

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V.

BLVD. MANUEL ÁVILA CAMACHO # 647, COLONIA PERIODISTA

DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11220 MÉXICO, D.F.

TEL. (52) 55 5283-0100

walmartmexicoycam.com.mx

walmex.mx

Walmart

México y Centroamérica

LAS ACCIONES REPRESENTATIVAS DEL CAPITAL SOCIAL DE WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V., SON:

- COMUNES
- NOMINATIVAS
- SIN EXPRESIÓN DE VALOR NOMINAL
- DE LIBRE SUSCRIPCIÓN

CLAVE DE COTIZACIÓN:

WALMEX

DICHAS ACCIONES SE ENCUENTRAN INSCRITAS EN LA SECCIÓN DE VALORES DEL REGISTRO NACIONAL DE VALORES, Y SON OBJETO DE COTIZAR EN LA BOLSA MEXICANA DE VALORES.

LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE VALORES NO IMPLICA CERTIFICACIÓN SOBRE LA BONDAD DE LOS VALORES, SOLVENCIA DE LA EMISORA O SOBRE LA EXACTITUD O VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN EL PROSPECTO, NI CONVALIDA LOS ACTOS QUE, EN SU CASO, HUBIEREN SIDO REALIZADOS EN CONTRAVENCIÓN DE LAS LEYES.

REPORTE ANUAL QUE SE PRESENTA DE ACUERDO CON LAS DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL APLICABLES A LAS EMISORAS DE VALORES Y A OTROS PARTICIPANTES DEL MERCADO: **AÑO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2013.**

Las referencias que en este documento se hagan respecto al futuro desempeño de Walmart de México, S.A.B. de C.V. deberán considerarse como meras estimaciones que de buena fe ha realizado la Compañía. Dichas referencias son simplemente el reflejo de las expectativas de la administración de la Compañía y se basan en los datos que actualmente se encuentran disponibles. Los resultados reales dependerán en su totalidad de los acontecimientos, riesgos e incertidumbres que se pudieran presentar en el futuro y que llegaran a afectar el desempeño real de la Compañía.

CONTENIDO

1) INFORMACIÓN GENERAL	4
A) Glosario de términos y definiciones	4
B) Resumen ejecutivo	5
C) Factores de riesgos	29
D) Otros valores	35
E) Cambios significativos a los derechos de valores inscritos en el Registro	35
F) Destino de los fondos, en su caso.....	35
G) Documentos de carácter público.....	35
H) Contactos.....	36
2) LA EMISORA	37
I) Historia y desarrollo de la emisora	37
J) Descripción del negocio.....	38
i) Actividad principal.....	38
ii) Canales de distribución	39
iii) Patentes, licencias, marcas y otros contratos	40
iv) Principales clientes	41
v) Legislación aplicable y situación tributaria.....	41
vi) Recursos humanos	42
vii) Desempeño ambiental	44
viii) Información de mercado	49
ix) Estructura corporativa.....	50
x) Descripción de sus principales activos	51
xi) Procesos judiciales, administrativos o arbitrales	52
xii) Acciones representativas del capital social.....	52
xiii) Dividendos.....	53
xiv) Eventos relevantes posteriores al cierre del ejercicio.....	53
3) INFORMACIÓN FINANCIERA	55
K) Información financiera seleccionada.....	55
L) Información financiera por línea de negocio, zona geográfica y ventas de exportación	56
M) Informe de créditos relevantes	57
N) Comentarios y análisis de la administración sobre los resultados de operación y situación financiera	58
xv) Resultados de la Operación.....	58
xvi) Situación Financiera, Liquidez y Recursos de Capital	59
xvii) Control interno	60
O) Estimaciones, provisiones o reservas contables críticas	61
4) ADMINISTRACIÓN.....	62

P) Auditores externos	62
Q) Operaciones con personas relacionadas y conflictos de interés	62
R) Administradores y accionistas	63
S) Estatutos sociales y otros convenios	70
T) Otras prácticas de gobierno corporativo	82
5) MERCADO DE CAPITALES	83
U) Estructura accionaria	83
V) Comportamiento de la acción en el mercado de valores	83
W) Formador de mercado	84
6) PERSONAS RESPONSABLES	85
7) ANEXOS	87
X) Estados financieros dictaminados y opiniones del comité de auditoría e informes del comisario	87

1) INFORMACIÓN GENERAL

A) Glosario de términos y definiciones

ADR	American Depositary Receipt
ANTAD	Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales
Asociado	Colaborador de Walmart de México y Centroamérica
Banco Walmart	Banco comercial orientado a los clientes de las unidades en México, con una oferta básica de productos y servicios financieros (Banco Wal-Mart de México Adelante, S.A., Institución de Banca Múltiple)
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
Centro de Distribución	Instalación en donde se recibe mercancía de los proveedores y se distribuye a cada tienda
Clubes de precio	Tiendas con membresía, enfocadas en negocios y consumidores que compran a los mejores precios
CNBV	Comisión Nacional Bancaria y de Valores
CO₂eq	Dióxido de carbono equivalente
Departamentales	Tiendas de ropa que ofrecen lo mejor de la moda para toda la familia, a los mejores precios
EBITDA	Flujo operativo equivalente a la utilidad de operación antes de ingresos financieros, amortización, depreciación e impuestos
eCommerce	Comercio electrónico
GEI	Gases de efecto invernadero
GRI	Global Reporting Initiative
ISR	Impuesto Sobre la Renta
IVA	Impuesto al Valor Agregado
PIB	Producto Interno Bruto
Piso de venta	Superficie destinada para la venta de mercancía
Precios Bajos Todos los Días	Filosofía permanente de Walmart de México y Centroamérica, orientada a contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias de la región
PyMEs	Pequeñas y Medianas Empresas
Restaurantes	Unidades líderes en el segmento de restaurante-cafetería
Supermercados	Tiendas de autoservicio ubicadas en zonas residenciales
Tiendas ISSSTE	Tiendas del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado
Tiendas UNAM	Tiendas de la Universidad Nacional Autónoma de México
Total ingresos	Ventas netas más otros ingresos
Ventas netas	Ingresos provenientes de la venta de mercancía en nuestras unidades

Walmart	Tiendas de autoservicio que ofrecen el más amplio surtido de mercancía; desde abarrotes y perecederos, hasta ropa y mercancías generales
Walmart de México y Centroamérica	Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.
WALMEX	Clave de cotización de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.
Zona Centro de México	Comprende los estados de Aguascalientes, Colima, Hidalgo, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Morelos, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí y Tlaxcala
Zona Metropolitana de México	Comprende el Distrito Federal y zona conurbana
Zona Noreste de México	Comprende los estados de Nuevo León y Tamaulipas
Zona Noroeste de México	Comprende los estados de Baja California Norte, Baja California Sur, Nayarit, Sinaloa y Sonora
Zona Norte de México	Comprende los estados de Coahuila, Chihuahua, Durango y Zacatecas
Zona Sureste de México	Comprende los estados de Campeche, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán
Zona Suroeste de México	Comprende los estados de Guerrero, Chiapas y Oaxaca

B) Resumen ejecutivo

Walmart de México y Centroamérica es una de las empresas líderes del sector detallista en la región con actividad en seis países: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México y Nicaragua con presencia en 540 ciudades. Al 31 de diciembre de 2013, operaba 2,861 unidades comerciales, (incluyendo tiendas de autoservicio, clubes de precios con membresía, tiendas de ropa) y 201 sucursales bancarias.

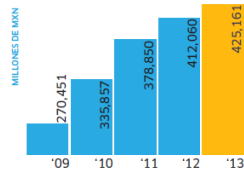
Durante el año 2013, Walmart de México y Centroamérica obtuvo los siguientes resultados:

Datos financieros	Millones de pesos		Crecimiento
	2013	2012	(%)
RESULTADOS			
Ventas netas	\$ 420,577	\$ 407,843	3.1
Otros ingresos	4,584	4,217	8.7
Total ingresos	425,161	412,060	3.2
Utilidad bruta	93,624	90,228	3.8
Gastos generales	62,102	58,541	6.1
Utilidad de operación	31,532	31,422	0.4
Flujo operativo (EBITDA)	40,222	39,860	0.9
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	31,517	31,823	-1.0
Impuestos a la utilidad	9,517	9,237	3.0
Utilidad neta (Participación controladora)	\$ 22,717	\$ 23,275	-2.4
POSICIÓN FINANCIERA			
Caja	\$ 21,129	\$ 28,163	-25.0
Inventarios	43,795	39,092	12.0
Otros activos	19,510	12,909	51.1
Activo fijo	121,083	117,377	3.2
Crédito mercantil	24,745	24,745	0.0
Total activo	\$ 230,262	\$ 222,286	3.6
Proveedores	\$ 47,609	\$ 44,770	6.3
Otros pasivos	39,702	37,679	5.4
Capital Contable	142,931	139,701	2.3
Participación no controladora	20	136	-85.3
Total pasivo y capital contable	\$ 230,262	\$ 222,286	3.6

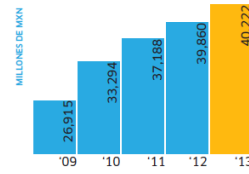
Bajo las Normas Internacionales de Información Financiera

Resultados financieros 2013

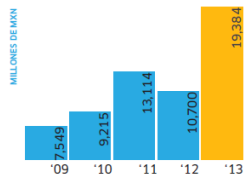
Este año, en Walmart de México y Centroamérica logramos crecer las ventas y el flujo operativo incluso en un entorno complejo. Expandimos nuestra presencia con nuevas unidades, invertimos en la remodelación y mantenimiento de nuestra base de tiendas y lanzamos nuevos canales que nos permitirán seguir atendiendo a un creciente número de clientes en el futuro. Además, retribuimos con cifras récord a nuestros accionistas en pago de dividendo y recompra de acciones.



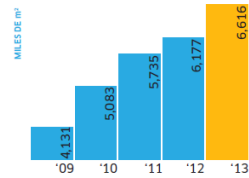
ingresos totales*



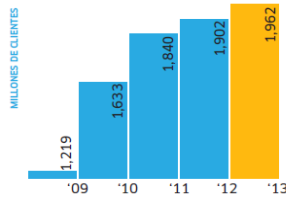
flujo operativo (ebitda)*



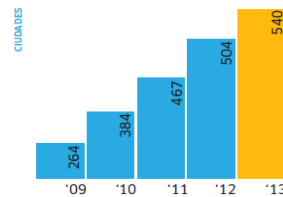
dividendo y recompra de acciones



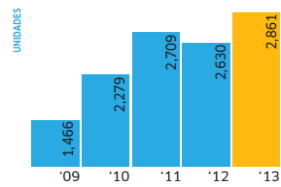
piso de venta total



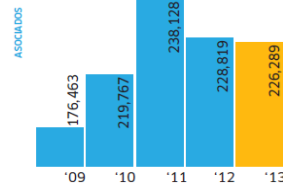
clientes atendidos*



ciudades con presencia*



unidades totales*



número de asociados*

* No incluye Vips en 2012 y 2013

A nivel consolidado:

- Los ingresos totales registraron 425,161 millones de pesos, un crecimiento de 3.2%.
- El flujo operativo (EBITDA) ascendió a 40,222 millones de pesos.
- La generación de efectivo sumó 40,042 millones de pesos, lo que permitió financiar:
Inversión en activo fijo por 13,987 millones de pesos, destinados a la apertura de 235 unidades, remodelaciones, mantenimiento de nuestra capacidad instalada y en el negocio del futuro: eCommerce.
- Cifra récord en la historia de Walmex en pago de dividendos y recompra de acciones por 19,384 millones de pesos, 16,056 y 3,328 millones respectivamente.
- Los gastos generales excluyendo el cargo no recurrente por gasto de arrendamiento crecieron 5.2%, menos que el 7.1% de la expansión en nuestro piso de ventas.
- Nuestro balance cerró con 21,129 millones de pesos en efectivo.

En México, seguimos creciendo a pesar de un entorno macroeconómico retador:

- Los ingresos totales ascendieron a 367,731 millones de pesos, creciendo 3.4%.
- El flujo operativo (EBITDA) registró 36,778 millones de pesos, 10.0% como porcentaje de los ingresos.
- La capacidad instalada aumentó 7.2% gracias a la apertura de 214 unidades.

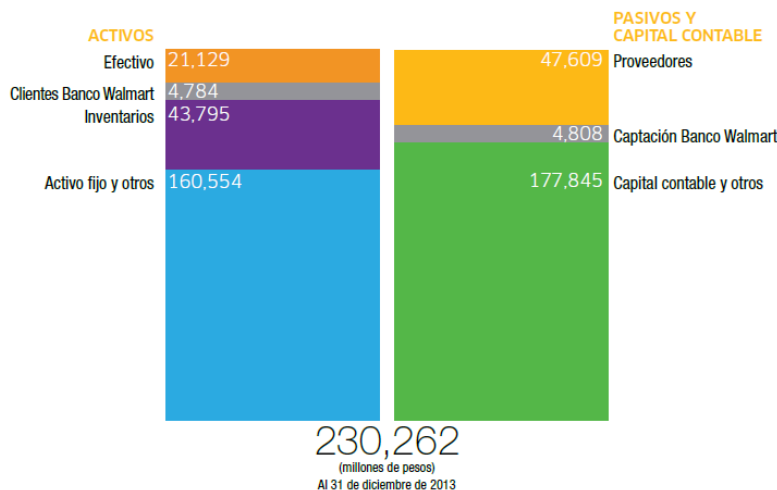
En Centroamérica, recuperamos la rentabilidad como reflejo de los beneficios de la integración de sistemas, procesos y formatos a los de la operación en México:

- Los ingresos totales alcanzaron los 57,430 millones de pesos, incrementando 2.1% y 5.7% sin efecto cambiario.
- El margen creció 10.1% y representó 22.4% de los ingresos.
- La utilidad de operación aumentó a 2,116 millones de pesos al crecer 45.0%.
- El flujo operativo (EBITDA) generó 3,444 millones de pesos, creciendo 24.3%.
- La capacidad instalada creció 6.1% por la apertura de 21 unidades, permitiendo apalancar nuestros gastos generales que crecieron 5.8%.

Los resultados del 2013, son el producto de significativos ajustes estratégicos dado el desafiante entorno económico. Estos confirman nuestra solidez financiera que permitió expandirnos y retribuir la confianza a nuestros accionistas.

CONSOLIDADO (Excluyendo Vips)				
	2013	2012	% CREC.	
Total ingresos (millones de pesos)	425,161	412,060	3.2	
% de los ingresos	Margen bruto	22.0	21.9	3.8
	Gastos generales	14.6	14.2	6.1
	Utilidad de operación	7.4	7.6	0.3
	Flujo operativo (EBITDA)	9.5	9.7	0.9

Información financiera bajo las Normas Internacionales de Información Financiera



1. Simplificar el negocio

Contar con un negocio flexible, capaz de responder y dar soluciones específicas a cada tipo de cliente de manera ágil y adaptarnos a la evolución de sus necesidades, es el primer paso para continuar siendo líderes en nuestro sector. Así, teniendo a nuestra cliente como eje, simplificamos nuestra estructura comercial e impulsamos eficiencias operativas.

Siempre atentos a mejorar nuestra operación en beneficio de las clientas, en 2013 modificamos la estructura comercial y operativa de la Compañía. La simplificación consistió en dividir la operación en México en dos unidades de negocio: Autoservicios y Negocios Especializados, cada una con un enfoque a realizar cambios y adaptarse a las tendencias económicas y de consumo mostradas durante el año.

División Autoservicios

Esta nueva división, que incluye a Bodega, Walmart y Superama, nos permite alinear el potencial del Autoservicio al centralizar las funciones de compras antes divididas por negocio. La centralización de compras tiene como propósito contar con compradores especializados en su área, dotados de las herramientas necesarias para ser más eficientes al integrar las compras de los formatos de Autoservicio y diferenciar la oferta de cada uno. Un apoyo fundamental para el cumplimiento de sus funciones es la nueva área de inteligencia del cliente y del mercado, que permite construir la propuesta comercial diferenciada para cada uno de nuestros formatos. Con este mayor conocimiento de la cliente y la creación del proceso de planeación único, se fortalece la oferta regional. Ahora, los asociados elaboran una estrategia integral por categoría, siendo responsables de los productos, de la planeación, del diseño de modulares y de la determinación de precios.

Por otra parte, la centralización de compras en Autoservicio nos permite apalancar nuestras relaciones con proveedores, al diseñar con ellos programas más eficientes y de mayor impacto. Uno de ellos es la planeación comercial con una calendarización de ciclos definidos de compras, un proceso más proactivo y eficiente para el proveedor, ya que puede programar su producción, entregas y esquema comercial con anticipación.

