



EMPRESA REGENERATIVA: NUESTRO ENFOQUE ASG

(AMBIENTAL, SOCIAL Y GOBERNANZA)

Marzo, 2022





INFORME 2021

REGENERATIVARE
ENERATIVAREGEN
REGENERATIVARE

ASPIRAMOS A SER UNA EMPRESA REGENERATIVA

Los retos que enfrentamos en el mundo actualmente -cambio climático, pérdida de biodiversidad, desigualdad económica- entre otros, nos han llevado a repensar nuestro rol así como el impacto que generamos en el planeta. Hemos tenido avances muy importantes en materia de sustentabilidad para reducir nuestra huella ambiental y mejorar la calidad de vida de las personas. Sin embargo, estamos convencidos de que podemos hacer aún más.

El tamaño de nuestra compañía trae consigo una gran responsabilidad, a la vez que nos brinda la oportunidad de utilizar nuestra escala para bien. Por eso, hemos ampliado nuestra ambición de ser una empresa regenerativa para 2040.



Estamos en el camino de convertirnos en una empresa regenerativa, en donde la naturaleza y la humanidad están al centro de nuestras decisiones y prácticas de negocio

- Ser una empresa regenerativa implica ir más allá del cumplimiento y del deber ser, para tener una huella socioeconómica y ambiental positiva que contribuya a restaurar la salud y el bienestar de las personas, las comunidades y el planeta, creando valor compartido para nuestros grupos de interés, y por lo tanto, para nuestro negocio

REGENERATIVA REGENERATIVA

Pilares Empresa Regenerativa





MATERIALIDAD Y GRUPOS DE INTERÉS - RESUMEN

Este año decidimos actualizar nuestro análisis de materialidad: un ejercicio que llevamos realizando desde 2009, y el cual es una muestra del diálogo constante que mantenemos con nuestros grupos de interés para conocer de primera mano sus expectativas sobre los temas ambientales, sociales y de gobernanza (ASG).

En el análisis de materialidad 2021 se ven reflejados aquellos temas que han adquirido mayor relevancia para nuestros grupos de interés y para la empresa

METODOLOGÍA

Para realizar el análisis de materialidad seguimos los siguientes cuatro pasos:

1. DEFINICIÓN DE TEMAS:



a. Elaboramos un comparativo de los sectores de comercio electrónico y venta minorista para determinar los temas materiales para dichas industrias



b. Realizamos un análisis de estudios internos y externos para determinar los temas materiales para nuestros grupos de interés, como estudios de satisfacción de clientes y proveedores, encuesta de compromiso de asociados y estudios de los evaluadores ASG más relevantes a nivel mundial



c. Obtuvimos una lista preliminar de temas, los cuales clasificamos en seis pilares: clientes, comunidad, medio ambiente, cadena de suministro, asociados y gobernanza





2. DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS:

a. Definimos a nuestros grupos de interés con base en la relevancia que tiene cada uno para nuestra compañía:

clientes, accionistas, proveedores, asociados, comunidades, planeta, socios comerciales. De igual manera, el Comité Regenerativo decidió integrar al gobierno (federal y local) y sindicatos al análisis.

b. Diálogo: llevamos a cabo la consulta a nuestros grupos de interés en dos fases:

Cualitativa: Nueve 9 sesiones de grupo en línea:

- 1 sesión de grupo con asociados de *staff*
- 1 sesión de grupo con asociados de operaciones
- 1 sesión de grupo con proveedores
- 1 sesión de grupo con líderes de opinión
- 1 sesión de grupo con ONG
- 4 sesiones de grupo con clientes

Esta etapa nos permitió conocer de manera directa los temas materiales más relevantes para cada uno de nuestros grupos de interés, con la finalidad de conocer su nivel de involucramiento con los temas ASG y, de esta manera, poder diseñar estrategias y mejorar la comunicación con cada uno de ellos.



CLIENTES

Acceso conveniente a productos y servicios asequibles, confiables y sustentables



COMUNIDADES

Recursos para construir comunidades más fuertes e inclusivas



ACCIONISTAS

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



ASOCIADOS

Oportunidades de carrera y ambientes de trabajo seguros e inclusivos



PROVEEDORES

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

Cuantitativa: 6,333 encuestas en línea en México y Centroamérica.

- Esta etapa nos permitió conocer la importancia y priorización que le dan nuestros grupos de interés a los temas planteados en el análisis de materialidad, con la finalidad de complementar el ejercicio y definir los temas materiales de la compañía

3. DIÁLOGO CON EL COMITÉ REGENERATIVO:

Realizamos una sesión de validación con el Comité Regenerativo para obtener la lista final de temas materiales y la matriz de materialidad.



