mart. There is also a small "Superama" logo. A banner on the right side displays various food items: a green cucumber, a bottle of oil, an apple, a loaf of bread, and some carrots. At the bottom, there is a section titled "Avances al 20 de febrero" with three empty boxes for "Monto recaudado", "Familias destinatarias", and "Despensas entregadas".



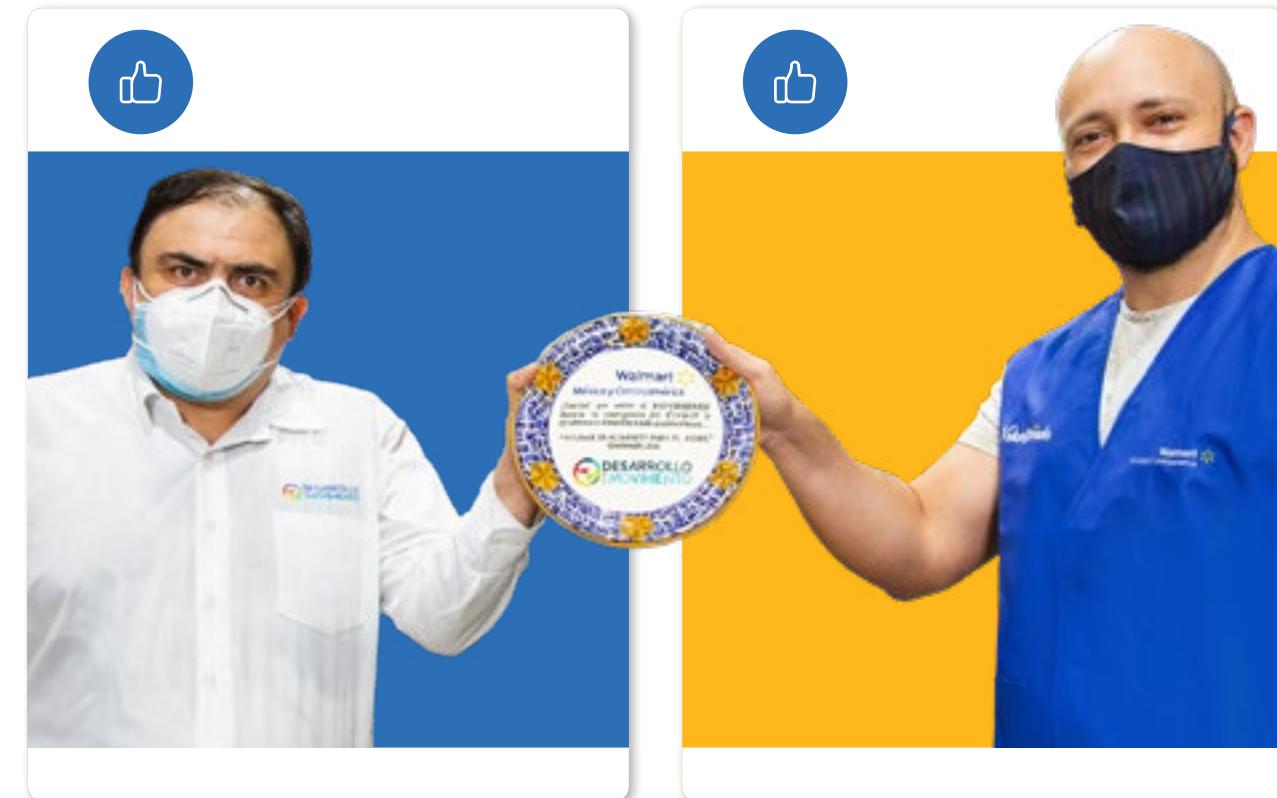
RESPUESTA A DESASTRES

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

El CCO, que opera 24 horas al día los siete días de la semana, identifica los riesgos emergentes, ayuda a instalaciones y asociados a prepararse para desastres, monitorea el desarrollo de crisis y sirve como punto de clasificación para emergencias en nuestras tiendas u oficinas. Este centro activa equipos multifuncionales en toda nuestra empresa para prepararse y responder a los desastres de manera rápida y eficaz. El equipo principal incluye expertos en manejo de emergencias que capacitan regularmente a nuestros asociados.