La estructura actual no sólo ha contribuido significativamente a simplificar nuestra operación a través de una mayor especialización y una mejor alineación comercial, sino que ha demostrado resultados positivos, principalmente una oferta comercial más enfocada en nuestras clientas y a mejores precios.

La organización operativa por formato se mantiene intacta, con lo que cada negocio puede enfocarse en manejar sus unidades tal y como se había estado haciendo antes de la centralización de compras.

División Negocios Especializados

La división Negocios Especializados agrupa a Sam's Club y Suburbia, negocios que por su naturaleza atienden diferentes necesidades.

El cambio de estructura ha resultado muy positivo para los negocios de esta división, ya que ha agilizado la toma de decisiones al tener claramente diferenciadas las estrategias y acciones para cada uno; esto nos permite darle soluciones específicas a cada negocio y enfocarnos en cada tipo de cliente y socio.

En Sam's Club, nos reenfoCAMOS en la propuesta de valor para el socio individual y de negocio con el propósito de atender sus necesidades particulares. Con ello, nuestros socios podrán estar convencidos del gran valor que tiene su membresía, ya que hemos reforzado nuestra oferta con mercancía básica a precios muy competitivos y productos altamente diferenciados.

A Suburbia se le asignó la responsabilidad de la división de ropa para Autoservicio, con lo que hemos logrado alinear los procesos de todas las divisiones de ropa, beneficiando así a las clientas que compran en nuestras tiendas de Autoservicio, ya que ahora cada formato les ofrece justamente lo que ellas esperan y necesitan. Asimismo, al alinear los procesos de todas nuestras divisiones de ropa, generamos importantes ahorros que se reflejan en mejores precios.

La reorganización y alineación de áreas nos permite diseñar estrategias más eficientes con proveedores, optimizar el uso de materias primas, potencializar las marcas propias y trabajar en equipo como verdaderos mercaderes para ofrecer a nuestras clientas y socios ropa de moda con el mejor precio, surtido y calidad.

Por otra parte, tomamos la importante decisión de vender nuestro segmento de restaurantes conformado por: Vips, El Portón, Ragazzi y la Finca, con el fin de enfocar nuestros esfuerzos comerciales en el negocio de ventas al detalle. Con fecha 9 de septiembre de 2013, se llegó a un acuerdo de venta con Alsea, S.A.B. de C.V., y sólo queda pendiente la aprobación de las autoridades competentes para concretar la operación. Está asegurada la continuidad de la operación dados los acuerdos de soporte mientras se concreta la escisión de esta división.

Centroamérica

En Centroamérica, simplificamos el negocio abordando varias estrategias. Implementamos la herramienta de “Tiendas Hermanas”, que consiste en seleccionar tiendas con similar desempeño para homologar niveles de inventario, hacer compras por volumen de mercancía y buscar eficiencias operativas. Con esto, se han logrado en seis meses importantes ahorros, gracias a la mejor administración de las horas trabajadas por nuestros asociados en tienda. Otra acción fue la programación eficiente de jornadas laborales en todas las tiendas para asegurar la disciplina operativa. También implementamos el resurtido automático en mercancías generales y centralizamos las áreas de compras de mercancías generales y textil en una sola unidad de negocio que atiende a los cuatro formatos. De esta manera, se obtienen sinergias que impulsan las ventas y los márgenes en estos departamentos.

2. Enfocarnos en la clienta

Nuestras clientas siempre han sido la razón de ser del negocio, este año de manera más puntual, hemos colocado a nuestra clienta en el centro de todo lo que hacemos, con el fin de escucharla y conocerla cada vez mejor para desarrollar una oferta acorde a sus cambiantes necesidades, cumpliendo con sus expectativas y continuar siendo líderes de sus preferencias.

Conocer, entender y satisfacer a nuestras clientas es la base para brindarles una experiencia de compra única. Este año implementamos diversas acciones para hacer realidad esta propuesta.

- Creamos la Vicepresidencia de Inteligencia del Cliente y del Mercado, dedicada a analizar cada aspecto involucrado en la satisfacción de nuestras clientas para ofrecerles en anaquel el producto que desean, a precio acorde con sus necesidades y expectativas.
- Obtuvimos a través de paneles, información de sus opiniones respecto a nuestros distintos formatos de negocio desde una perspectiva nacional y regional con la que se generan nuevas ofertas comerciales para lograr mantenernos a la vanguardia en el sector detallista.
- Para verificar la experiencia de compra, fortalecimos la práctica de “mystery shopper”, que nos permite monitorear los estándares de ejecución en puntos de venta, observar el cumplimiento de procesos de servicio establecidos en todas las tiendas del grupo y asesorar a los equipos operativos para que lleven a cabo procesos de mejora continua en la atención a clientas y exhibición de productos.
- Para tener contacto directo con la clienta, pusimos a su disposición un centro de atención telefónica, que funciona como punto de enlace y lleva a cabo gestiones para atender y solucionar los comentarios e inquietudes comunicadas.

Con estas medidas se logró un avance considerable en el entendimiento de los cambios en el mercado y en los nuevos hábitos de compra de nuestras clientas, así como la mejora en la comunicación e interacción con ellas. A partir de esto, hemos implementado un proceso de regionalización con información de mercado y compras a proveedores regionales; con lo que ahora nuestras clientas encontrarán en nuestras tiendas productos que anteriormente adquirían en un mercado tradicional.

Por otra parte, hemos reforzado en nuestros formatos la diferenciación que los caracteriza, ya que cada uno se enfoca en las necesidades específicas de determinados segmentos con una propuesta de valor distinta.

Bodegas y Tiendas de Descuento

A través de este formato, seguimos ofreciendo mercancía de primera necesidad, alimentos y artículos para el hogar a los precios más bajos del mercado. Este año, en las Bodegas simplificamos nuestro catálogo de artículos, concentrándonos en los más relevantes para la clienta, incrementamos la participación de nuestras marcas propias y reforzamos nuestra estrategia comercial ampliando el diferencial de precios contra la competencia. De esta manera,

apoyamos a nuestras clientas con programas de puntos de precio bajo y campañas como “Precio Bodega” y “Surte tu despensa con morralla”, con la cual vendimos cerca de 80 millones de piezas de artículos de 5, 10, 15 y 20 pesos.

Durante este año, abrimos 183 tiendas nuevas. En el mes de agosto, abrimos nuestra unidad 1,500 en México en el Estado de Michoacán. Asimismo, creamos una estructura dedicada a fortalecer la diferencia de la propuesta comercial de nuestros tres formatos, orientando la oferta de productos y precios de acuerdo a momentos de compra y lugares distintos. Lo anterior nos permitirá acelerar el crecimiento de nuestros formatos en 2014.

Walmart

Con una propuesta de valor de surtido y precio, en los hipermercados Walmart ofrecemos la más amplia variedad de mercancía: abarrotes, perecederos, ropa y mercancías generales. Asimismo, continuamos mejorando la experiencia de compra de nuestras clientas, ofreciéndoles artículos regionales y de temporada en 263 tiendas en los seis países.

Apegados a nuestra propuesta de apoyar a nuestras clientas para que ahorren dinero y vivan mejor, durante el año implementamos diversas estrategias comerciales que complementamos con campañas publicitarias. Desde “Ahorra más en Walmart”, con la que ofrecimos precios muy atractivos principalmente en alimentos y consumibles. Los “Viernes de Frescura” se adicionaron a los ya tradicionales martes, con atractivos puntos de precio en frutas y verduras. “Siempre encuentras TODO y pagas menos”, una exitosa campaña de reposicionamiento orientada a destacar nuestra principal fortaleza, el surtido, fue protagonizada por “Carrito”, un simpático y colorido personaje que guía a las clientas hacia los precios más bajos en una amplia gama de productos. Gracias a nuestras estrategias bien implementadas, observamos una respuesta favorable con resultados positivos ya que consistentemente se revisan miles de precios frente a la competencia, con el fin de garantizarle a nuestras clientas Precios Bajos Todos los Días.

Supermercados

A través del nivel de servicio y pensando en el beneficio de la clienta, los Supermercados se caracterizan por ofrecer una amplia gama de productos básicos y diferenciados. Es por ello que durante este año se implementaron diversas campañas buscando seguir superando las expectativas de la clienta. En especial se destacó: la oferta de valor en frutas y verduras y otros perecederos, la extensa selección en vinos y licores, la ampliada variedad de alimentos preparados y la especialización de farmacia.

Gracias a la apertura de cinco unidades, los supermercados cuentan con 192 tiendas en 45 ciudades. En la búsqueda de seguirse distinguiendo por innovar en la atención y el servicio a la clienta y tomando en cuenta la evolución de su estilo de vida, ha desarrollado exitosos medios para seguir llevando su propuesta de valor. En México, Superama ofrece el servicio de entrega a domicilio realizando pedidos desde superama.com.mx, por teléfono y a través de la aplicación Superama Móvil para iOS, Android y Windows.

Sam’s Club

2013 fue un año retador para el formato, registrando una contracción en sus resultados. Por ello, Sam’s Club se enfocó en profundizar el conocimiento de los socios para brindarles una propuesta de valor acorde con sus expectativas. Se logró la retroalimentación mediante indicadores de experiencia y satisfacción evaluando aspectos generales, intención de recomendación y renovación; se fortaleció la relación con los socios a través de estrategias de recuperación, con las que hemos recobrado más socios.

Además, para cada segmento de socios implementamos medidas focalizadas. Para el socio individual lanzamos programas de Precios Bajos Todos los Días en artículos básicos, fortalecimos nuestra propuesta en artículos diferenciados de proveedores globales, mejoramos nuestros catálogos en artículos para el hogar, hicimos más atractivas las compras en volumen y lanzamos nuevos eventos con conceptos temáticos de tecnología, belleza y alimentos. Para el socio de negocio, invertimos en precio en artículos relevantes, garantizamos el surtido en la mercancía líder en ventas, mejoramos la propuesta de artículos para los mayoristas y lanzamos planes de afiliación a socios potenciales cercanos a nuestros clubes.

Durante este año logramos inaugurar 14 clubes en 11 estados ampliando nuestra presencia a 87 ciudades en México y Centroamérica, reconociendo el potencial comercial que tiene el segmento de clubes de precio.

Suburbia

En nuestras tiendas de ropa, la propuesta de valor es moda con la mejor relación de valor, precio y calidad para toda la familia. Con la apertura de 10 nuevas tiendas en México, hoy ofrecemos “Moda para la vida real” a más familias mexicanas a través de 109 unidades en 42 ciudades y 29 estados. Además de llegar a un mayor número de poblaciones, hemos incrementado la eficiencia y productividad en nuestros pisos de venta.

Por otra parte, se decidió centralizar en Suburbia la compra de ropa para los formatos de autoservicio. Ahora nuestros equipos especialistas en ropa apalancan su fortaleza en la negociación con proveedores mientras se consiguen eficiencias en nuestra cadena de abasto y se reducen costos que pueden ser trasladados a la cliente de todos nuestros formatos y así consolidar nuestra clara diferenciación de surtido y Precios Bajos Todos los Días.

Centroamérica

Un importante logro del año fue haber concluido la homologación de procesos, sistemas y formatos, así como la de protocolos de servicio con los de México. Con el propósito de incrementar nuestro conocimiento de los gustos, preferencias y hábitos de compra de nuestras clientas, ajustamos nuestros planes comerciales, de comunicación en medios y en puntos de venta. Nos enfocamos en mejorar nuestros niveles de abasto, especialmente en mercancía importada; incorporamos productos que anteriormente sólo se encontraban en los mercados tradicionales y garantizamos el mejor precio en los artículos más relevantes para nuestras clientas. Comprometidos con mejorar constantemente nuestra propuesta de valor, reforzamos nuestra estrategia de Precios Bajos Todos los Días.

Particularmente, este año observamos los beneficios de la integración de la región, reflejados en el crecimiento y la recuperación de la rentabilidad de Centroamérica, que fueron temporalmente sacrificados para cimentar la estrategia de largo plazo de la Compañía, reconociendo que todavía existe un gran potencial para materializar sinergias y eficiencias.

3. Impulsar la productividad

Un entorno económico complejo trae consigo nuevos retos, para poder enfrentarlos exitosamente, en 2013 nos exigimos y logramos ser un negocio más eficiente al optimizar recursos, reducir gastos y ampliar nuestra base de proveedores, lo que nos permite mantener nuestros costos bajos.

Históricamente, nuestra fortaleza se ha basado en gran medida en tener una operación eficiente. Esta posición exige tener costos bajos para poder ofrecer los precios correctos, esto es posible al mejorar continuamente nuestros procesos para asegurar una ejecución y operación eficientes. Por ello, durante 2013 creamos un área que de manera formal se encarga centralizadamente de la administración de proyectos de eficiencia y coordina las iniciativas de productividad de todos los formatos y áreas en los seis países.

Avances en productividad en tiendas, clubes y centros de distribución

En nuestras tiendas y clubes en México la productividad de nuestros asociados registró una mejoría de 3.0% a unidades comparables. Esto gracias a que logramos incrementar el número de unidades vendidas por hora trabajada.

Un pilar esencial para apoyar el crecimiento rentable del negocio y lograr ahorros importantes es nuestra operación logística, conformada por una extensa red de distribución y soportada en centros de distribución en México y Centroamérica. Con esta infraestructura aseguramos el manejo eficiente y la entrega puntual de la mercancía que las clientas buscan en nuestras tiendas de todos los formatos. En los centros de distribución localizados en seis ciudades de México, operamos un volumen de más de 1,800 millones de cajas y mejoramos nuestra productividad cajas por hora hombre en 12.2% en relación a 2012. Recorrimos más de 200 millones de kilómetros y efectuamos cerca de 700 mil viajes de entrega de mercancía hacia nuestras tiendas y otros centros de distribución.

En los centros de distribución de Centroamérica, logramos el 100% de integración a los sistemas Walmart, mejorando la administración de nuestros inventarios y de la información, logrando una mayor productividad. De igual manera, incrementamos la eficiencia en el manejo de mercancía moviendo más cajas por hora hombre.

Productividad en energía y áreas de compras

Otro avance en productividad en México es el ahorro derivado de la reducción en el consumo de energía en tiendas, una disminución de 3.3% y 61 millones de kWh; lo que equivale al consumo anual de 34 mil casas y a dejar de emitir 30 mil toneladas de CO₂ al ambiente. Estos ahorros se lograron con iniciativas como la instalación de puertas en vitrinas de refrigeración en tienda, la modernización en el sistema de iluminación con focos LED en unidades, entre otras.

Por otra parte, gracias a la nueva estructura comercial, la productividad de nuestros departamentos de compras mejoró significativamente debido a la nueva dinámica de centralización. Al enfocarse en el área de su especialidad, se logran mayores eficiencias en los procesos, la selección y segmentación de mercancía. La atención se enfoca a los proveedores al tener ahora un único contacto, en vez de diferente comprador en cada formato.

A nivel consolidado, las iniciativas de productividad descritas y el manejo disciplinado de los gastos nos han permitido incrementarlos a menor ritmo que el crecimiento del piso de venta. Los gastos generales excluyendo el cargo no recurrente por gasto de arrendamiento crecieron 5.2%, mientras que nuestro piso de ventas aumentó 7.1%.

Migración de procesos administrativos a Costa Rica

Tener una empresa flexible, preparada para adecuarse a las necesidades siempre cambiantes de las clientas también exige contar con una administración de alto rendimiento. Esto se ha logrado con el Centro de Servicios Compartidos para Latinoamérica (GSSLA), ubicado en San José, Costa Rica, donde se consolidó el procesamiento de las operaciones y transacciones financieras no sólo de la operación de México y Centroamérica, sino de otros países Latinoamericanos donde Walmart tiene presencia.

GSSLA es una organización orientada al servicio, que brinda soporte a nuestros clientes internos al consolidar procesos contables, sistemas y operaciones transaccionales. Entre las operaciones que se migraron destacan: la administración de cuentas por pagar y por cobrar, la gestión de activos y datos maestros, la contabilidad central, el procesamiento de la nómina, el análisis de pago y aclaración a proveedores. Los beneficios que se obtienen de esta migración son: ahorros operativos, estandarización de procesos, implementación de mejores prácticas y apalancamiento de costos de dirección y soporte.

Procesos estandarizados que generan productividad: ISO 9001 desde 2008

En Walmart de México y Centroamérica buscamos siempre la forma de hacer más eficientes nuestros procesos para mantener y elevar la calidad en todas nuestras operaciones, en beneficio de nuestras clientas y asociados. Como reconocimiento a esta constante búsqueda de la eficiencia y la productividad, este año recibimos el Certificado del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2008 otorgado por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) por el proceso de recuperación y guardado de documentos fiscales como facturas de compraventa de mercancía para las tiendas de autoservicio, restaurantes y clubes de precio, así como de consumo interno y pago de proveedores. Con este certificado sumamos 14 procesos con ISO en las áreas de Logística, Administración y Finanzas, Contabilidad, Finanzas Operativas, Cumplimiento Fiscal e Impuestos de Nómina. Otros seis procesos certificados con ISO 9001:2008 se han transferido al GSSLA.