PLANETA

Liderazgo para preservar, restaurar y regenerar al planeta



SOCIOS COMERCIALES

Alianzas estratégicas para fortalecer el ecosistema



MATRIZ DE MATERIALIDAD

+ RELEVANCIA GRUPOS DE INTERÉS

De acuerdo con los resultados obtenidos en nuestro análisis de materialidad, identificamos los temas ASG materiales para la empresa y para nuestros grupos de interés, así como los riesgos y oportunidades. Con base en estos resultados diseñaremos e implementaremos planes de acción para mejorar nuestro desempeño



VER GLOSARIO



Temas Materiales

- 1 Abastecimiento y empaque sustentable
- 2 Gestión de riesgos en la operación y en la cadena de suministro
- 3 Emisiones y cambio climático
- 4 Inversión en comunidades locales
- 5 Gobierno corporativo
- 6 Gestión de residuos
- 7 Inocuidad alimentaria
- 8 Atracción, desarrollo y retención de talento
- 9 Precio y disponibilidad de productos
- 10 Evaluación a la cadena de suministro
- 11 Combate al hambre

Temas Relevantes

- 12 Derechos humanos
- 13 Desarrollo inclusivo de proveedores
- 14 Diversidad e inclusión
- 15 Balance de vida
- 16 Energía
- 17 Anticorrupción
- 18 Igualdad en la remuneración
- 19 Apoyo en desastres naturales
- 20 Salud y seguridad en el trabajo
- 21 Mercadotecnia y etiquetado responsable
- 22 Satisfacción y experiencia del cliente/socio

Temas Importantes

- 23 Productos saludables
- 24 Comportamiento ético
- 25 Seguridad de la información
- 26 Privacidad
- 27 Agua
- 28 Voluntariado
- 29 Libertad de asociación
- 30 Bienestar animal

+ RELEVANCIA WALMART



GESTIÓN ASG

La relación cada vez más estrecha entre los aspectos ambientales, sociales y gobernanza (ASG) nos han llevado a tener una gestión ASG cada vez más estratégica e integrada, con una ejecución basada en la eficiencia, los resultados y la rendición de cuentas.

COMITÉ REGENERATIVO

El Comité Regenerativo es el encargado de definir las prioridades ASG de la empresa a largo plazo, ajustar los procesos operativos y tomar decisiones, así como desarrollar planes de acción para cada asunto esencial. Está liderado por nuestro Director General y conformado por altos ejecutivos de cada una de las áreas de la empresa.

Entre las funciones del Comité Regenerativo están:

<ul style="list-style-type: none"> • Asegurar la sólida integración de la regeneración y el desarrollo sustentable en la estrategia de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la efectividad de las iniciativas ASG y el progreso de su implementación
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir a la empresa hacia las tendencias nacionales e internacionales para mantener nuestra posición de liderazgo 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer una visión a largo plazo y prioridades estratégicas que se basan en lo que es mejor para nuestros clientes, el negocio y la sociedad