En caso de desastres, utilizamos una serie de recursos internos, entre ellos: generadores portátiles, recursos de combustible, camiones y asociados que pueden ayudar a gestionar nuestra respuesta corporativa a las crisis en el campo. A través de los esfuerzos del CCO para coordinar con agencias gubernamentales locales, estatales y federales, así como con organizaciones sin fines de lucro y de voluntarios de todo el mundo, determinamos estrategias de apoyo para las comunidades locales ante un desastre.

Asimismo, gracias a nuestra infraestructura, a la capacidad de la Cruz Roja Mexicana y al fondo revolvente de ayuda humanitaria que tenemos en marcha, logramos brindar apoyo a diferentes comunidades damnificadas en México. Durante las primeras 24 horas después de haber ocurrido un desastre natural, donamos alimentos, artículos de limpieza e higiene personal.



**934 toneladas de ayuda
canalizadas para apoyo
a 618,263 damnificados**



En Centroamérica nos enfrentamos a dos desastres naturales: el primero, la tormenta tropical Amanda, que afectó principalmente a El Salvador, y el segundo los huracanes Eta e Iota, que afectaron fuertemente a Nicaragua, Honduras y Guatemala, dejando a cientos de personas damnificadas.

A través de Walmart Centroamérica, realizamos donaciones en especie por un total de 10.6 millones de pesos, beneficiando a más de 231,000 personas con alimentos, equipos de higiene, cuidado personal, de bebé, entre otros productos de primera necesidad.

De igual forma, a través de nuestro programa Manos Amigas logramos recaudar más de 22 mil kilogramos de alimentos no perecederos y otros productos de primera necesidad, en beneficio de las personas damnificadas.



Pusimos a disposición nuestra capacidad logística y acercamiento a la proveeduría de la empresa, así como donaciones monetarias para apoyar en los siguientes desastres:



Tamaulipas: Huracán Hanna

3,375 beneficiarios promedio
8.2 toneladas



Tabasco y Chiapas: Huracán Eta

2,800 beneficiarios promedio
59.4 toneladas



Jalisco y Colima:
Tormenta Tropical Hernán

15,625 beneficiarios promedio
27.5 toneladas



Tabasco, Campeche y Yucatán:
Tormenta Tropical Cristóbal

6,000 beneficiarios promedio
16 toneladas



Oaxaca: Terremoto

2,000 beneficiarios promedio
5.5 toneladas



Centroamérica: Tormenta tropical
Amanda y huracanes Eta e Iota

231,000 beneficiarios promedio
533 toneladas

**7,055**

participaciones de voluntarios en México

**2,361**participaciones voluntarias
de asociados**4,694**participaciones voluntarias de
clientes y familiares**35**

actividades de voluntariado

VOLUNTARIADO

Desde 2003, llevamos realizando nuestro programa de voluntariado y hemos sido testigos del impacto que tiene en la vida de las personas. Este programa representa una gran oportunidad para que nuestros asociados participen en proyectos de mejora a la comunidad y al medio ambiente con su tiempo y talento, promoviendo la ciudadanía y el compromiso con la comunidad.

En México, tuvimos la oportunidad de realizar actividades de voluntariado solamente durante los meses de enero y febrero, ya que, a raíz de la pandemia, a partir del mes de marzo toda actividad quedó suspendida.

Lo anterior se realizó acatando las normativas establecidas por cada uno de los países, así como en apego a nuestras medidas internas en protección a los asociados.

No obstante, el apoyo a las comunidades donde opera la compañía nunca dejó de ser una prioridad, realizamos la donación de ventiladores a la Cruz Roja Mexicana para el traslado en ambulancia de pacientes graves de COVID-19, brindamos apoyo local a través de nuestras tiendas entregando más de 9 toneladas de alimentos y artículos de higiene y limpieza, y apoyamos a 23 mil adultos mayores empacadores voluntarios, entregando casa por casa más de 250 toneladas de alimento.

De esta forma, a través de estas acciones y nuestro involucramiento en distintas causas solidarias, nos mantenemos como un aliado en el desarrollo social de la región