Capacitación y asesoría a proveedores

Conscientes de que nuestros proveedores son socios fundamentales para llevar a cabo nuestras estrategias, buscamos con ellos una relación de mutuo beneficio, siempre en favor de nuestras clientas. Trabajamos con micro, pequeños, medianos y grandes proveedores, con quienes establecemos relaciones estratégicas de largo plazo, con el fin de obtener siempre productos de la mejor calidad y buen precio.

En Walmart buscamos constantemente ampliar la base de proveedores regionales, así como de pequeños y medianos proveedores, brindándoles apoyo a través de oportunidades de mejora y el acceso a programas que incrementen su capacidad. Durante el año, ofrecimos capacitación y consultoría a 1,700 proveedores en México para que pudieran determinar el valor comercial de sus productos y elementos para competir. Además, impartimos más de 800 horas hombre de consultoría comercial gratuita a través de nuestra página de internet y tuvimos presencia en eventos para detectar PyMEs. En Centroamérica, apoyamos a 299 proveedores en 17 sesiones.

Impulsar el crecimiento de los proveedores también implica apoyarlos financieramente. Es por ello que redujimos los periodos de pago a más de 600 pequeños y medianos proveedores impulsando su liquidez. A través del programa

Credimpulsa de Banco Walmart, otorgamos financiamiento a tasas competitivas y con procesos de autorización muy ágiles, basados en la relación comercial que tienen con Walmart en cualquiera de sus formatos.

4. Invertir en nuestro crecimiento futuro

Una de nuestras ventajas competitivas ha sido la constante inversión para crecer a largo plazo. Para construir el negocio del futuro este año realizamos algunos cambios entre ellos: la integración de procesos, sistemas y homologación de formatos en Centroamérica, la migración de procesos administrativos al GSSLA, la inversión en nuevas unidades y en infraestructura sustentable, la modernización de los centros de distribución y el lanzamiento de walmart.com.mx con lo que evolucionamos y abrimos nuevos canales de comunicación y venta para nuestras clientas.

Integración de sistemas en Centroamérica

Durante el 2013 se concluyó la integración de procesos, sistemas y la homologación de formatos en Centroamérica a los existentes en México. Ahora tenemos mayor visibilidad de la operación e inventarios, reflejando mejores resultados comerciales. A futuro, la información generada por nuestros sistemas en Centroamérica nos ayudará a comprender mejor los hábitos de consumo de nuestras clientas, segmentar el negocio, optimizar la propuesta de valor, manejar flexiblemente los precios y alinear los formatos.

Centro de Servicios Compartidos para Latinoamérica (GSSLA)

Con la visión de continuar creciendo y optimizar nuestros procesos, creamos el Centro de Servicios Compartidos para Latinoamérica (GSSLA) ubicado en San José, Costa Rica, donde centralizamos los procesos administrativos de la empresa relacionadas con el manejo de transacciones, tales como: administración de cuentas por pagar y por cobrar, la gestión de activos, la contabilidad central, el procesamiento de la nómina, el análisis de pago y la aclaración a proveedores. La estrategia del GSSLA, alineada a los tres pilares estratégicos de crecimiento, apalancamiento y retorno de la inversión, creará beneficios en los países de la región, organizaciones, áreas diversas y asociados que atiende.

Inversión en nuevas unidades

Confiados en las oportunidades de crecimiento que nos brindan los seis países donde operamos, decidimos continuar extendiendo nuestra propuesta de valor, durante el año invertimos 13,987 millones de pesos en 235 unidades nuevas de nuestros diferentes formatos de negocio, lo que representó un incremento de 7.1% en la capacidad instalada con respecto al año anterior. Esto nos permitió llevar nuestra propuesta de valor a 36 nuevas ciudades, teniendo ahora presencia en 540 ciudades con las 2,861 unidades en México y Centroamérica que en conjunto suman 6,616,009 m² de piso de venta.

Inversión en infraestructura sustentable

Para continuar creciendo sustentablemente sin que nuestra operación impacte en el medio ambiente es imperativo que las estrategias de crecimiento contemplen reducir el consumo de agua y energía, optimizar el manejo de residuos, promover la sustentabilidad ambiental en la cadena de suministro y cuidar de la biodiversidad.

Es por ello que durante 2013 en México realizamos inversiones como: la ampliación del número de plantas de tratamiento de agua a 642, que permitió la reducción en 7.9% del consumo de agua en tiendas comparables respecto a 2012. En unidades del país se instalaron puertas en vitrinas de refrigeración y se modernizó la iluminación con tecnología LED reduciendo el consumo de energía eléctrica en 61 millones de kWh, un ahorro del 3.3% frente a 2012. Inició operaciones en México una nueva planta de energía eólica en el Istmo de Tehuantepec que tendrá capacidad de proveer energía a 886 unidades. También promovemos mejores prácticas sustentables de nuestros proveedores para reducir el uso de materias primas e incrementar el uso de materiales reciclados y renovables. También hemos implementado estrategias, políticas y procedimientos que garantizan la protección de la biodiversidad tanto durante las etapas de construcción como a lo largo de la vida operativa de nuestras unidades.

Inversión en infraestructura en centros de distribución

Durante el 2013 implementamos múltiples proyectos de inversión que contribuyeron a hacer más eficiente nuestra operación logística e incrementar nuestra capacidad de distribución para el servicio a tiendas y clubes. En los centros de distribución de la zona metropolitana de la ciudad de México mejoramos la atención a más de 100 clubes y optimizamos el flujo de recepción de proveedores y la transferencia de mercancía entre centros de distribución.

Implementamos programas para optimizar la utilización de nuestra flota de remolques sin afectar nuestras operaciones, colocamos GPS en cada una de nuestras unidades mejorando la rastreabilidad para la mejor toma de decisiones y automatizamos más procesos que nos permiten aumentar nuestra capacidad de reacción en periodos de alto volumen y asegurar la mercancía en las unidades para tener temporadas exitosas.

eCommerce

Cada vez más clientes prefieren la conveniencia de realizar sus compras en línea por lo que, conscientes de esta creciente tendencia en sus hábitos de compra, en junio lanzamos nuestro portal de comercio electrónico walmart.com.mx. En tan sólo siete meses de operación, nuestro sitio tuvo más de 28 millones de visitas. De hecho, de acuerdo con la firma Comscore, walmart.com.mx es hoy el sitio de comercio electrónico en la categoría de retail con mayor audiencia en todo México. Con más de 60 kioscos de eCommerce en algunas unidades, nuestras clientes pueden interactuar con nosotros realizando sus pedidos desde la tienda y pagando en nuestra amplia línea de cajas.

El lanzamiento de walmart.com.mx se sumó a los otros portales de comercio electrónico con los que ya contamos: sams.com.mx, superama.com.mx y vudu.mx. Este año, se realizaron mejoras a superama.com.mx y relanzamos la aplicación de Superama para iOS, Android y Windows. De hecho, a través de su portal, del teléfono y de la aplicación en smartphone, Superama tuvo un tráfico de más de 7.5 millones de visitas. De acuerdo con Euromonitor International, superama.com.mx se consolidó como líder en la venta de abarrotes a través de un sitio web.

Vudu, nuestro sitio de películas en línea, mostró un avance respecto al año anterior, con un tráfico de casi 5.2 millones de visitas.

Cabe resaltar que, dado el creciente volumen de ventas por estos canales, ahora contamos con un centro de distribución dedicado a eCommerce. Con ello comprobamos que estamos trabajando para convertirnos en una de las mejores compañías de comercio electrónico en México, con el mejor surtido, el mejor precio, la mejor experiencia y la mayor seguridad de compra para nuestras clientes.

Medimart

Medimart, nuestra amplia línea de medicamentos genéricos lanzada en mayo 2007, es comercializada en todos nuestros formatos y en una red de más de 1,150 farmacias en todo el país. Con más de 350 medicamentos para diferentes padecimientos de mayor incidencia en el país como: diabetes, hipertensión, obesidad, depresión, gastritis, respiratorios, entre otros, Medimart garantiza a sus clientes ahorros de por lo menos 50% respecto al medicamento líder en el mercado. Los medicamentos son elaborados por 25 laboratorios farmacéuticos líderes en la fabricación de genéricos, que son auditados conforme a estrictas normas de calidad antes de ser comercializados por Walmart de México y Centroamérica.

5. Nuestro estilo de trabajar con responsabilidad

Respeto por el individuo, servicio al cliente, actuar con integridad y buscar la excelencia son los principios que integran el estilo Walmart de trabajar con responsabilidad.

5.1 La operación y nuestros Asociados

Walmart de México y Centroamérica es un gran empleador que brinda oportunidades de desarrollo a sus 226,289 asociados. Impulsamos una cultura de integridad, respeto, servicio y excelencia, con un enfoque en la equidad y el balance de vida para nuestros asociados.

Gente, talento y liderazgo

Enfrentamos retos derivados del crecimiento, la incorporación de nuevas generaciones a la vida laboral y de pertenecer a un mercado en constante transformación. Dichos retos impactan en la atracción y retención de talento de calidad, en el desarrollo de los asociados y en la forma en que nos transformamos en una organización más moderna, sin perder nuestra esencia y cultura.

Para atender los retos planteados, trabajamos en:

- Fortalecer la estructura y gestión de recursos humanos haciéndola más sólida y estratégica, alineada con las necesidades del negocio y con sistemas y políticas más robustas.
- Atraer y desarrollar al mejor talento, impulsando sus capacidades en la organización a través de un liderazgo basado en la gente, con un enfoque en la integridad y en los resultados del negocio.
- Reforzar la cultura, inspirar el compromiso y mejorar la experiencia en la empresa.

Estructura y gestión

Con una estructura encabezada por la Vicepresidencia Senior de Recursos Humanos, este año se creó la figura de socio de negocio cuyo rol es asegurar que la propuesta de valor de Recursos Humanos responda a los requerimientos de cada área, y ayude a cumplir nuestras prioridades estratégicas.

Por otra parte se fortalecieron las áreas de Recursos Humanos dedicadas al conocimiento específico transversal a toda la organización, como son: Compensaciones y Beneficios y la Dirección de Talento y Desarrollo Organizacional que entre sus responsabilidades tiene un área dedicada al Balance de Vida, la Equidad e Inclusión que apoya y opera las iniciativas del Consejo Consultivo de Equidad e Inclusión, que asesora al Director General en los temas relativos en esta materia.

La empresa cuenta con políticas y procedimientos y canales de comunicación interna suficientes para una correcta gestión de recursos humanos, así como con los procesos para revisar su aplicabilidad y su actualización periódica.

Estándares laborales

En todos los países donde tenemos presencia, los estándares laborales están plasmados en las políticas y procedimientos de recursos humanos de la empresa que contemplan:

- Un ambiente de trabajo donde se practica la cultura de integridad y dignidad humana, respeto al individuo, servicio y excelencia.
- La no discriminación por raza, género, edad, discapacidad, orientación sexual, ideológica o religiosa que se plasma en las políticas y procedimientos de reclutamiento, capacitación, desarrollo, y sistema de compensaciones.
- El rechazo al trabajo infantil y al trabajo forzado.
- Brindar un ambiente laboral con condiciones de seguridad e higiene que permiten prevenir accidentes de trabajo; en donde todos nuestros asociados tienen acceso a la seguridad social.
- Apego al cumplimiento de la ley y reglamentos aplicables en los países donde operamos.
- Salarios remuneradores, superiores a los establecidos por los organismos encargados de fijar los salarios mínimos.
- Respetar las jornadas de trabajo, horas y días de descanso, así como el pago correcto del tiempo extraordinario, de los salarios y las prestaciones a las que nuestros asociados tienen derecho.
- Igualdad de oportunidades para el desarrollo de los asociados, en donde se les brinda capacitación y adiestramiento de forma continua.
- Canales internos de comunicación abierta y confidencial para denuncias sobre violaciones a cualquiera de los puntos descritos en este apartado.

Plataforma de desarrollo de talento

Contar con un flujo continuo de talento capacitado que sustente nuestros planes de crecimiento es indispensable, por lo que además del reclutamiento que lleva a cabo cada líder de Recursos Humanos en su unidad respectiva y el reclutamiento centralizado de talento para áreas de staff y directivas, se realiza una labor de posicionamiento dentro de las universidades. Nuestros programas de desarrollo de talento están enfocados en los siguientes aspectos:

- Capacitación. Dirigida a los asociados de operaciones y staff de todos los niveles; desarrollo de habilidades como liderazgo, trabajo en equipo, negociación y conocimientos técnicos para los distintos niveles y funciones de la organización. El Centro de Capacitación Walmart se encarga de la capacitación presencial y contamos además con el Sistema Interactivo Integral de Gestión del Aprendizaje y con Walmart TV, el canal de televisión interna que cubre toda la operación.
- Programa de becas para licenciatura, que fomenta el desarrollo de asociados, apalancando su crecimiento dentro de la organización.
- Programas de coaching, mentoría y visibilidad para impulsar el desarrollo de asociados con potencial, con el apoyo de un experto interno y/o externo, a través de procesos individuales y grupales.
- Academia de Compras y de Operaciones. Esta instancia de capacitación fortalece la visión, las capacidades y la forma de establecer relaciones comerciales más productivas del equipo de compradores y también de quienes lideran nuestras tiendas, ambas en permanente revisión y perfeccionamiento.
- Sistema de compensaciones y evaluación de desempeño. Diseñado para estimular y reconocer el desarrollo de competencias críticas del negocio, a los requerimientos del puesto y el enfoque en resultados. La evaluación aborda tanto el desempeño individual, semestral y anual, evaluaciones multidimensionales de desempeño 360° y se apoya en un proceso de calibración de ejecutivos que permite identificar el talento y la elaboración de planes de desarrollo.

Cultura, compromiso y una forma moderna de trabajar

La cultura Walmart es el marco de referencia para fortalecer el compromiso de todos nuestros asociados con la empresa. Por ello, fomentamos el desarrollo de comportamientos que la reflejen, promoviendo la vivencia de la cultura a través del ejemplo, el reconocimiento, la capacitación y la comunicación. El Programa de Cultura incluye diversas prácticas que permiten reconocer y fortalecer los comportamientos que se alinean con nuestra cultura, tales como los programas 100 en Cultura, Es mi Líder y Transformación Cultural.

Con una encuesta anual independiente, medimos el compromiso de los asociados con la empresa, el nivel de vivencia de la cultura y establecemos planes de trabajo para incrementarlos a través del proceso permanente llamado Cultivando Nuestro Compromiso. Adicionalmente, herramientas como el blog En directo con Scot abre un canal de comunicación directa para fomentar el compromiso, el sentido de pertenencia y la cercanía entre los niveles de la organización y el Director General.

Oportunidades para todos y diversidad

Además de políticas que favorecen la atracción de talento y el desarrollo de los asociados en un ambiente de inclusión y respeto a la diversidad, contamos con un Consejo Consultivo de Equidad e Inclusión formado por Vicepresidentes y Directores de diversas áreas de la empresa, que enfoca sus esfuerzos en:

- Transformación cultural, que consiste en construir y reforzar la sensibilización y conocimiento del tema de equidad e inclusión.
- Capacitación y Desarrollo con programas de desarrollo específico en temas de equidad de género. Destacan el Diplomado de Mujeres Ejecutivas, impartido por la Universidad Panamericana, del cual en 2013 egresó la 5a generación, y el curso Dominando el Escenario, impartido por mujeres en posiciones directivas.
- Gobierno y procesos que revisa e implementa políticas y procedimientos que sustenten y aseguren una cultura de equidad.
- Flexibilidad, que revisa y propone nuevas formas de trabajo para operaciones y oficinas.

El Modelo de Equidad de Género de la empresa ha sido evaluado desde 2009 por el Instituto Nacional de las Mujeres, y en 2013 la certificación fue refrendada una vez más.