Este comité sesiona cuatro veces al año

Miembros

Presidente

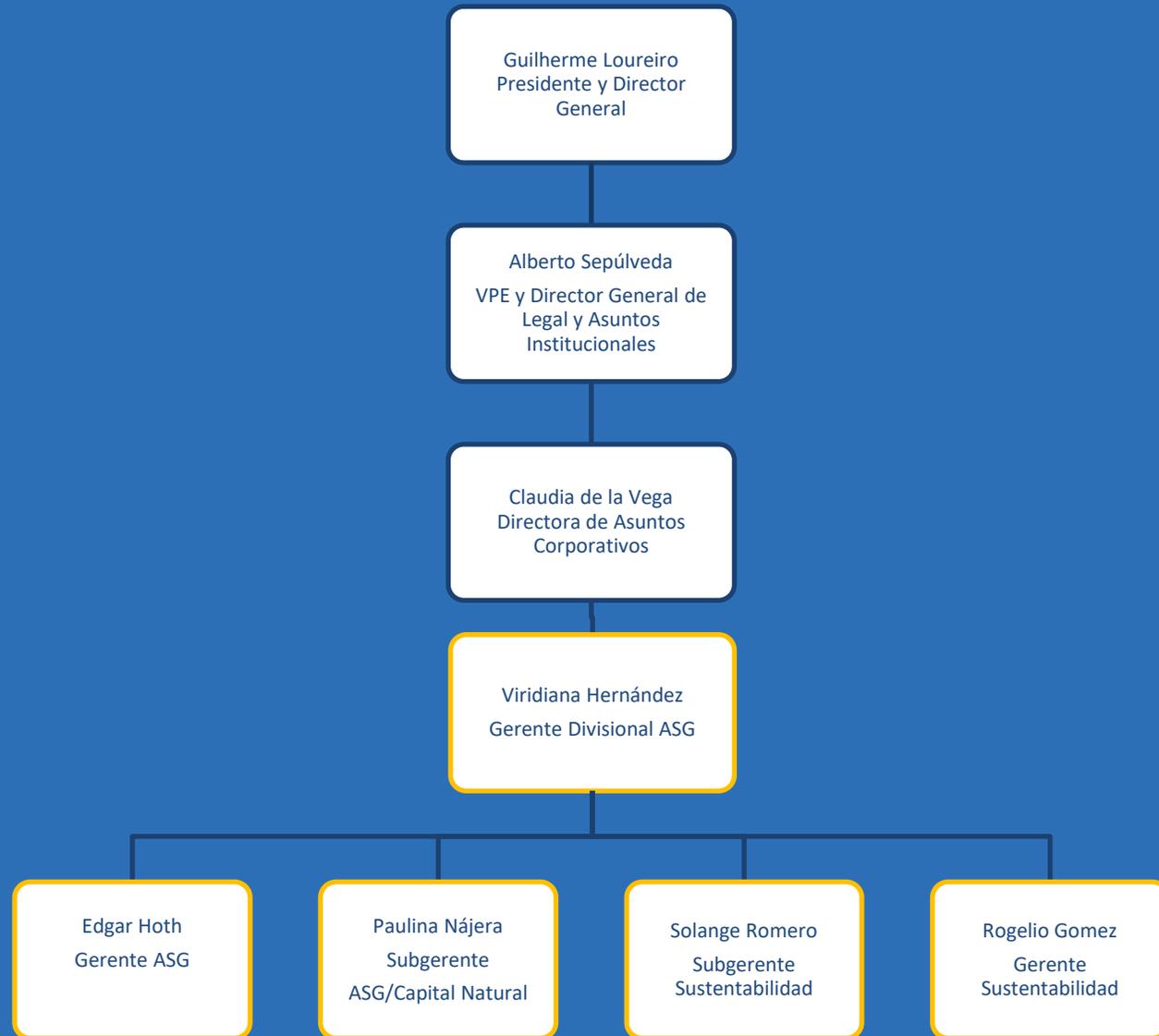
- Director General

Miembros

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



Estructura ASG





APOYAMOS EL PACTO GLOBAL



NUESTRA CONTRIBUCIÓN A LOS ODS Y AL PACTO MUNDIAL

Como signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, desde 2019, y en alineación con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en Walmart de México y Centroamérica contribuimos, de diversas maneras y en diferentes grados, al cumplimiento de todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

A través de nuestras prioridades ASG, respondemos a los desafíos globales que afectan a nuestro negocio y a nuestros grupos de interés, tales como la desigualdad y los derechos humanos, el cambio climático y el desperdicio de alimentos.

En línea con los diez Principios del Pacto Mundial, en 2019 realizamos un análisis para identificar nuestros cinco ODS prioritarios: salud y bienestar, igualdad de género, trabajo decente y crecimiento económico, producción y consumo responsables y acción por el clima.

A partir del 2020 integramos indicadores con un histórico anual de medición en cada uno de los 17 ODS que nos permiten medir nuestro avance en su cumplimiento y de esta manera detectar en donde se encuentran las mayores expectativas, riesgos y oportunidades para la empresa, así como las áreas en las estamos teniendo una contribución más significativa. Este histórico anual parte desde 2017.

Nuestros ODS prioritarios





COMMITMENT

AMBIENTAL

SUSTAINABLE





SUSTENTABILIDAD

Aspiramos ser una empresa regenerativa en donde la naturaleza y la humanidad están al centro de nuestras prácticas de negocio. De esta forma tendremos como foco la protección y restauración de la naturaleza, entendiendo su relevancia para la estabilidad de los ecosistemas, la conservación de la biodiversidad y nuestro bienestar colectivo.

189.8 millones
de pesos invertidos en
iniciativas sustentables

126.3 millones
de pesos ahorrados por
la implementación de
iniciativas sustentables

PRIORIDADES 2040

Nuestras tres prioridades son:



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



2. Contribuir a la creación de una economía circular en la que evitamos la generación de residuos, reducimos el uso de recursos naturales y aprovechamos los materiales en nuevos ciclos de valor.