Balance de vida, salud y seguridad

Los programas de balance de vida y la implementación de nuevas formas de trabajar en la empresa buscan lograr una organización moderna que promueva el equilibrio entre vida personal y trabajo en nuestros asociados, además de un estilo de vida saludable. Hemos fortalecido los programas:

- Flexibilidad laboral. Estamos implementando el programa Hábitat, un nuevo concepto en ambientes de trabajo que propicia la colaboración en equipo en espacios de trabajo abiertos y funcionales, resultando en una cultura concentrada en mejorar el clima laboral, la productividad y los resultados. También se implementó el programa de Semana Flexible de Trabajo para los asociados de staff que consiste en acomodar las horas de trabajo en la semana para dejar libre la tarde del viernes
- Se amplió el seguro médico de gastos mayores para partos.
- Se implementó la licencia postnatal para madres, que les permite completar su licencia de maternidad por ley y reintegrarse de manera progresiva a su horario habitual hasta los 7 meses de vida de su bebé, y la licencia postnatal para padres, quienes gozarán de horario flexible durante el primer mes de vida de su hijo(a).
- Se renovaron convenios con instituciones de salud para visitas a todas las tiendas a nivel nacional con el propósito de cuidar el bienestar de nuestros asociados con acciones como: detección de hipertensión, glucosa y colesterol, revisión de talla y peso, vacunación y planificación familiar.
- Se dio continuidad a convenios para que los asociados obtengan descuentos en laboratorios, gimnasios, servicios de salud y bienestar, entretenimiento y escuelas.

Los programas de prevención de accidentes que integran todas las medidas y acciones en seguridad se fortalecen con un cuerpo de expertos en seguridad e higiene que realiza auditorías constantes a nuestras unidades, con el propósito de generar planes de acción para las distintas oportunidades que puedan llegar a detectarse; documentamos las buenas prácticas y las difundimos.

5.2 La operación y nuestros Proveedores

El contacto permanente de nuestras clientas con nuevas tendencias, hábitos de vida actuales y sus propias costumbres regionales incide en sus necesidades de compra. En Walmart buscamos atenderlas estableciendo relaciones más estratégicas y de largo plazo con nuestros proveedores y desarrollando a productores regionales y de perecederos para aumentar la competitividad y productividad que aseguren el abasto, la calidad y los mejores precios.

Estructura y gestión

La estructura que soporta las relaciones con proveedores está conformada por las Vicepresidencias de Compras de Autoservicios; Compras Perecederos; Desarrollo de Proveedores e Inteligencia del Cliente. Esta última se encarga de desarrollar estudios que nos faciliten entender mejor sus estilos de vida, hábitos de compra y satisfacción con el servicio. Gracias a esta estructura, aumentamos la productividad de la empresa y de sus proveedores, manteniendo los estándares de calidad. Asimismo, con herramientas como Retail Link que ofrecemos a nuestros proveedores, les facilitamos entender el mercado y sus oportunidades para mejorar sus estrategias y capacidad de respuesta.

Adicionalmente, el área de Cumplimiento y Calidad Corporativa vigila la calidad de los productos y el cumplimiento con la normatividad.

Estándares para los proveedores

La relación con los proveedores de mercancías para la venta y proveedores de servicios para la empresa está regulada en el convenio que rige la relación comercial que incluye cláusulas de comportamiento ético, las relativas a evitar la corrupción, las responsabilidades laborales y otros Estándares para Proveedores bajo los cuales los proveedores se comprometen a:

- Cumplir con la ley y las regulaciones vigentes incluyendo las relativas a temas laborales, de inmigración, salud y seguridad, y el medio ambiente, entre otras.
- Asegurar la contratación voluntaria. Las relaciones de trabajo entre el proveedor y sus trabajadores debe ser voluntaria, prohibir el trabajo infantil, forzado o como pago de deudas, así como el trabajo en condiciones de esclavitud.
- Respetar la ley en cuanto al número de horas trabajadas y días de descanso de sus trabajadores.
- Implementar prácticas de contratación y empleo que les permitan contar con la información de los trabajadores, mantener políticas y prácticas de salarios, despidos, entrenamiento y condiciones laborales.
- Respetar el derecho de los trabajadores a optar por unirse de manera pacífica y legal a los sindicatos que prefieran y a negociar colectivamente.
- Asegurarse que todas sus prácticas cumplan con las leyes ambientales en cuanto a manejo de agua, aire, residuos y desechos y que sus insumos provengan de fuentes lícitas.
- Llevar registros de toda la información financiera relacionada con la vinculación comercial con Walmart.
- Brindar a los trabajadores un ambiente laboral seguro e higiénico y tomar medidas preventivas de riesgos.
- Respetar el derecho de Walmart a auditar y/o verificar en cualquier momento y sin previo aviso.

Elevamos la productividad con nuestros proveedores

Enfocándonos en:

1. Mantener un diálogo constante a través de diversos canales:
 - a. El Consejo Consultivo de Proveedores, creado hace 7 años e integrado por 14 empresas en México y 14 en Centroamérica de todos los tamaños, es un espacio para intercambiar ideas y fomentar las mejores prácticas que incrementen la competitividad de nuestras empresas.
 - b. La encuesta de proveedores, mecanismo de evaluación anual independiente con representación de proveedores grandes, medianos y pequeños. Evalúa y permite identificar los puntos clave para aumentar la eficiencia de la empresa en hacer llegar los productos a nuestras clientas. Este año la representación de proveedores PyMEs fue del 27%.
 - c. Línea de proveedores y línea ética a cargo de áreas independientes a compras, que le permiten al proveedor comunicar sugerencias particulares y denunciar el incumplimiento con los estándares éticos de la empresa.
 - d. Sesión de diálogo con proveedores de perecederos. Por primera vez desarrollamos una sesión con 450 proveedores pequeños, medianos y grandes para identificar áreas de oportunidad y modelos más eficientes de operación en la cadena de compras y suministro de perecederos.
2. Fortalecer la estructura de compras. Gracias a la nueva estructura de compras centralizadas para mercancías generales, abarrotes, consumibles y ropa en autoservicios, con las figuras de compradores regionales y compradores nacionales de categorías de perecederos logramos una visión más estratégica para desarrollar productos y mejorar la capacidad de respuesta a las necesidades de la clienta. Además, contamos con la Academia de Compras, una herramienta para fortalecer la capacitación de los equipos de compradores.
3. Asegurar estándares de calidad y cumplimiento en los productos que vendemos a través de procesos de verificación de calidad y cumplimiento para garantizar la inocuidad, el origen de los insumos y el cumplimiento a la legislación. Verificamos que el 100% de los proveedores de marcas propias, proveedores de insumos para proceso en nuestras tiendas y centros de producción cuenten con auditorías vigentes, en los siguientes aspectos:
 - Buenas prácticas de manufactura
 - Sistemas de calidad
 - Control de procesos
 - Capacitación

- Control de plagas
- Instalaciones
- Análisis de riesgos y control de puntos críticos

Dichos procesos de verificación se basan en los siguientes criterios:

- **Perecederos.** Inspecciones de calidad de producto en centros de distribución de acuerdo con una especificación de peso, temperatura y generales del producto. La muestra es estadísticamente representativa de la calidad del producto y se establecen planes de acción con los proveedores. En México el 100% de carnes cuenta con Certificación TIF, lo cual garantiza la más alta calidad.
- **Alimentos.** En México, el 79% de los proveedores de marcas propias y en Centroamérica el 7% de los proveedores maquiladores de producto terminado de las plantas de Desarrollo Agroindustrial cuentan con la certificación Global Food Safety Initiative, una iniciativa impulsada por el sector empresarial para mejorar los sistemas de gestión de seguridad alimentaria, garantizar el suministro de alimentos inocuos a los consumidores. Solicitamos a los proveedores de marcas propias contar con alguna certificación bajo los esquemas reconocidos por esta iniciativa (SQF, BRC, FSSC22000, Global GAP, IFS, entre otros), una vez que hayan aprobado la auditoría de Buenas Prácticas de Manufactura y demuestren tener implementado un Análisis de Peligros y Control de Puntos Críticos (HACCP por sus siglas en inglés). El número de proveedores certificados varía cada año, de acuerdo con los requerimientos del negocio y las necesidades comerciales.
- **Medicamentos.** La auditoría de los proveedores de medicamentos Medi-Mart verifica el grado de cumplimiento a la NOM-059-SSA1-1993: buenas prácticas de fabricación para establecimientos de la industria química farmacéutica dedicados a la fabricación de medicamentos. A partir de 2014, se estará auditando bajo la NOM-059-SSA1-2013.
- **Textiles.** Pruebas de laboratorios en base a NOM-004-1995. Inspecciones en centros de distribución con criterios establecidos por CatMex: visual y empaque, etiquetado y medidas. Auditorías de Factory Capability and Capacity Audit, que verifica los procesos productivos bajo los criterios internacionales de Wal-Mart Stores, Inc.: laboratorio, cuarto de muestras/diseño, almacén de materiales, tendido corte y fusionado, proceso de producción, proceso de inspección, planchado, terminado y empaque.

Cabe destacar que, en caso de que se detecten oportunidades de mejora, se establece un plan de acción o las sanciones correspondientes al tipo de oportunidad de acuerdo a las políticas establecidas para ello.

Marcas propias: auditorías a proveedores

CENTROAMÉRICA	
En proceso de auditorías de diagnóstico en BPM y HACCP*	86 %
En proceso de auditorías de diagnóstico en BPM y HACCP de producto terminado*	98 %
Alimentos	85 %
Desarrollo Agroindustrial	40 %

*% restante se encuentran certificados o en proceso de pre-certificación.

BPM: Buenas Prácticas de Manufactura

HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Points

MÉXICO	
Alimentos	91 %
Mercancías generales	100 %
Medicamentos	72 %
Textiles	90 %

4. Ampliar la base de proveedores regionales, así como de pequeños y medianos proveedores. Para ello, elegimos, cuidamos y desarrollamos proveedores dentro de sus categorías, brindándoles oportunidades de mejora y acceso a programas que incrementen su productividad.
 - Capacitación y consultoría a más de 1,700 proveedores en México, para determinar el valor comercial de sus productos y elementos para competir. Impartimos más de 800 horas hombre de consultoría comercial gratuita a través de nuestra página de internet y participamos en eventos para detectar PyMEs. En Centroamérica, apoyamos a 299 proveedores en 17 sesiones.
 - Financiamiento y condiciones de pago. Mejoramos las condiciones comerciales para más de 600 de nuestros proveedores PyMEs, adelantando de forma permanente sus plazos originales de pago en un promedio de 21 días, lo que apoya su liquidez. Asimismo, a través del programa Credimpulsa de Banco Walmart les otorgamos financiamiento a tasas competitivas.
 - Ejecución en piso de ventas, a través de un programa de promotoría compartida en más de 1,500 tiendas que ayuda a fortalecer la presencia de pequeños empresarios en el punto de venta, con costos competitivos.

El Premio a la Excelencia de Proveedores, se otorga anualmente en México y en Centroamérica, es un estímulo que reconoce los resultados en ventas, rentabilidad, inventarios y nivel de servicio.

5. Asegurar la compra de bienes agrícolas, acuícolas y pesqueros en volumen, precio, condiciones de frescura y sanitarias que reduzcan riesgos de contaminación física, química y microbiológica. Para lograrlo, mejoramos la forma cómo compramos, cómo movemos la mercancía y cómo vendemos.

Cómo compramos

- Creamos una estructura de expertos en la compra nacional de familias y categorías de producto, que dan servicio a los distintos negocios para construir una mejor propuesta de valor a la clientela gracias a una mejor planeación y conocimiento de las categorías.
- Aseguramos la calidad del producto con fichas estandarizadas adaptadas a la temporalidad y con auditorías y certificaciones de calidad. Nos enfocamos en la inocuidad alimentaria, el suministro de agua de calidad y sistemas de abasto, mano de obra y condiciones de trabajo de los empleados de los proveedores, así como la red logística y centros de acopio.
- Ampliamos el proceso de compra directa a productores nacionales, lo que permite contar con precios más bajos, aumentar la frescura y asegurar el abasto. Tanto en México como en Centroamérica contamos con el programa de Agricultura Sustentable que incrementa la capacidad productiva de los agricultores y capacitarlos en aspectos logísticos y de mercado.

1. Suministro eficiente
2. Mejorar la rotación de inventario
3. Otorgar días de frescura
4. Vender más a nuestras clientas



Para los proveedores pequeños de bajos ingresos, desarrollamos esquemas comerciales diferenciados en plazos de pago, condiciones especiales en centros de distribución y acompañamiento personalizado en las áreas de compras y procesos productivos de administración y manejo post cosecha a través de una organización independiente, con soporte de las áreas de Responsabilidad Social en Centroamérica y de Fundación Walmart en México.

En Centroamérica, a través del programa "Tierra Fértil" las compras a estos proveedores ascendieron a 1.6 mil millones de pesos que representa el 69% de las frutas, verduras y granos vendidos en nuestras tiendas.

Cómo movemos la mercancía

Garantizamos la frescura de nuestros productos reduciendo días en centros de distribución, aplicando un sistema flexible de esquemas de calidad y limitando el desplazamiento de productos con madurez avanzada. Nuestra red logística es clave para incrementar la eficiencia de la empresa y aumentar los días de vida de los perecederos. Además, la incorporación de bancos de alimentos en la red permite un aprovechamiento total de la mercancía.

Cómo vendemos

Todo lo anterior asegura el abasto y el mejor precio para nuestras clientas, favoreciendo su experiencia de compra.

Tres prioridades clave para aumentar la conversión en Perecederos



5.3 Nuestra operación y la Comunidad

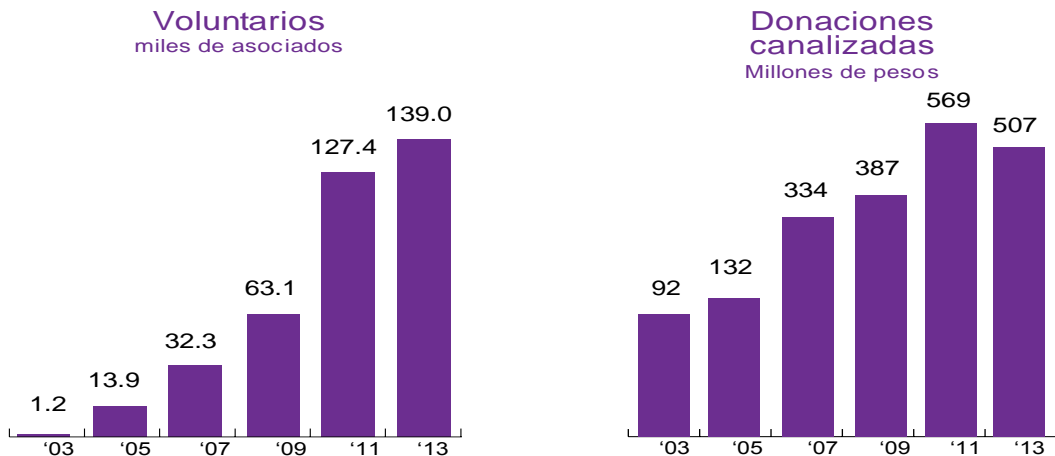
El impacto social de cada una de nuestras unidades en las comunidades donde tenemos presencia comprende la generación de empleo formal en una empresa con oportunidades de desarrollo constantes, una oferta de productos a precios bajos, que les permite ahorrar, y oportunidades a proveedores locales para crecer con nosotros. Estos impactos se enriquecen gracias a un programa de apoyo comunitario alineado a la misión de nuestra empresa en cada país donde operamos, que nos permite dirigir las fortalezas propias del negocio en beneficio de las comunidades y afirmar que contribuimos a mejorar la calidad de vida de las familias menos favorecidas en todos los países donde operamos.

El programa de apoyo comunitario descansa en criterios definidos, en función de la alineación estratégica al negocio y de su capacidad de generar valor:

a. Apoyar la alimentación a través de bancos de alimentos. Dado que los alimentos representan el 60% de nuestra empresa, es fundamental que, en los países que registran índices de pobreza alimentaria, se dé un buen aprovechamiento a aquellas mercancías que son aptas para el consumo humano pero no para la venta. Asimismo, nuestros asociados cuentan con una experiencia invaluable que permite apoyar con asesoría a los bancos de alimentos en el manejo eficiente de los productos.

Trabajamos diariamente con más de 330 bancos de alimentos e instituciones que reciben y hacen llegar diariamente productos alimenticios y mercancías generales beneficiando a más de 160 mil personas. En Centroamérica, en colaboración con otras empresas, se han establecido 6 bancos de alimentos en Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y El Salvador.

En México, nos enfocamos en reforzar la gestión de información a través de un nuevo sistema y procesos sobre el impacto social de los donativos que otorgamos a dichas instituciones, lo cual nos permite mejorar la productividad y apoyar su profesionalización.



b. Desarrollar capacidades para la producción agrícola y de manufactura artesanal en las comunidades más pobres de los países donde operamos. El sector de comercio detallista ofrece un conocimiento del mercado, canales comerciales, calidad y desarrollo de productos y asociados con experiencia en estos temas. La capacidad de la empresa para desarrollar habilidades productivas de pequeños productores de muy bajos ingresos es nuestra principal fortaleza que, de forma natural, se alinea con el objetivo de este programa. En países con pobreza, esto representa una pieza clave para elevar los ingresos y, con ello, la calidad de vida de quienes menos tienen.

c. Empoderar a las mujeres. La mayoría de nuestros clientes son mujeres y, en todos los países donde operamos, las oportunidades para ellas son limitadas. Esta situación se agrava cuando existe pobreza, por la falta de estudios y responsabilidades crecientes como cabezas de familia. Por ello, trabajar con un enfoque especial en el empoderamiento de las mujeres en todos los programas que desarrollamos es fundamental para nuestra empresa.

Durante el año destacaron, entre otros, los siguientes programas:

En México, el programa “Mujer, Cuentas con Nosotros”, cuya finalidad es financiar cursos de capacitación para iniciar o mejorar un negocio propio, y becas de manutención para concluir el bachillerato o la universidad tecnológica. En este segundo año de operación, 25,456 mujeres se registraron; con ellas, ya tenemos más de 60 mil mujeres inscritas en nuestro programa. Del total de mujeres registradas, 66% gana menos de 5 mil pesos mensuales; 27% estudió hasta la secundaria y 41% entran en el rango de solteras, viudas o divorciadas.

En Nicaragua, beneficiamos directamente a 54 mujeres productoras de plátano y sus familias, organizadas en dos cooperativas. Este programa, realizado en colaboración con otras asociaciones, logrará aumentar los niveles de producción y la calidad del plátano, mejorar las prácticas agrícolas y las capacidades empresariales de las cooperativas, e incrementar la rentabilidad del cultivo y los ingresos, a partir de asistencia técnica y transferencia tecnológica. Además, el programa garantizará la compra y comercialización de la producción que sea obtenida.

d. Promover el trabajo voluntario de nuestros asociados. En México y Centroamérica la mayoría de nuestros asociados viven en las ciudades donde trabajan. Esto conlleva una oportunidad y una responsabilidad para la empresa de contribuir a apoyar a las comunidades y, a la vez, de influir en nuestros asociados para ser mejores y más comprometidos ciudadanos. A través de un programa que se desarrolla en cada unidad en toda la región; desarrollamos actividades de voluntariado como:

- Conferencias a mujeres emprendedoras impartidas por vicepresidentes en México.

- Asesoría a pequeños productores agrícolas y de manufactura impartida por asociados de compras.
- Atención por desastres naturales para el acopio, la clasificación y el empaque de mercancías en la Cruz Roja Mexicana y en centros de distribución.
- Mantenimiento de escuelas.
- Limpieza y mantenimiento de zonas verdes, playas, lagos y ríos, entre otros.
- Reforestación.

e. Brindar apoyo en desastres naturales. Operamos en 540 ciudades, todas ellas con posibilidad de sufrir desastres naturales. Por lo anterior, en ocasión de un desastre es prioridad cuidar de nuestros asociados y clientes, restablecer las operaciones y con ello el abasto, así como aprovechar la red logística y la cercanía que la empresa tiene con sus clientes para multiplicar la ayuda a los damnificados.

En México, durante los desastres ocasionados por los huracanes Ingrid y Manuel, habilitamos 887 centros de acopio en nuestras tiendas. A través de la campaña “Kilo por kilo”, la Fundación igualó las 944 toneladas donadas por clientes, canalizando 1,888 toneladas a la Cruz Roja Mexicana. Nuestros asociados damnificados fueron apoyados por la empresa, otros asociados brindaron trabajo voluntario a la Cruz Roja y el uso de la red logística fue fundamental, así como la capacidad de respuesta del Centro de Continuidad de Operaciones que con representación de todas las áreas de la empresa, sesiona permanentemente en ocasión de un desastre para asegurar el abasto a las tiendas de la zona.

Lineamientos para las aportaciones

En México, Fundación Walmart de México, A.C., celebra 10 años de existencia como la organización no lucrativa que canaliza el apoyo comunitario de la empresa.

La Fundación cuenta con un Consejo Directivo conformado por 11 miembros, 6 de ellos consejeros independientes, el cual sesiona 4 veces al año. Su función principal es definir el rumbo de la Fundación, metas y objetivos, aprobar proyectos y dar seguimiento a los resultados.

Consejo de Fundación Walmart de México, A.C.

- Manuel Álvarez**
- Mercedes Aragonés*
- Karina Awad**
- Roberto Delgado Gallart*
- Jorge Familiar Haro*
- Rafael Matute**
- Scot Rank (Presidente)**
- Marinela Servitje*
- Martha Smith*
- Javier Soní*
- José Luis Torres**

*Consejero independiente, **Consejero relacionado

En Centroamérica se hace a través de un Comité de Responsabilidad Social conformado por 7 miembros líderes claves del negocio y el cual sesiona 2 veces al año.

El apoyo comunitario consiste en aportar recursos financieros y en especie, así como en promover trabajo voluntario. La empresa cuenta con lineamientos y mecanismos de transparencia y anticorrupción que permiten asegurar el cumplimiento del fin social para el que fueron otorgados.

Las políticas y el proceso de donaciones contemplan:

- Convocatoria pública en línea, una vez al año por un periodo de tiempo definido, con lineamientos sobre las causas y el impacto social deseado, el tipo de organizaciones no lucrativas y no gubernamentales que son susceptibles a recibirlo y el plazo definido para recepción de proyectos en línea.
- Evaluación de proyectos por un Comité de Pre-Selección conformado por miembros de la academia, empresarios y asociados de Walmart ajenos a la Fundación.
- Revisión especial sobre el cumplimiento con las leyes aplicables.
- Revisión y selección por mayoría del Consejo Directivo de Fundación Walmart de México de los proyectos mejor evaluados por el Comité de Pre-Selección.
- Procesos de elaboración de contratos, con cláusulas que contemplan las medidas para evitar la corrupción, referencias de la donataria como autorizada para recibir donaciones, cláusulas relativas al desarrollo del proyecto, cumplimiento de sus objetivos y seguimiento.
- Proceso de seguimiento a indicadores de impacto a través del sistema electrónico y visitas presenciales.
- En el caso de donaciones en especie, la selección de la donataria se basa en su capacidad para recoger donativos en especie en la(s) unidad(es) asignada(s), así como en su capacidad de generar mayor impacto social de acuerdo con sus programas y padrón de beneficiarios. Adicionalmente se cubren los puntos referentes a información, revisión especial sobre cumplimiento con las leyes aplicables, contratos y cláusulas que contemplan medidas anticorrupción y visitas presenciales.

El sistema electrónico de control de donaciones permite obtener información relativa a la institución y al proyecto así como para recoger indicadores de impacto social. Cuenta con restricciones para los usuarios de la empresa que les impiden modificar la información alimentada por la institución apoyada y a la institución la posibilidad de alterar la información una vez autorizado el proyecto, así como de modificar sus propios reportes una vez entregados en cumplimiento con las cláusulas del contrato.

En Centroamérica, el proceso está a cargo del área de Asuntos Corporativos, conforme a los mismos criterios de anticorrupción, contratos y seguimiento a proyectos.

5.4 Nuestra operación y el medio ambiente

Reducir el consumo de agua y energía, mejorar el manejo de residuos, promover la sustentabilidad ambiental en la cadena de suministro y cuidar de la biodiversidad, son factores esenciales para disminuir el impacto de nuestra operación en el medio ambiente y aumentar la productividad de la empresa.

Para alcanzar estos propósitos, consideramos fundamental:

- Contar con estándares de operación respetuosos del medio ambiente en agua, energía, manejo de residuos, productos, empaques y biodiversidad.
- Implementar y medir iniciativas que favorezcan una operación más sustentable.
- Adoptar las mejores prácticas.

Contamos con una estrategia y objetivos claros a corto, mediano y largo plazo establecidos por la alta dirección. Nuestro equipo de asociados especializados liderados por un Director de Sustentabilidad son los encargados de la gestión de dichos objetivos, además de implementar políticas y procedimientos. Junto con nuestras operadoras compartimos responsabilidad sobre los mismos, y el desempeño y alcance se reporta al Consejo de Administración.

RESULTADOS 2013
% DE VARIACIÓN

	México	Centroamérica
Gases efecto invernadero (CO ₂)	-2.0	-6.8
Energía	-3.3	-4.5
Agua (tiendas totales)	-7.3	ND
Bolsa de plástico	-10.3	NA
Residuos reciclados (Cero desechos, % de desvío de rellenos sanitarios)	73	61

ND: NO DISPONIBLE
 NA: NO APLICA

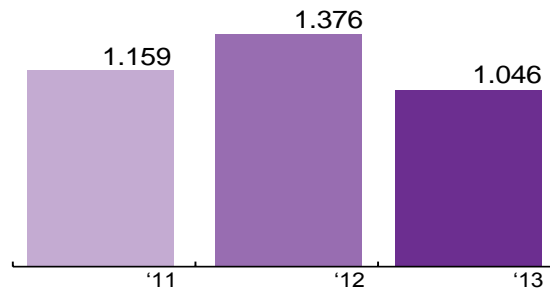
Agua

Aseguramos la calidad del agua en los procesos relacionados con el consumo humano, eficientamos su uso en la operación y mejoramos la disposición de agua residual.

En todas las áreas relacionadas con el consumo humano, como la preparación de alimentos, aseguramos su calidad con equipos de filtración y desinfección del agua proveniente de la red pública. Continuamos con la implementación de equipos eficientes en el consumo de agua. Ampliamos el número de plantas de tratamiento a 885; en México tratamos más de 1,680 millones de metros cúbicos de agua residual, de la cual el 28% se reutiliza en sanitarios y riego.

En México, redujimos 7.9% el consumo de agua con respecto a 2012 a tiendas comparables.

México Consumo de agua por unidad de área
 (m³ / m²)



Energía

Los factores medulares para reducir las emisiones de carbono, mejorar la sustentabilidad e impactar positivamente la productividad de la empresa son: utilización eficiente de energía en equipos de iluminación y sistemas, uso de fuentes renovables, una cultura más responsable y productos ecoeficientes.

En 2013, se anunció el objetivo de obtener 3,000 GWh de energía renovable para 2020. Dado que todas las iniciativas de ahorro de energía implementadas apoyan la eficiencia energética de la empresa, seguimos incorporando nuevas tecnologías en tiendas nuevas y en unidades remodeladas.

En México inició operaciones una nueva planta de energía eólica ubicada en el Istmo de Tehuantepec, con capacidad para generar 252 MWh y alimentar a 886 unidades de negocio. Sumados a los 68 MWh que desde 2010 genera el parque eólico Oaxaca I Lamatalaventosa, generaremos 320 MWh de energía renovable para alimentar 1,233 unidades.

Adicionalmente, se fortalecieron iniciativas como iluminación LED, instalación de puertas en vitrinas de refrigeración y de bancos de capacitores, campañas internas de eficiencia energética y sistemas de control de energía.

Impulsamos el uso eficiente de energía en los procesos de nuestros proveedores y la venta de productos ecoeficientes como aparatos electrodomésticos y electrónicos de bajo consumo, lámparas fluorescentes compactas y de LED.

Por primera ocasión nuestro inventario de GEI, correspondiente al año 2012 fue verificado por un tercero independiente, SOLAL S.C. (SOLAL-ÓVVALO), estando en conformidad con los requisitos del Protocolo GEI Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte (WBCSD y WRI, 2005) a un nivel de aseguramiento limitado.

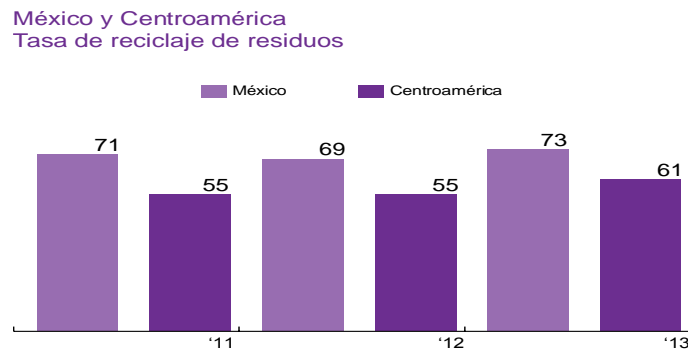
Residuos

Para reducir, reusar y reutilizar residuos contamos con programas para recuperar en tienda los materiales de la operación reciclables o reutilizables y los productos consumidos por nuestros clientes; también tenemos programas para la disposición de residuos orgánicos y de medicamentos caducos.

Los programas de recuperación en tienda de materiales reciclables o reutilizables como cartón, plásticos flexibles, ganchos para ropa, papel, envases multicapas y PET alcanzan una cobertura del 80% de las tiendas en México y 100% en Centroamérica. En México, el programa “Bolsa Verde” redujo 10.3% el consumo de bolsas plásticas, que equivale a 1.28 millones de kilos de plástico. En Centroamérica gracias a la promoción del uso de bolsas reutilizables, se vendieron 178,632 bolsas en todo el año. Promovemos mejores prácticas entre proveedores para reducir el uso de materias primas y el uso de materiales reciclables, renovables o reciclados.

En cuanto a residuos, se reciclaron o transformaron más de 245,000 toneladas de residuos. Reducir el desperdicio de alimentos es una prioridad y con iniciativas para impactar las diferentes etapas del ciclo de vida de los productos perecederos, en México redujimos 25% el desperdicio de alimentos con respecto a la línea base de 2011, lo que supera significativamente el objetivo de 15% de reducción para 2015 y, en Centroamérica se redujo 27.4% el desperdicio de alimentos con respecto a la línea base de 2010, lo que supera el objetivo de 5% de reducción para 2015. Sumado al programa de donación de alimentos y artículos de mercancías generales para bancos de alimentos que sumaron 14,005 toneladas, esto permite dar un mejor aprovechamiento a dichos productos. Continuamos con los programas de recuperación de sebo y aceite comestible, utilizados en la elaboración de jabón, velas y alimento para mascotas y ganado.

Asimismo, 166 tiendas participan en el programa mexicano de acopio de medicamentos caducos, en colaboración con la Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica y el Sistema Nacional de Gestión de Residuos de Envases de Medicamentos A.C., para darles una destrucción segura. En 2013 se recolectaron 19.2 toneladas de medicamentos.



Transporte

Contar con los operadores mejor calificados, hacer un uso eficiente de combustible, tener un menor desgaste de llantas y reducir la emisión de contaminantes son temas indispensables para mantener los más altos estándares de calidad e ingeniería en materia de transporte.

En México, desde la incorporación al Programa de Transporte Limpio, hemos dejado de emitir 11,284 toneladas de CO₂, lo que equivale a retirar de circulación 2 mil autos. Se han dejado de recorrer 7.4 millones de kilómetros, lo que equivale a dar 580 vueltas a la Tierra. Hemos ahorrado 4.1 millones de litros de diesel, con un costo equivalente a 50 millones de pesos. Por tercer año consecutivo, fuimos reconocidos por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

En Centroamérica, la iniciativa de Backhauling con proveedores ha permitido evitar 121,230 galones de diesel y 1,235 toneladas de CO₂ de emisiones de GEI lo cual equivale a retirar de circulación 247 vehículos en un año.

Productos

Promover productos más sustentables comprende contar con empaques optimizados para aprovechar los materiales, reducir impactos ambientales en el ciclo de vida de los productos, comercializar productos orgánicos, productos libres de pesticidas y de bajo consumo energético, así como impulsar la adopción de prácticas agrícolas de bajo impacto ambiental (ver subcapítulo Proveedores).

Impulsamos la optimización de los empaques y embalajes de los productos. Privilegiamos la sustitución de materiales como plásticos más fáciles de reciclar, como el PET, o aligerando empaques.

Encontramos soluciones con nuestros proveedores para transportar más mercancía en los camiones y reducir las emisiones de carbono. Promovemos mejoras en los productos durante todo su ciclo de vida para reducir los impactos al ambiente más significativos, ya sea en energía, materiales o distribución. Asimismo, continuamos comunicando a nuestros clientes formas de cuidar el medio ambiente.

En formatos como Walmart y Superama contamos con un área dedicada a productos orgánicos, que incluyen leche, cereales, azúcar y café, entre otros. También impulsamos la venta de productos libres de plaguicidas.



Biodiversidad

La empresa tiene un impacto medio en la biodiversidad, principalmente por la distribución de los productos y la operación de tiendas, la construcción y apertura de nuevas unidades y el uso de recursos naturales, así como las emisiones de bióxido de carbono en la producción de los productos que vendemos en nuestras tiendas.