3. Ayudar a la conservación del capital natural a través del abastecimiento sustentable.



En 2021 avanzamos para alcanzar nuestras metas y obtuvimos los siguientes resultados:

1 CAMBIO CLIMÁTICO

Cero Emisiones al 2040

Reducir en **18%** las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) a 2025, con respecto a 2015

-3.8%

reducción de emisiones de alcance 1 y 2 vs. 2020

MX: -5.4%

CAM: 11.7%

-1.3%

de reducción energética respecto a 2020

MX: -1.4%

CAM: 0.6%



Abastecernos al 100% de energía renovable para el 2035

52.5%

del consumo total de energía viene de fuentes sustentables

MX: 60.6%

CAM: 0.6%

Trabajar con nuestros proveedores para reducir o evitar emisiones de GEI equivalentes a 1 gigatón en nuestras cadenas de abasto globales al 2030

776

proveedores participaron en el Proyecto Gigatón

MX: 601

CAM: 175





PROYECTO GIGATÓN

Proyecto Gigatón continúa como una de las principales estrategias para aprovechar nuestra escala de forma positiva en nuestra cadena de valor. A través de este proyecto, buscamos evitar la generación de mil millones de toneladas de CO₂e en las cadenas de valor para 2030, de manera que nuestros proveedores se puedan sumar al proyecto y establecer metas con base en sus actividades y proyectos. Nuestro objetivo es que todos los proveedores que estén participando puedan lograr ser Gigagurús al reportar anualmente su progreso y hacer públicos sus compromisos.

Proyecto Gigatón™



Invitamos a los proveedores a establecer metas SMART de reducción de emisiones en uno o más de los siete pilares que conforman el proyecto

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

776
proveedores
activos
(450% vs 2020)

352
Gigagurús

136
impulsores
de cambio



2 ECONOMÍA CIRCULAR

Cero Residuos a relleno sanitario al 2025

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



68.6%

alcance meta
Cero Residuos

MX: 71.8%

CAM: 50.4%

3,586,967

m³ de relleno
sanitario liberado

MX: 3,401,396

CAM: 185,571

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

- Serán **100% reciclables**, reutilizables o compostables
- Evitarán el uso de plástico innecesario o difícil de reciclar
- Incluirán al menos 20% de material reciclado posconsumo



45.5%

de nuestros empaques son
reciclables, reutilizables o
compostables

16%

de material posconsumo
es incorporado en los
empaques de Nuestras
Marcas

Reducir **3,000 toneladas de plástico virgen** de nuestras operaciones y productos de Nuestras Marcas al 2025 en comparación con el 2020

1,881

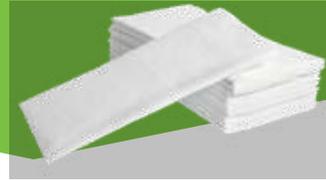
toneladas de
plástico virgen
reducidas vs. 2020
en México





3 CAPITAL NATURAL

En 2025, los productos de Nuestras Marcas utilizarán aceite de palma, papel, pulpa y madera de **fuentes sustentables certificadas**



97.6%

del volumen de aceite de palma y derivados utilizados en Nuestras Marcas cuenta con certificación RSPO o Rainforest Alliance en México

95.6%

en Centroamérica

99.4%

del volumen total de papel, pulpa y madera proviene de fuentes certificadas como FSC, PEFC y SFI, o incluye contenido reciclado en México

100%

en Centroamérica

Para 2025, los pescados y mariscos, frescos y congelados, así como el atún enlatado se abastecerán a través de **fuentes sustentables certificadas** o proyectos de mejora pesquera

82%

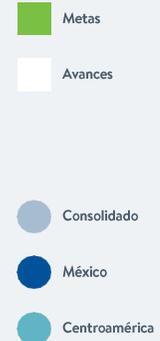
de los pescados y mariscos son certificados como sustentables o cuentan con un proyecto de mejora pesquera en México

76.1%

en Centroamérica

100%

del atún enlatado cuenta con certificación MSC en México





TEXTILES SUSTENTABLES

TEXTILES CON POLIÉSTER RECICLADO

Este año desarrollamos nuestro primer proyecto en México relacionado con la incorporación de materiales con menor impacto ambiental en nuestros productos textiles. Incluimos fibras con poliéster reciclado en la composición de seis modelos de chamarras marca George de la temporada de invierno 2021 con 44% de poliéster reciclado.



Para la fabricación de chamarras se utilizaron **163,850** botellas de PET

Se evitaron **3,000kg** evitados de CO₂e



Para 2022 tendremos en piso de venta trajes de baño para caballero y back packs con poliéster reciclado



TEXTILES COTTON

A partir de noviembre 2021, contamos con un catálogo permanente en tiendas con prendas con el Sello Cotton LEADSSM. Este programa asegura y da trazabilidad a la producción y abastecimiento sustentable de algodón a lo largo de la cadena de custodia.