1. Proteger la biodiversidad en la construcción de unidades.

La Vicepresidencia de Bienes Raíces cuenta con una estrategia, políticas, procedimientos y cláusulas contractuales que permiten proteger la biodiversidad y el uso sostenible de los recursos naturales, desde la adquisición de un terreno, la construcción de unidades por terceros y el diseño de unidades.

a. 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.

b. Diseño de proyectos adecuados a la normatividad ambiental en lo relativo a áreas verdes, áreas permeables, utilización de energía renovable y manejo de vegetación.

c. Medidas y compensaciones ambientales durante el proceso de construcción. Manejo adecuado de residuos, rescate de flora y fauna, emisiones a la atmósfera, ruido y medidas que la autoridad ambiental establezca.

d. Corresponsabilidad de terceros. Cláusulas contractuales y bases de concurso para constructores y proveedores para suministrar material de bancos autorizados, manejar residuos conforme a la normatividad aplicable, manejar aguas residuales y cumplir con su responsabilidad en esta materia.

2. Prevenir la contaminación del agua y la degradación del suelo en la producción agrícola, pesquera y en la sobreexplotación de los recursos madereros.

Los productos de madera, como las tarimas, provienen de fuentes autorizadas, ya sean de origen nacional o extranjero. Los productos de celulosa utilizan fibra reciclada post-consumo y el papel de consumo interno para impresión cuenta con la certificación Forest Stewardship Council (FSC).

Hemos definido una política para el uso de aceite de palma certificado en los productos que comercializamos con nuestra marca propia. Así evitamos la deforestación de bosques en zonas tropicales.

Verificamos que el 100% de los productos de acuicultura de origen importado cuenten con la certificación de mejores prácticas BAP (por sus siglas en inglés Best Aquaculture Practices). En 2014 se extenderá a los productos de origen nacional.

Mejores prácticas

El intercambio de mejores prácticas, el impulso a la innovación y el acceso a tecnologías más eficientes inciden en la sustentabilidad ambiental, al elevar los estándares de la empresa y de la cadena de suministro.

Desarrollamos con nuestros proveedores proyectos conjuntos para contar con cadenas de suministro más eficientes en lo ambiental y económico, que optimicen empaques, y reciclaje y, en general, la eficiencia energética, que incide en eficiencias logísticas y reducción de residuos.

Se lanzó el portal cadenas eco-eficientes (<http://cadenasecoeficientes.net>) para capacitar a micro y pequeñas empresas en prácticas de ecoeficiencia y el intercambio de mejores prácticas.

El Foro de Sustentabilidad 2013: Juntos por un Planeta Mejor, convocó a empresas proveedoras de bienes de consumo y de tecnología verde para compartir iniciativas y nuevas tecnologías en eficiencia energética y energía renovable, manejo sustentable del agua, manejo integral de residuos, optimización de empaques, y medición de huella de carbono con más de dos mil asistentes.

En México, en colaboración con la Universidad Iberoamericana, se convocó al primer premio de innovación sustentable, abierto a todos los estudiantes universitarios mexicanos, para presentar propuestas de negocios en las áreas de energía, agua y residuos. Se recibieron más de 180 propuestas de 17 estados del país. Dos estudiantes del Centro de Investigaciones de Diseño Industrial de la Universidad Nacional Autónoma de México fueron elegidas como ganadoras y se premió a los 30 mejores proyectos.

6. Walmex en el mercado

Walmart de México y Centroamérica (**WALMEX**) cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1977. Es una de las empresas con mayor importancia en el IPC. Su valor de capitalización al 31 de diciembre de 2013 ascendía a 603,901 millones de pesos representado por 17,627 millones de acciones en circulación.

Wal-Mart Stores, Inc., a través de Intersalt, S. de R.L. de C.V., es el accionista mayoritario de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y su tenencia accionaria al 31 de diciembre de 2013 representa el 69.8% del Capital Social de la Compañía.

Empresas más importantes de la BMV¹

	Clave de pizarra	Millones de pesos		
		Valor de capitalización	Ingresos netos 2013	Empleados
1. América Móvil	AMX	\$ 1,078,085	\$ 786,101	163,524
2. Walmart de México y Centroamérica	WALMEX	603,901	425,161	226,289
3. Fomento Económico Mexicano	FEMSA	423,380	238,309	144,563
4. Grupo México	GMEXICO	336,546	122,012	29,980
5. Coca Cola Femsá	KOF	327,356	156,011	84,922
6. Grupo Financiero Banorte	GFNORTE	253,408	87,461	27,549
7. Grupo Financiero Inbursa	GFINBUR	246,213	23,087	6,851
8. Grupo Financiero Santander	SANMEX	240,917	55,136	14,169
9. Grupo Televisa	TLEVISA	225,751	73,791	32,047
10. El Puerto de Liverpool	LIVEPOL	200,001	74,105	47,012

C) Factores de riesgos

Los riesgos descritos a continuación podrían afectar material y adversamente nuestro negocio, resultado de las operaciones, condición financiera y liquidez. Estos riesgos no son los únicos que enfrentamos. Nuestras operaciones de negocio también podrían ser afectadas por factores adicionales que aplican a todas las compañías que operan en México y globalmente, así como otros riesgos que aún no se conocen y pudieran surgir afectando nuestras operaciones.

Factores macroeconómicos, tanto nacionales como internacionales que pudieran afectar adversamente nuestro desempeño financiero.

Las condiciones económicas generales, tanto global como específicamente en uno o más de los países donde operamos pudieran afectar adversamente nuestro desempeño financiero. En México y Centroamérica, altibajos bursátiles, volatilidad en el precio de nuestra acción, incrementos en las tasas de interés, incrementos en los costos de los combustibles y otras fuentes de energía, bajas en el mercado inmobiliario, inflación, deflación, incremento en los costos de los servicios básicos, incrementos en los niveles de desempleo, decrementos en los ingresos de los consumidores, restricción de crédito al consumo, incrementos en los niveles de endeudamiento del consumidor, fluctuaciones en los tipos de cambio, incremento en las tasas de impuestos, imposición de nuevos gravámenes e impuestos, otros cambios en las leyes impositivas, otros cambios regulatorios, desaceleraciones económicas y otros factores económicos podrían adversamente afectar la demanda del consumidor de los productos o servicios que ofrecemos en todos nuestros formatos y mercados en donde operamos (pudiéndose detonar una posible sobredemanda o sobreoferta). Estas condiciones pudieran afectar adversamente nuestros márgenes brutos, costos de venta, rotación de inventarios y políticas de rebajas. Los factores económicos que afectan nuestras operaciones también repercuten en las operaciones y desempeño económico de nuestros proveedores tanto en México como en

¹ Fuente: Bolsa Mexicana de Valores (BMV). Cifras al 31 de diciembre de 2013.

Centroamérica. Estos factores pudieran resultar en un incremento en el costo de los productos que vendemos a nuestros clientes o en casos extremos, podría resultar en que ciertos proveedores no puedan abastecernos los volúmenes que requerimos para la venta.

Si nuestra estrategia comercial no fuera capaz de identificar y responder efectivamente a las tendencias del consumidor a tiempo (tanto en nuestros canales de comercio al detalle tradicional como en eCommerce o la combinación de ambas ofertas), nuestra relación con los clientes, la demanda de nuestros productos y servicios así como nuestra participación de mercado se podría afectar negativamente.

Es difícil predecir consistente y exitosamente los productos y servicios que nuestros clientes demandarán. El éxito de nuestra estrategia comercial depende en parte de nuestra habilidad de predecir la demanda del consumidor, la disponibilidad de mercancía, el impacto relacionado con la demanda para productos existentes y el ambiente competitivo, tanto en nuestros canales de comercio al detalle tradicional como en eCommerce o la combinación de ambas ofertas. Un elemento de suma importancia para identificar las preferencias del cliente involucra la transparencia en precios, surtido de mercancía, experiencia y conveniencia de compra. Estos factores son de suma importancia para los clientes, particularmente como resultado de las cada vez mayores herramientas digitales y redes sociales disponibles, así como de las múltiples opciones para la compra de productos tanto en canales de comercio al detalle tradicional como en eCommerce o la combinación de ambas ofertas.

La incapacidad para identificar a tiempo o responder efectivamente a los cambiantes gustos del consumidor, preferencias y patrones de consumo podría afectar negativamente nuestra relación con nuestros consumidores, la demanda de nuestros productos y servicios (pudiéndose detonar una sobredemanda o sobreoferta) y nuestra participación de mercado, tanto en nuestros canales de comercio al detalle tradicional como en eCommerce o la combinación de ambas ofertas.

Si no fuéramos capaces de administrar adecuadamente nuestras marcas registradas, se podría afectar adversamente nuestra imagen, operaciones y desempeño financiero.

Todos los nombres comerciales de nuestros distintos formatos de negocio, tanto en México como en Centroamérica, así como los avisos comerciales utilizados en su publicidad y las diversas marcas privadas que son usadas en el etiquetado y venta de nuestros productos de marca propia, se encuentran debidamente registrados por Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V., y otras empresas del mismo grupo, derechos que son usados de manera directa por los titulares de los mismos y por las Compañías que operan los diversos formatos de negocios, bajo contratos de licencia y/o sublicencia de uso con vigencia indefinida. En México también se usan marcas registradas propiedad de terceros, respecto de las cuales se tienen celebrados contratos de licencia de uso, a efecto de garantizar el legal uso de las mismas y dar cumplimiento a la legislación aplicable relacionada al tema de marcas. Los citados derechos se encuentran protegidos y en uso, en términos de la legislación aplicable en materia de marcas y derechos de autor. El legal uso y conservación de los citados derechos son de suma importancia para la compañía, cualquier violación a los mismos, podría generar una afectación a nuestro prestigio, patrimonio y desempeño financiero.

Retrasos y/o impedimentos en la expansión comercial de nuestras operaciones podrían afectar nuestro desempeño financiero.

Tanto en México, como en los países de Centroamérica en donde tenemos operaciones, nuestra capacidad para abrir nuevas unidades, remodelar y reubicar unidades existentes, depende en gran medida de nuestra habilidad para identificar, contratar y retener personal calificado y en nuestra capacidad para ubicar, rentar y/o adquirir nuevas ubicaciones en términos aceptables. El cumplimiento de legislaciones municipales, estatales y/o federales puede afectar y/o retrasar el proceso de expansión comercial. El apego a la normatividad relativa al uso de suelo y otras regulaciones de construcción, así como acciones de la comunidad local en oposición a la construcción de ciertas unidades en sitios específicos pudieran afectar nuestra habilidad para abrir nuevas unidades, convertir unidades existentes a nuevos formatos y/o reubicar y expandir unidades en ciertas ciudades y estados. El incremento en los precios de los bienes raíces, costos de construcción y desarrollo podrían limitar nuestras oportunidades de crecimiento. Si somos incapaces de abrir nuevas unidades de nuestros diversos formatos, nuestro desempeño financiero, tal como el crecimiento en las ventas netas y la utilidad de operación, podría verse afectado adversamente. Adicionalmente, si el consumidor en los mercados en donde expandimos nuestro negocio, no es tan receptivo a nuestra propuesta de valor y a nuestros conceptos de autoservicio, clubes, tiendas de ropa y restaurantes o no es tan receptivo a nuestra presencia en un mercado, nuestro desempeño financiero podría ser afectado adversamente.

El acceso a proveedores de ciertos tipos de bienes y servicios pudiera limitar nuestra habilidad para incrementar el número de unidades o de expandir nuestra selección de productos en unidades existentes en ciertas regiones, especialmente en aquellos mercados en los que los consumidores desean adquirir bienes producidos localmente. Además, diferencias culturales en algunas regiones en las cuales operamos o en las que expandimos nuestro concepto de negocio de autoservicio, clubes, tiendas de ropa y restaurantes pudieran impactar en el cliente quien pudiera no responder tan receptivamente a nuestra propuesta comercial como la anticipamos, lo que podría afectar nuestro desempeño financiero.

Podríamos ser incapaces de continuar identificando candidatos para posibles adquisiciones a precios razonables y pueden no concretarse las adquisiciones de aquellos candidatos identificados. Aunque creemos que seremos capaces de integrar exitosamente cualquier nueva adquisición a nuestras operaciones, no existe certeza de que futuras adquisiciones o alianzas serán exitosamente integradas a nuestras operaciones o podrán integrarse en un periodo de tiempo razonable. Si somos incapaces para identificar apropiadamente candidatos para adquisiciones o alianzas o para integrar efectivamente cualquier futura adquisición o alianza en nuestras operaciones se podría afectar adversamente nuestro crecimiento y nuestro desempeño financiero.

La incapacidad para atraer y retener asociados calificados, cambios en las leyes y aspectos laborales podrían afectar adversamente nuestro desempeño financiero.

La capacidad para continuar expandiendo nuestras operaciones depende de nuestra habilidad para atraer y retener un gran y creciente número de asociados calificados. Nuestra capacidad para cubrir nuestras necesidades laborales, incluyendo nuestra habilidad para encontrar personal capacitado para cubrir las vacantes en nuestra tiendas existentes, clubes, tiendas de ropa, restaurantes y centros de distribución, mientras se mantiene la estructura nominal y otros costos laborales controlados, está generalmente sujeta a numerosos factores externos, incluyendo la disponibilidad de un suficiente número de personas calificadas en la población económicamente activa dentro de los mercados en los que operamos (fuerza laboral), niveles de desempleo, niveles salariales vigentes, cambios demográficos, costos de salud y otros costos de seguros relacionados, así como la implementación de nuevas y/o reformadas leyes laborales y regulaciones aplicables. Si somos incapaces de identificar, atraer y retener a personal capacitado, si nuestros costos laborales y relacionados se incrementan significativamente o si nuevas y/o reformadas leyes y regulaciones laborales y de seguridad laboral son adoptadas o implementadas, nuestro desempeño laboral podría verse adversamente afectado.

Enfrentamos una fuerte competencia de otros competidores y/o entrada de nuevos competidores (tanto en canales de comercio al detalle tradicional como en eCommerce o la combinación de ambas ofertas), lo cual pudiera afectar adversamente nuestro desempeño financiero.

Los sectores de autoservicio, clubes, tiendas de ropa y restaurantes son altamente competitivos. Cada uno de nuestros segmentos de negocio compite por clientes, empleados, ubicaciones para tiendas, productos, servicios y otros importantes aspectos de estos sectores contra múltiples competidores locales, regionales, nacionales e internacionales, los cuales pudieran aumentar en el futuro. Nuestra competencia está formada por empresas de los sectores de autoservicio, clubes de precio, tiendas de ropa y restaurantes que operan segmentos de descuento, departamentales, farmacias, todo a un precio, conveniencia, especializados, supermercados, hipermercados, clubes de precios, restaurantes, comercio electrónico y venta por catálogo. Estos operadores compiten de forma muy diversa, incluyendo variedad y disponibilidad de mercancía, oferta de servicios de valor agregado, ubicación, horarios de atención y precio. Nuestra habilidad para responder efectivamente a las presiones competitivas, el ingreso de nuevos competidores y cambios en los sectores de autoservicio, clubes, tiendas de ropa y restaurantes podría afectar nuestro desempeño financiero.

Riesgos asociados con los proveedores que nos abastecen productos y la seguridad de dichos bienes podría adversamente afectar nuestro desempeño financiero.

Los productos que vendemos son surtidos por una gran variedad de proveedores nacionales e internacionales. La proveeduría de los productos que comercializamos es un importante factor en nuestro desempeño financiero. Todos nuestros proveedores deben cumplir con las leyes aplicables, incluyendo legislaciones laborales, de seguridad y ambientales; adicionalmente estar certificado en el cumplimiento de nuestros estándares de calidad y conducta para proveedores. Nuestra habilidad para encontrar proveedores calificados que cumplan nuestros estándares y acceder a productos en una forma eficiente y en tiempo es un reto significativo, especialmente con aquellos proveedores y

productos abastecidos desde fuera de México y Centroamérica. Inestabilidad política y económica en los países donde se ubican nuestros proveedores, inestabilidad financiera, incapacidad para cumplir nuestros estándares de calidad y conducta, problemas laborales, el acceso y disponibilidad de materias primas, problemas de calidad en la mercancía, tipo de cambio, disponibilidad y costos de transportación, seguridad en el transporte, inflación y otros factores relacionados con los proveedores y los países en los que estos se localizan están fuera de nuestro control.

Adicionalmente, las regulaciones de comercio exterior, arancelarias, y otras imposiciones en bienes importados, sanciones comerciales impuestas a ciertos países, las limitantes en la importación de cierto tipo de bienes o de bienes que contienen ciertos materiales provenientes de ciertos países y otros factores relacionados con el comercio exterior están más allá de nuestro control. Estos y otros factores que afectan a nuestros proveedores y nuestro acceso a productos podrían adversamente afectar nuestro desempeño financiero.

Nuestros clientes confían en que les ofreceremos productos seguros. Por ello, asuntos concernientes a la seguridad de los alimentos y productos no alimenticios que obtenemos de nuestros proveedores y que luego vendemos podrían generar que los consumidores eviten comprar ciertos productos en nuestras unidades o que busquen fuentes alternas para cubrir sus necesidades de alimentos y productos no alimenticios, incluso cuando el asunto en cuestión está fuera de nuestro control. Cualquier pérdida de confianza por parte de nuestros clientes, pudiera ser difícil y costosa de restablecer. Por ello, cualquier asunto relacionado a la seguridad de cualquier alimento y producto no alimenticio que vendemos, independientemente de la causa, podría afectar adversamente nuestro desempeño financiero.

Nuestras operaciones fuera de México nos vuelven propensos a riesgos legislativos, judiciales, contables, regulatorios, políticos, económicos, ambientales y condiciones específicas en los países en los que operamos, los cuales pudieran afectar adversamente nuestro desempeño financiero.

Como resultado de nuestra expansión en Centroamérica, nuestros resultados operativos podrían verse afectados por una variedad de factores, muchos de los cuales están fuera de nuestro control. Estos factores incluyen condiciones políticas, inestabilidad política, condiciones económicas, limitaciones legales y regulatorias, leyes y regulaciones anti-lavado de dinero, políticas de comercio, regulaciones de tipo de cambio y cualquier otra cuestión en cualquiera de los países que actualmente operamos y/o aquellas situaciones o acontecimientos que internacionalmente también nos pudieran afectar. Nuestros resultados operativos futuros en los países donde operamos pudieran verse afectados por una variedad de factores, los cuales están fuera de nuestro control. Las fluctuaciones en el tipo de cambio pudieran tener un impacto en los costos y flujos de efectivo futuros de nuestras operaciones en Centroamérica, lo cual pudiera afectar adversamente nuestro desempeño financiero.

Por otra parte, las economías de algunos países en los que tenemos operaciones en Centroamérica han sufrido en el pasado de altas tasas de inflación y devaluaciones en su moneda, lo cual, de ocurrir nuevamente, podría afectar adversamente nuestro desempeño financiero. Otros factores que pudieran impactar nuestras operaciones en Centroamérica incluyen comercio exterior, políticas monetarias y fiscales tanto de México como de otros países, leyes, regulaciones y otras actividades de los gobiernos extranjeros, agencias y organizaciones similares y riesgos asociados con tener diversas instalaciones ubicadas en países que históricamente han sido menos estables que México. Riesgos inherentes adicionales en nuestra operación internacional generalmente incluyen, entre otros los costos y dificultades de administrar operaciones internacionales, consecuencias por impuestos adversos y una mayor dificultad para hacer cumplir los derechos de propiedad intelectual en otros países que en México. La variedad de riesgos inherentes de hacer negocios en México, generalmente también existe cuando se hacen operaciones comerciales fuera del país y estos pudieran incrementarse por la dificultad de hacer negocios en numerosas jurisdicciones dadas las diferencias en cultura, leyes y regulaciones.

Tanto en México como en los países de Centroamérica en donde tenemos operaciones, existe el riesgo de que nuestros asociados, contratistas o intermediarios, en contravención a nuestras políticas, efectúen prácticas prohibidas por las leyes y regulaciones de México y de los países de Centroamérica donde operamos. Nosotros mantenemos políticas que prohíben tales prácticas de negocio y hemos puesto en práctica programas de cumplimiento normativo anticorrupción diseñados para asegurar el cumplimiento de estas leyes y regulaciones. Sin embargo, estamos sujetos al riesgo de que uno o más asociados, contratistas o intermediarios efectúen prácticas de negocio que están prohibidas por nuestras políticas, violando nuestros programas de cumplimiento normativo y por lo tanto, violando tales leyes y regulaciones. Cualquier violación, incluso prohibida por nuestras políticas internas, podría afectar adversamente nuestro desempeño financiero.

Desastres naturales, cambios climáticos y eventos geopolíticos podrían afectar adversamente nuestro desempeño financiero.

El acontecimiento de uno o más desastres naturales, ambientales y/o accidentes, tales como huracanes, ciclones, tifones, tormentas tropicales, inundaciones, terremotos y sequías, así como eventos geopolíticos como disturbios civiles o ataques terroristas en cualquiera de los países donde operamos o en alguno donde se localizan nuestros proveedores podría afectar adversamente nuestras operaciones y desempeño financiero. Tales eventos podrían resultar en daño físico y/o pérdida parcial o total de una o más de nuestras propiedades, en el cierre de una o más de nuestras unidades, clubes, tiendas de ropa, restaurante y centros de distribución, en la falta de una adecuada fuerza de trabajo en un mercado, en la incapacidad de nuestros clientes y asociados para utilizar medios de transporte hacia nuestras unidades directamente afectadas por dichos eventos, en la evacuación de la población de la áreas en donde nuestras unidades, clubes, tiendas de ropa, restaurantes y centros de distribución se localicen, en cambios de los patrones de compra de los consumidores y del ingreso disponible para la compra, en el temporal y/o definitivo desabasto en el suministro de productos tanto de proveedores nacionales como internacionales, en la afectación a la transportación de bienes importados, en el desabasto o retraso en la entrega de bienes a nuestros centros de distribución, unidades o instalaciones, en la pérdida de comunicación con nuestras tiendas. Estos eventos y sus impactos podrían de cualquier forma alterar y afectar nuestras operaciones en las áreas en donde estos eventos ocurran y podrían afectar adversamente nuestro desempeño financiero.

Podríamos ser sujetos a obligaciones, penalizaciones y otras sanciones y otras consecuencias adversas derivadas de nuestras investigaciones en curso.

La compañía es una subsidiaria indirecta de Wal-Mart Stores, Inc., quien es propietaria de aproximadamente el 70% de las acciones representativas de su capital social y del derecho a voto, con la posibilidad de designar a la mayoría de los miembros de su Consejo de Administración. El resto de sus acciones cotizan públicamente a través de la Bolsa Mexicana de Valores y, hasta donde tenemos conocimiento, ningún accionista salvo Wal-Mart Stores, Inc., y sus sociedades relacionadas es propietaria de más del 2% de las acciones en circulación.

Wal-Mart Stores, Inc., está sujeto 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 lo divulgamos públicamente el pasado 23 de abril de 2012, Wal-Mart Stores, Inc., 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 hizo a dichas dependencias en noviembre de 2011.

Wal-Mart Stores, Inc., está llevando a cabo una revisión voluntaria a nivel mundial de sus políticas, prácticas y controles internos para efectos de cumplimiento con el FCPA, para fortalecer su programa global anti-corrupción a través de la adopción de medidas para prevenir la corrupción. Nuestra compañía 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 Wal-Mart Stores, Inc., en contra de ésta, sus actuales consejeros, algunos consejeros anteriores y ciertos de sus funcionarios actuales y anteriores, así como contra ciertos funcionarios actuales y anteriores de la compañía.

Los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias de la compañía y su Consejo de Administración han sido informados de estos asuntos y han determinado, por medio del voto unánime de sus consejeros independientes, continuar cooperando con Wal-Mart Stores, Inc., y con las dependencias mexicanas y norteamericanas que están llevando a cabo estas investigaciones.

Por corresponder al mejor interés de la compañía y de todos sus accionistas, la compañía colabora con la investigación independiente sobre supuestas prácticas corruptas que el Comité de Auditoría de Wal-Mart Stores, Inc., está conduciendo en relación con algunas de sus subsidiarias fuera de los Estados Unidos, incluyendo a la compañía. También colabora con las investigaciones que las autoridades en México han iniciado sobre este tema. Por ello, la compañía podría estar expuesta a una serie de consecuencias negativas como resultado de estas investigaciones, que podrían afectar nuestro negocio y desempeño financiero futuro.

Podríamos estar expuestos a una variedad de consecuencias negativas como resultado de estas cuestiones. Una o más acciones de la autoridad podrían ser aplicadas en relación a estas cuestiones que son el objeto de las investigaciones

gubernamentales en curso y tales acciones, en caso de presentarse, podrían resultar en juicios, acuerdos extrajudiciales, multas, penalizaciones, medidas cautelares, ceses, exclusiones, y demás acciones y/o consecuencias legales. No podemos predecir en este punto el resultado o impacto de las investigaciones gubernamentales, demandas de accionistas o de nuestras propias investigaciones y revisiones. Estas investigaciones pudieran requerir el involucramiento de ciertos miembros de nuestro cuerpo directivo que podría afectar el tiempo que ellos tienen disponible para desempeñar sus funciones relacionadas a sus posiciones. También estimamos que continuará el interés de los medios de comunicación y el gobierno, incluyendo artículos noticiosos adicionales respecto a estas cuestiones que podrían impactar la percepción de nuestro papel como empresa ante ciertas audiencias. Nuestros procesos de enfrentar y responder a las investigaciones gubernamentales continúan. A pesar de que actualmente no consideramos que estas cuestiones pudieran tener un efecto adverso considerable en nuestro negocio, no podemos asegurar que estas cuestiones no afectarán de manera considerable nuestro negocio en el futuro.

Si los sistemas basados en tecnología que proporcionan la capacidad a nuestros clientes para adquirir mercancía en línea no funcionan eficientemente, nuestros resultados operativos, así como nuestra capacidad para crecer en el segmento de eCommerce, podrían ser afectados adversamente.

Una porción de nuestros clientes adquiere mercancía a través de nuestros sitios de eCommerce, los cuales forman parte de una estrategia multicanal de venta. De forma incremental, los clientes están usando computadoras, tablets, teléfonos inteligentes y otros dispositivos para adquirir productos en línea tanto con nosotros como con la competencia, así como para hacer comparaciones entre ofertas. Por ello, cualquier falla de nuestra parte en proveer las interfaces tecnológicas necesarias en nuestros canales de eCommerce, incluyendo aplicaciones de software con interface amigable para teléfonos inteligentes, tablets y otros dispositivos, podría situarnos en una posición de desventaja competitiva, resultando en la pérdida de ventas en línea, daño a nuestra reputación con los clientes, impacto adverso en nuestro negocio de eCommerce y afectación negativa a los resultados de nuestras operaciones.

Cualquier incidente relacionado a la seguridad de la información que poseemos de nuestros clientes, asociados y proveedores, como resultado de un ataque cibernético, podría dañar nuestra reputación y obligarnos a incurrir en sustanciales costos adicionales, ser sujetos a litigios, y podría afectar adversamente nuestras operaciones.

Como la mayoría de las empresas del sector comercial, recibimos información sobre nuestros clientes, asociados y proveedores. Adicionalmente, nuestras operaciones comerciales en línea en nuestras páginas de internet dependen de la transmisión segura de información confidencial a través de redes de trabajo públicas, incluyendo información para pagos electrónicos. Cada año, hackers computacionales hacen numerosos intentos para acceder a la información almacenada en nuestros sistemas de información. Mantenemos medidas de seguridad considerables para proteger y para prevenir accesos no autorizados a dicha información. Sin embargo, es posible que un hacker computacional y otros (a través de ataques cibernéticos que están evolucionando rápidamente y volviéndose muy sofisticados) puedan en el futuro sobrepasar nuestras medidas de seguridad y obtener información personal que poseemos de nuestros clientes, asociados y proveedores. Una infiltración de tal tipo, podría afectar adversamente nuestra reputación con nuestros clientes, asociados y proveedores, así como también nuestras operaciones, resultado de las operaciones, condición financiera y liquidez y podría resultar en litigio en nuestra contra o la imposición de sanciones. Además, una violación en la seguridad podría requerir que invirtiéramos importantes recursos adicionales para mejorar las medidas de seguridad que empleamos en resguardar tan importante información personal en contra de ataques cibernéticos y otros intentos para acceder a tal información, lo cual podría resultar en la interrupción de nuestras operaciones, particularmente nuestras operaciones para ventas en línea.

Como empresa de comercio al detalle que acepta pagos con tarjetas de débito y crédito, estamos sujetos al cumplimiento de lineamientos y estándares en relación a la seguridad de almacenaje físico y electrónico, procesamiento y transmisión de la información del tarjetahabiente. A pesar de nuestro cumplimiento de estos estándares y de otras medidas de seguridad informática, no podemos asegurar que todos nuestros sistemas de tecnología de la información son capaces de prevenir, contener o detectar cualquier ataque cibernético o intrusión en la seguridad de software malintencionado existente o que pueda ser desarrollado en el futuro. Cualquier irrupción podría resultar en pérdida, daño o malversación de la información, por lo que podríamos ser materialmente afectados por reclamaciones de clientes, instituciones financieras, autoridades reguladoras, asociaciones de pago con tarjeta y otros. Además, el costo de cumplir con estrictas leyes y estándares de privacidad y de seguridad de la información pudiera ser económicamente significativo para nosotros.

Dependemos en gran medida en sistemas computacionales para procesar transacciones, consolidar resultados y administrar nuestro negocio. Interrupciones en nuestros sistemas (primarios y de respaldo) podrían dañar nuestra capacidad para manejar nuestro negocio.

A pesar de que contamos con sistemas computacionales (primarios y de respaldo) independientes, suficientes y físicamente separados, dado el número de transacciones individuales que tenemos cada año, es crítico que mantengamos ininterrumpidas la operaciones en nuestros sistemas computacionales. Estos sistemas, incluyendo nuestros sistemas de respaldo, están sujetos al daño o interrupción por cortes en el suministro eléctrico, fallas computacionales y en las telecomunicaciones, virus computacionales, violaciones a la seguridad (a través de ataques cibernéticos por hackers computacionales y organizaciones sofisticadas), eventos catastróficos como incendios, tornados, terremotos y huracanes y utilización errónea por nuestros asociados. Si nuestros sistemas computacionales y nuestros sistemas de respaldo son dañados, violados o dejan de funcionar adecuadamente, tendríamos que hacer inversiones considerables para reparar o reponerlos y podríamos sufrir interrupciones temporales en nuestras operaciones. Cualquier interrupción tanto en nuestros sistemas computacionales como en los sistemas de respaldo podría tener efectos adversos considerables en nuestro negocio y en los resultados operativos. El riesgo en la interrupción de los sistemas se incrementa cuando cambios significativos en los sistemas son realizados, sin embargo, creemos que nuestros procesos de cambios administrativos mitigarán este riesgo. Si fallamos en la integración de nuestros sistemas y procesos computacionales, podríamos fallar en alcanzar los ahorros que anticipamos se derivarían de dichas iniciativas.

D) Otros valores

Walmart de México y Centroamérica cotiza en el “International OTCQX Market Tier” a través de su programa patrocinado de ADRs nivel 1 que tiene como banco depositario a Bank of New York (www.otcqx.com).

El “International OTCQX Market Tier” reconoce a las empresas que proporcionan información confiable a los inversionistas y que cumplen con los requisitos necesarios para cotizar en NYSE. Entre los principales beneficios de este reconocimiento están el tener cotización e intercambio de ADRs electrónico y un sistema de información financiera en línea.

En los últimos 3 ejercicios Walmart de México y Centroamérica ha entregado en forma completa y oportuna los reportes que la legislación mexicana y extranjera nos requiere sobre eventos relevantes e información periódica, tales como información sobre resultados en forma trimestral y anual.

E) Cambios significativos a los derechos de valores inscritos en el Registro

No se han dado cambios significativos a los derechos de valores inscritos en el Registro.

F) Destino de los fondos, en su caso

No aplica destino de los fondos.

G) Documentos de carácter público

Los siguientes documentos están a disposición del gran público inversionista, por medio de la página de internet de la Bolsa Mexicana de Valores, www.bmv.com.mx, así como en la página de Walmart de México y Centroamérica, www.walmartmexicoycam.com.mx y la página de Relación con Inversionistas, www.walmex.mx:

- Informe anual – formato BMV.
- Avisos de eventos relevantes.
- Informe mensual de ventas.
- Reporte trimestral de resultados: Estados financieros consolidados (Se presenta comparativo contra mismo trimestre del año anterior y acumulados a cada trimestre).
- Informe anual, con Estados Financieros consolidados y auditados al cierre de cada ejercicio, así como un comparativo contra el ejercicio inmediato anterior.

- Informe Anual reportado bajo los lineamientos de Global Reporting Initiative (GRI).
- Código de mejores prácticas corporativas.
- Compulsa de estatutos.