Contamos con 48 modelos de prendas en piso de venta con el Sello Cotton LEADSSM

SOCIAL





NUESTRO TALENTO POR GÉNERO MÉXICO Y CENTROAMÉRICA

- Mujeres
- Hombres

231,259

asociados

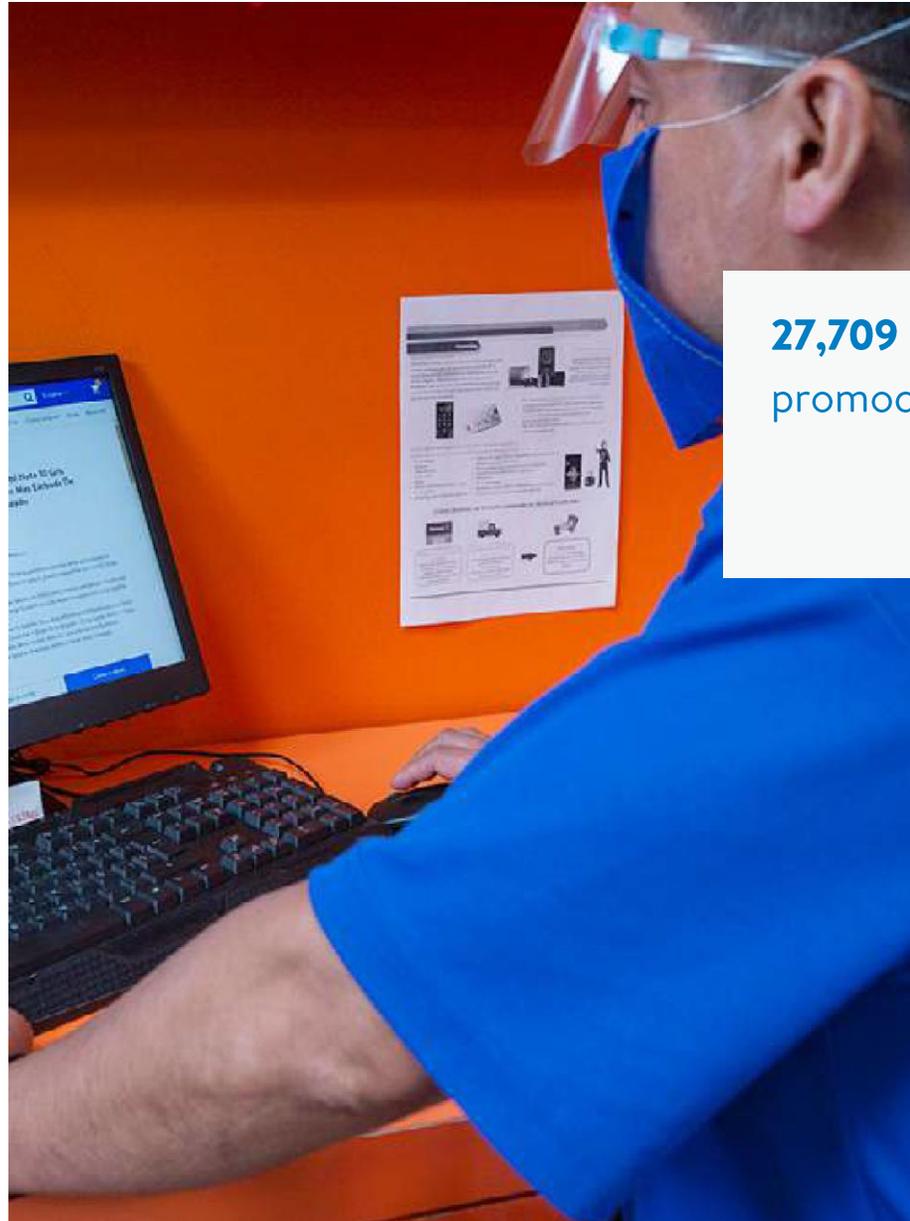
6,234

empleos generados

54%

46%





CAPACITACIÓN A ASOCIADOS

27,709
promociones

43 millones de
pesos invertidos
en capacitación

7.2 millones
de horas de
capacitación

23 horas de
capacitación
promedio por
asociado





DIÁLOGO CON ASOCIADOS

En 2021 alcanzamos:

89% de participación
total en México

57% mujeres
43% hombres

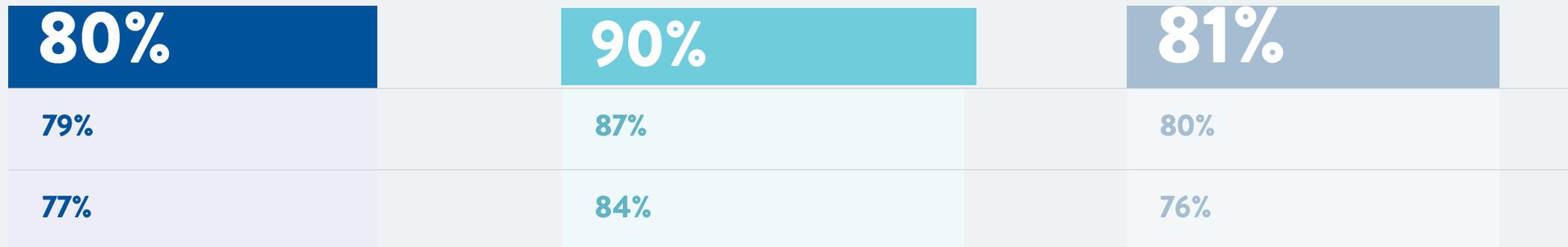
79% de participación
total en Centroamérica

45% mujeres
55% hombres

El Índice de Compromiso incrementó a
81% vs **80%** en 2020

Índice de Compromiso

■ México ■ Centroamérica ■ Consolidado





NUESTRA ESTRATEGIA DE DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN

40%

de puestos ejecutivos son ocupados por mujeres

56%

de las promociones fueron a mujeres

Nuestra meta para 2022 es el de contar con el 41% de puestos ejecutivos ocupados por mujeres

Distintivo “Mejores Lugares para Trabajar LGBTQ+”

Por quinto año consecutivo recibimos la certificación “Mejores lugares para trabajar” otorgado por Human Rights Campaign, gracias a nuestra cultura que promueve la inclusión LGBTQ+ y por construir espacios de trabajo seguros, libres de acoso y discriminación

6,792 asociados con discapacidad forman parte de nuestra fuerza laboral

+51% vs 2020

Nuestra meta en 2021 fue contar con el 2.5% de talento con discapacidad sobre el total de nuestra plantilla, logrando un alcance del 117%. Nuestra meta para 2022 es del 3%.





51,327
proveedores
en México



92%
de las mercancías
vendidas en México
se compran en el
país



93%
de nuestros
proveedores de
autoservicio son
pymes en México



34,933
proveedores
en Centroamérica



83%
de las mercancías
vendidas en
Centroamérica
se compran en la
región

86,260
Proveedores
en la región

Estamos trabajando con nuestros proveedores en programas de prevención del trabajo forzoso, de mejora y protección en las condiciones de trabajo, así como en la promoción de la dignidad de la mujer.





PEQUEÑO PRODUCTOR



En 2011, Fundación Walmart de México creó el programa Pequeño Productor, con el objetivo de incrementar el ingreso de los productores mexicanos por medio de capacitaciones que los ayuda a impulsar su proceso productivo agrícola, logístico y empresarial, dando así la oportunidad de colocar sus productos en nuestras tiendas, bajo condiciones preferenciales o en cualquier otro autoservicio e incluso exportarlos.



En 10 años hemos logrado:

36

agro-empresas vendiendo actualmente

23,637

pequeños productores capacitados

1,149

millones de pesos generados en ventas

42

cultivos beneficiados en 18 estados

1,590

empleos generados

59,000

toneladas comercializadas

1,196

comunidades donde se ha trabajado

En 2021 logramos:

569

millones de pesos de compras a pequeños productores

4,963

productores beneficiados

19%

mujeres productoras beneficiadas

86%

incremento en el ingreso





En 2021, destinamos más de 1,996 millones de pesos a proyectos que contribuyen a generar un cambio positivo y sostenible en las comunidades, mediante una combinación de ayuda en especie y en efectivo



Como parte de los recursos que invertimos para el desarrollo de las comunidades se encuentran: recursos monetarios y en especie, talento de nuestros asociados, apertura del piso de ventas a pequeños productores, 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.

2,093,085
beneficiarios impactados
1,585,034 México
508,051 Centroamérica

+1,996
millones de pesos canalizados
a través de los programas de
impacto social
1,771,086,415 México
225,869,675 Centroamérica

167
ONG que trabajan en alianza
con la compañía para maximizar
el impacto y alcance de nuestros
programas sociales
127 México
40 Centroamérica



GOBERNANZA





MEJORA CONTINUA

Monitoreamos el cumplimiento de las leyes, regulaciones, estándares, controles e iniciativas en todo nuestro negocio. Además, realizamos un seguimiento de las métricas clave y contamos con equipos de mejora continua que visitan y supervisan activamente las instalaciones con regularidad para determinar el cumplimiento de las instalaciones con los protocolos y probar la eficacia de los programas e iniciativas.



Durante 2021, realizamos 6,584 monitoreos de manera física o virtual México y Centroamérica, integradas de la siguiente forma:

México:

3,335

monitoreos de los distintos programas de Cumplimiento en unidades en operación

215

a aperturas

92

a unidades remodeladas

1,454

a farmacias

39

a carpas COVID-19



Centroamérica:

554

monitoreos aplicados

Campañas de monitoreo de:

357

Plantas de Tratamiento

91

Seguridad Alimentaria

78

Plagas

Visitas

28

para aperturas

42

para remodelaciones

25

para mantenimiento mayor

59

para levantamientos

215

mitigación y proyectos

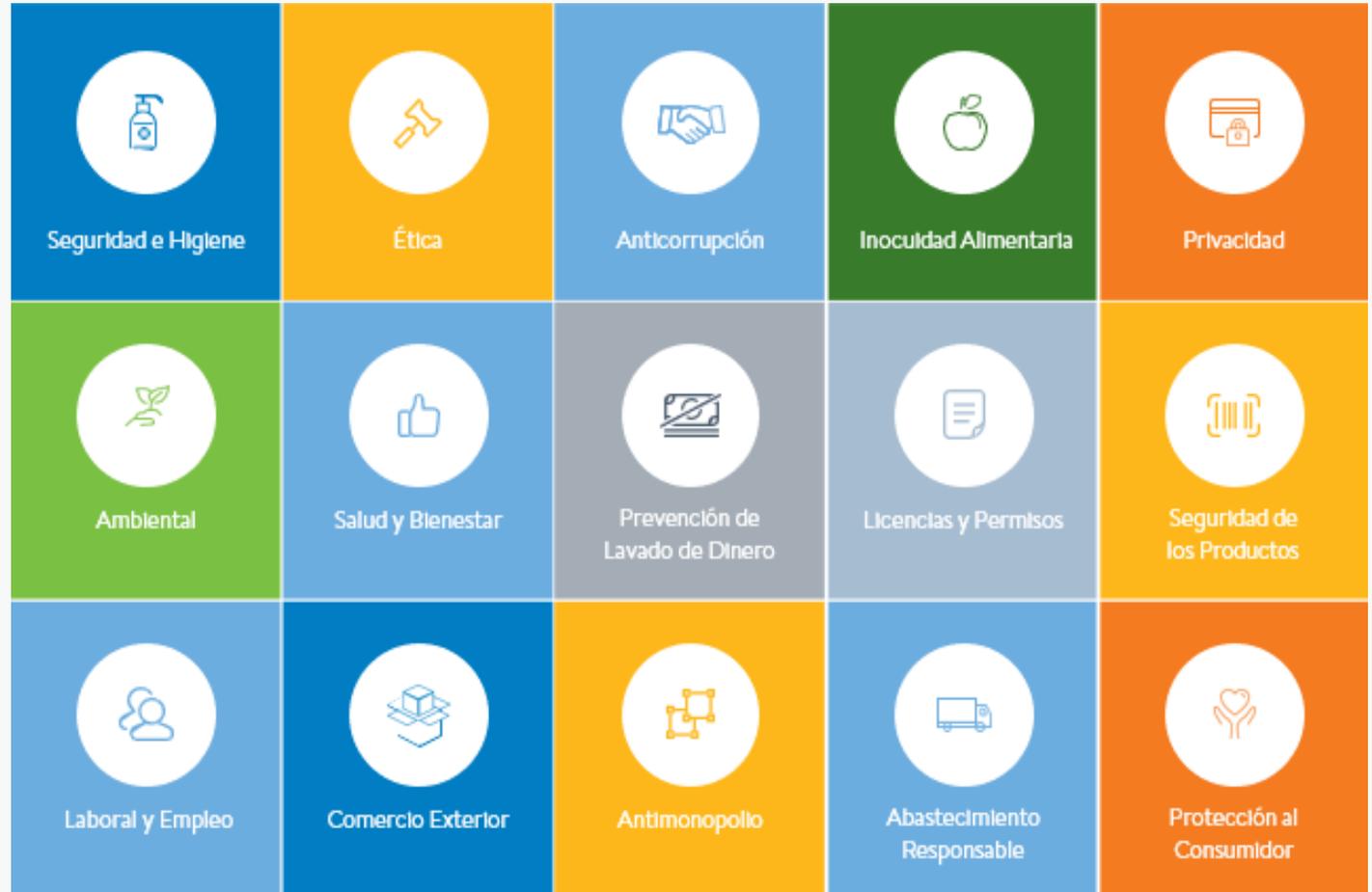


Con el fin de dar un adecuado acompañamiento a todos nuestros asociados hacia la ejecución de dicho programa, contamos con un Vicepresidente de Ética y Cumplimiento en México y un Director en Centroamérica, a cargo de un equipo conformado por más de 370 asociados dedicados a ello.

Las áreas que conforman el programa de Ética y Cumplimiento son:



De igual forma, trabajamos para identificar riesgos y mitigarlos a través de la emisión de normas y procedimientos globales y locales, así como de compartir mejores prácticas, ofrecer capacitación, monitoreo y apoyo técnico





SEGURIDAD E HIGIENE

163,138

asociados capacitados

5,727

asociados forman parte de la Comisión de Seguridad e Higiene

Debido a la aplicación de nuestros controles y medidas de seguridad en México logramos reducir 10.3% la tasa general de accidentes de asociados y 11.3% la tasa de severidad de asociados



ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

Se realizaron 7,060 auditorías en instalaciones afiliadas a los mercados de México o Centroamérica

135

representantes de proveedores han completado cursos de capacitación

82

representantes de proveedores nuevos fueron capacitados

ÉTICA

En 2021, lanzamos nuestro Código de Conducta, el cual reemplazó a la Declaración de Ética. Nuestro nuevo código refleja quiénes somos como empresa y muestra cómo llevamos a la práctica nuestra cultura de integridad en el trabajo todos los días.

Capacitación anual: impartimos 52,304 horas de capacitación sobre nuestro Código de Conducta a los asociados de Operaciones y Staff, cubriendo el 97.3% y el 96.4% respectivamente en México y el 94.8% y 98.9% en Centroamérica

ANTICORRUPCIÓN

Más de 26,300 asociados de México y 7,400 de Centroamérica, completaron una capacitación anticorrupción

585 terceros de México y 155 de Centroamérica, completaron o renovaron su capacitación anticorrupción



ÍNDICES, RECONOCIMIENTOS Y RANKINGS

ÍNDICES



Integrante del Índice
S&P/BMV Total Mexico ESG

Member of
**Dow Jones
Sustainability Indices**
Powered by the S&P Global CSA

Integrante del Índice *Dow Jones
Sustainability MILA Pacific Alliance*
por **2° año consecutivo**



Integrante del Índice **Bloomberg
de Equidad de Género**
por **5° año consecutivo**



FTSE4Good

Integrante del Índice
FTSE4Good Emerging
por **6° año consecutivo**





INFORMACIÓN PARA INVERSIONISTAS

Mercado de Cotización

Bolsa Mexicana de Valores

Relación con Inversionistas

Pilar de la Garza Fernández del Valle pilar.de@walmart.com
+52 55 5283 0289

Asuntos Corporativos

Claudia de la Vega Martínez
claudia.delavega@walmart.com
+52 55 5283 0235

ASG

Viridiana Hernández Torija
m.v.hernandez@walmart.com
+52 55 52 83 01 00 ext. 18305

Programa Patrocinado de ADR

Correspondencia de accionistas:
P.O. Box 20170
College Station, Texas 77842-3170

Correspondencia Inmediata

BNY Mellon Shareowner Services
462 South 4th Street, Suite 1600
Louisville, KY 40202
Toll free number for U.S. calls:
+1 888 269 2377
International calls:
+1 201 680 6825



Member of
Dow Jones
Sustainability Indices
Powered by the S&P Global CSA



FTSE4Good



www.mybnymdr.com
shrrelations@cpushareownerservices.com

Clave de cotización Bolsa Mexicana de Valores
WALMEX*

Programa Patrocinado de ADR
WMMVY

International OTCQX
Market TIER
WMMVY

Bloomberg
WALMEX* MM
WMMVY US

Reuters
WALMEX.Mx
WMMVY.Pk

Oficinas Corporativas
Blvd. M. Ávila Camacho 647
Colonia Periodista
Alcaldía Miguel Hidalgo
11220 Ciudad de México
walmartmexico.com
walmex.mx

[f @WalmartdeMexicoyCentroamerica](https://www.facebook.com/WalmartdeMexicoyCentroamerica)

[t @WalmartMXyCAM](https://www.twitter.com/WalmartMXyCAM)

[y WalmartdeMexicoyCentroamerica](https://www.youtube.com/WalmartdeMexicoyCentroamerica)

[i @walmartmexicoycam](https://www.instagram.com/walmartmexicoycam)

[in Walmart de México y Centroamérica](https://www.linkedin.com/WalmartdeMexicoyCentroamerica)