H) Contactos

Relación con Inversionistas

Mariana Rodríguez

mariana.rodriguez@wal-mart.com

Teléfono: (52) 55 5283 0289

Responsabilidad Corporativa

María Gisela Noble

gisela.noble@wal-mart.com

Teléfono: (52) 55 5283 0100, ext. 18106

Comunicación Corporativa

Antonio Ocaranza

antonio.ocaranza@wal-mart.com

Teléfono: (52) 55 5283 0271

Oficinas Corporativas

Blvd. M. Ávila Camacho 647

Colonia Periodista

Delegación Miguel Hidalgo

11220 México, D.F.

Teléfono: (52) 55 5283 0100

walmartmexicoycam.com

walmex.mx

2) LA EMISORA

I) Historia y desarrollo de la emisora

- 1958 Se abrió al público en la Ciudad de México la primera tienda Aurrerá.
- 1960 Inicia operaciones Superama.
- 1964 Inicia operaciones Vips.
- 1970 Inician operaciones Suburbia y Bodega Aurrerá.
- 1977 Las acciones de la Compañía inician cotizaciones en la Bolsa Mexicana de Valores, con clave de pizarra AURRERA.
- 1986 La empresa cambia su razón social a Cifra S.A de C.V. (Cifra).
- 1991 Se firma un convenio de asociación con Wal-Mart Stores, Inc. (50%-50%) para la apertura de del primer Sam's Club en México, iniciando operaciones en diciembre del mismo año.
- 1992 Se incorporan a la asociación las nuevas unidades de Aurrerá, Bodega Aurrerá y Superama, así como los Walmart Supercenters. Para ello se crean dos Compañías: Cifra-Mart y WMHCM, de las cuales Cifra es dueña del 50% y Wal-Mart Stores, Inc., del 50%. Cifra mantiene el 100% de sus unidades abiertas antes de mayo de 1992.
- 1993 Inicia operaciones Walmart Supercenter.
- 1994 Se incorporan a la asociación las nuevas unidades de Suburbia y de Vips.
- 1997 Wal-Mart Stores, Inc. hace una oferta pública de compra de acciones en la Bolsa Mexicana de Valores, adquiriendo el control de la empresa. Cifra permanece como empresa pública que opera todos los negocios en México (Bodega Aurrerá, Walmart Supercenter, Aurrerá, Sam's Club, Superama, Suburbia y Vips).
- 2000 Se aprueba en Asamblea de Accionistas el cambio de razón social, de Cifra S.A. de C.V. a Wal-Mart de México, S.A. de C.V. Su clave de pizarra es **WALMEX**.
- 2001 Las tiendas Aurrerá se convierten en Walmart Supercenter o Bodega Aurrerá.
- 2004 La Asamblea de Accionistas aprobó otorgar derecho de voto a las acciones Serie C y convertirlas en acciones Serie V. El canje realizado fue a la par, es decir, una acción Serie V por cada acción Serie C y así la totalidad del Capital Social de Walmart de México está representado por una sola serie que otorga a todos nuestros Accionistas iguales derechos.
- 2006 Se aprueba en Asamblea de Accionistas el ajuste a la denominación social de Wal-Mart de México, S.A. de C.V. a Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.
Se recibe la autorización por parte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para la constitución de Banco Wal-Mart de México Adelante, S.A.
- 2007 Inicia operaciones Banco Walmart.
- 2009 Se aprueba la adquisición del 100% de la operación de Walmart Centroamérica, el detallista líder de la región en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica.
- 2010 El 15 de febrero, se concretó la adquisición de Walmart Centroamérica. Se cambia el nombre comercial a Walmart de México y Centroamérica.
- 2011 Primer Walmart Supercenter en Centroamérica (Honduras).
- 2013 Lanzamiento de Walmart.com.mx

Inversión en activos fijos	2013	2012	2011	2010
Aperturas (número de unidades)	235	291	441	297
Inversión (millones de pesos)	\$ 13,987	\$ 14,660	\$ 18,352	\$ 13,130

Durante 2013 invertimos 13,987 millones de pesos al incrementar en 235 unidades de todos nuestros formatos de la región, esto representó un incremento en la capacidad instalada de 7.2% en México y 6.1% en Centroamérica.

En 2012 abrimos 291 unidades de todos nuestros formatos en los seis países de la región, esto representa un incremento en nuestra capacidad instalada de 8.0% en México y 4.8% en Centroamérica.

En el año 2011 abrimos 441 unidades, lo que representó un incremento del 11.4% en México y 9.8% en Centroamérica.

J) Descripción del negocio

i) Actividad principal

Al 31 de diciembre de 2013, Walmart de México y Centroamérica operaba 2,861 unidades comerciales distribuidas en 540 ciudades en los seis países donde tenemos presencia. Entre sus unidades en operación se incluyen tiendas de autoservicio, clubes de precios con membresía, tiendas de ropa y sucursales bancarias.

Formato	Propuesta de valor	Nivel socioeconómico	Unidades
Bodegas y tiendas de descuento	Precio	D, E	2,130
Walmart	Surtido y precio	B, C, D	263
Supermercados	Calidad, conveniencia y servicio	A, B, C	192
Clubes de Precio	Precio líder, volumen, mercancía nueva y diferenciada	A, B, C, Negocios	157
Suburbia	Moda, valor, precio y calidad	C, D	109
Banco	Conveniencia y precio	A, B, C, D, E	201

Presencia en 427 ciudades de México.

Presencia en México por zona geográfica

	Total	Metropolitana	Centro	Noreste	Sureste	Noroeste	Norte	Suroeste
Bodega Aurrerá	1,589	401	588	192	133	99	87	89
Walmart	243	61	68	26	26	33	20	9
Sam's Club	156	31	44	14	20	19	15	13
Superama	92	54	28	2	7	-	-	1
<i>Total Autoservicio</i>	<i>2,080</i>	<i>547</i>	<i>728</i>	<i>234</i>	<i>186</i>	<i>151</i>	<i>122</i>	<i>112</i>
Suburbia	109	45	31	9	10	6	4	4
Farmacias Medimart	10	10						
TOTAL	2,199	602	759	243	196	157	126	116



Presencia en 113 ciudades de Centroamérica.

Presencia en Centroamérica por país						
	Total	Costa Rica	Guatemala	El Salvador	Nicaragua	Honduras
Bodega y Tiendas de Descuento	541	177	170	55	72	67
Supermercados	100	29	31	25	8	7
Walmart	20	8	7	4		1
Clubes de precio	1	-	1	-		
TOTAL	662	214	209	84	80	75



Comportamiento cíclico

Como resultado de la temporada navideña, el consumo de bienes y servicios aumenta significativamente en los últimos meses de cada año. En 2013, el cuarto trimestre representó el 29.3% de los ingresos del año.

Ingresos por trimestre		
	Ingresos netos 2013 (millones de pesos)	Participación (%)
1er Trimestre	\$ 100,448	23.6
2do Trimestre	98,977	23.3
3er Trimestre	101,271	23.8
4to Trimestre	124,465	29.3
TOTAL	\$ 425,161	100.0

Las vacaciones y días feriados también tienen un impacto significativo en el comportamiento de las ventas.

ii) Canales de distribución

En los centros de distribución localizados en seis ciudades de México, operamos un volumen de más de 1,800 millones de cajas y mejoramos nuestra productividad cajas por hora hombre en 12.2% en relación a 2012.

13 centros de distribución en México

Ciudad	Nombre	Servicio
México	Cuautitlán	Mercancía seca
	La Naranja	Distribución de ropa Suburbia
	San Martín Obispo (2)	Mercancía seca / Perecederos
	Santa Bárbara	Mercancía seca
	Chalco	Mercancía seca
Monterrey	Secos	Mercancía seca
	Perecederos	Frutas y verduras
Guadalajara	Secos	Mercancía seca
	Perecederos	Frutas y verduras
Villahermosa	Secos	Mercancía seca
	Perecederos	Perecederos
Culiacán	Secos	Mercancía seca



11 centros de distribución en Centroamérica

País	Nombre	Servicio
Guatemala	Amatitlán	Mercancía seca
	Bárceñas	Perecederos
	Integrada	Mercancía seca
El Salvador	Apopa	Mercancía seca / Perecederos
Honduras	San Pedro (2)	Mercancía seca / Perecederos
	Tegucigalpa	Alimentos
Nicaragua	Managua	Mercancía seca / Perecederos
	Momotombo	Mercancía de Importación
Costa Rica	Coyol	Alimentos
	Santa Ana	Mercancías Generales



iii) Patentes, licencias, marcas y otros contratos

Todos los nombres comerciales de nuestros distintos formatos de negocio en México (Bodega Aurrerá, Mi Bodega Aurrerá, Bodega Aurrerá Express, Walmart, Sam's Club, Superama, Suburbia, Vips, El Portón, Ragazzi, La Finca, San Remo Café, Prichos y Banco Walmart), así como las diversas marcas privadas (Great Value, Equate, Members Mark, Carrito Wal-Mart, Medimart, Aurrerá, GRX, Weekend, MC Metrópolis Company, Non Stop, etc.), son marcas registradas propiedad de Wal-Mart Stores, Inc. y Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. Dichas marcas son usadas por las Compañías operadoras bajo contratos de licencia y/o sublicencia de uso con vigencia indefinida. También se usan marcas registradas propiedad de terceros, respecto de las cuales se tienen celebrados contratos de licencia de uso, a efecto de garantizar el legal uso de las mismas y dar cumplimiento a la legislación marcaria aplicable.

Dentro de las marcas distintivas se encuentra la marca "Vips", bajo la cual operamos diversos restaurantes con el mismo nombre, asimismo se han otorgado cinco franquicias para la operación de restaurantes en tres ciudades de la República (Veracruz, Xalapa y Tuxtla).

También se encuentra "Banco Walmart", bajo la cual operamos un banco de bajo costo para servir mejor a nuestros clientes.

Todos los nombres comerciales de los distintos formatos de negocio en Centroamérica (Despensas Familiar, Pali, la Despensa de Don Juan, La Unión, Paiz, Más x Menos, Maxi Bodega, MaxiPalí y ClubCo), así como las diversas marcas privadas, (SABEMAS, SuperMax, Suli, etc.), son marcas registradas de diferentes subsidiarias de TFB Corporation, N.V. (operación denominada como Walmart Centroamérica). Las marcas privadas Walmart, Great Value, Equate, SAM's Choice, George & Design se comercializan bajo licencia de Wal-Mart Stores, Inc.

Dentro de las marcas distintivas se incluyen varias marcas que son propiedad de subsidiarias de la División Agroindustrial, una operación formada para apoyar la operación detallista de Walmart Centroamérica a través del abasto, distribución y venta de productos frescos y, separadamente, el desarrollo de marcas privadas en abarrotes y consumibles.

El legal uso y conservación de derechos de las diversas marcas privadas es de suma importancia para la emisora toda vez que forman parte de su patrimonio, amén de que el público consumidor identifica la calidad de los productos comercializados bajo las marcas en conjunto con el servicio prestado por las Compañías operadoras, en lo que se involucra el prestigio de la emisora.

iv) Principales clientes

Nuestro principal cliente es el público en general. Durante el año 2013, atendimos a 1,962 millones de clientes en México y en Centroamérica.

México y Centroamérica es una región diversa, con diferentes características demográficas, preferencias y niveles socioeconómicos. Nuestra estrategia multiformato nos brinda la flexibilidad suficiente para atender de manera eficiente las necesidades de los distintos sectores de la población. La diversidad que hay en cada uno de los países en cuanto a sus características demográficas y de niveles socioeconómicos permite la operación multiformato, para atender eficientemente las necesidades de todos los clientes.

v) Legislación aplicable y situación tributaria

Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. es una sociedad constituida bajo leyes mexicanas, la cual cumple con todas las disposiciones legales en materia administrativa para llevar a cabo la construcción y operación de sus diversas unidades, observando puntualmente la legislación en las siguientes materias: construcciones, ambiental y ecológica, vial y de desarrollo urbano, funcionamiento, sanitaria, de venta de bebidas alcohólicas, zoonosanitaria, de anuncios; tanto en el ámbito federal como en el local según corresponde a la competencia de las diversas Autoridades Federales, Estatales y Municipales.

Asimismo, observa el cabal cumplimiento de los principios básicos de las relaciones comerciales entre proveedores y consumidores establecidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor.

En cuanto a la situación tributaria en México, la emisora se encuentra registrada ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y consolidó para efectos fiscales, con excepción del Banco, hasta el ejercicio 2013, cumpliendo con todas las disposiciones que regulan los aspectos fiscales relacionados con el desarrollo de los negocios de la emisora.

Dentro de las principales leyes aplicables que nos rigen en México se encuentran: la Ley del Mercado de Valores, Ley General de Sociedades Mercantiles, Ley del Impuesto sobre la Renta, Ley del Impuesto al Valor Agregado, Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, Ley de la Propiedad Industrial, Ley Federal del Derecho de Autor, Ley Federal de Protección al Consumidor, Ley Federal de Competencia Económica, Ley de Inversión Extranjera, Ley de Instituciones de Crédito y Ley Federal del Trabajo y Ley Federal de Protección de Datos Personales.

La operación denominada como Walmart Centroamérica se consolidó bajo TFB Corporation, N.V. (compañía incorporada en las Antillas Holandesas, hoy Curaçao), una subsidiaria de WMCA Central American Holding, S. de R.L. de C.V., quien a su vez es subsidiaria directa de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V., y esta última, subsidiaria indirecta de Wal-Mart Stores, Inc. TFB Corporation, N.V., se constituyó con el propósito de servir como la entidad "holding" de un número de subsidiarias indirectas que a su vez son holdings de otras subsidiarias que operan tiendas y operaciones agroindustriales, constituidas en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, y Costa Rica.

Asimismo, se observa el cumplimiento de los principios básicos de las relaciones comerciales entre proveedores y consumidores establecidos en los respectivos países.

En cuanto a la situación tributaria en Centroamérica, TFB Corporation, N.V. y sus subsidiarias operativas se encuentran sujetas a las diversas disposiciones fiscales de los países en donde operan, se encuentran registradas ante sus respectivas agencias impositivas y están sujetas al cumplimiento de todos los requisitos fiscales relacionados con el desarrollo de sus respectivos negocios.

vi) Recursos humanos

La operación y nuestros Asociados

Walmart de México y Centroamérica es un gran empleador que brinda oportunidades de desarrollo a sus 226,289 asociados. Impulsamos una cultura de integridad, respeto, servicio y excelencia, con un enfoque en la equidad y el balance de vida para nuestros asociados.

Gente, talento y liderazgo

Enfrentamos retos derivados del crecimiento, la incorporación de nuevas generaciones a la vida laboral y de pertenecer a un mercado en constante transformación. Dichos retos impactan en la atracción y retención de talento de calidad, en el desarrollo de los asociados y en la forma en que nos transformamos en una organización más moderna, sin perder nuestra esencia y cultura.

Para atender los retos planteados, trabajamos en:

- Fortalecer la estructura y gestión de recursos humanos haciéndola más sólida y estratégica, alineada con las necesidades del negocio y con sistemas y políticas más robustos.
- Atraer y desarrollar al mejor talento, impulsando sus capacidades en la organización a través de un liderazgo basado en la gente, con un enfoque en la integridad y en los resultados del negocio.
- Reforzar la cultura, inspirar el compromiso y mejorar la experiencia en la empresa.

Estructura y gestión

Con una estructura encabezada por la Vicepresidencia Senior de Recursos Humanos, este año se creó la figura de socio de negocio cuyo rol es asegurar que la propuesta de valor de Recursos Humanos responda a los requerimientos de cada área, y ayude a cumplir nuestras prioridades estratégicas.

Por otra parte se fortalecieron las áreas de Recursos Humanos dedicadas al conocimiento específico transversal a toda la organización, como son: Compensaciones y Beneficios y la Dirección de Talento y Desarrollo Organizacional que entre sus responsabilidades tiene un área dedicada al Balance de Vida, la Equidad e Inclusión que apoya y opera las iniciativas del Consejo Consultivo de Equidad e Inclusión, que asesora al Director General en los temas relativos en esta materia.

La empresa cuenta con políticas y procedimientos y canales de comunicación interna suficientes para una correcta gestión de recursos humanos, así como con los procesos para revisar su aplicabilidad y su actualización periódica.

Estándares laborales

En todos los países donde tenemos presencia, los estándares laborales están plasmados en las políticas y procedimientos de recursos humanos de la empresa que contemplan:

- Un ambiente de trabajo donde se practica la cultura de integridad y dignidad humana, respeto al individuo, servicio y excelencia.
- La no discriminación por raza, género, edad, discapacidad, orientación sexual, ideológica o religiosa que se plasma en las políticas y procedimientos de reclutamiento, capacitación, desarrollo, y sistema de compensaciones.
- El rechazo al trabajo infantil y al trabajo forzado.
- Brindar un ambiente laboral con condiciones de seguridad e higiene que permiten prevenir accidentes de trabajo; en donde todos nuestros asociados tienen acceso a la seguridad social.

- Apego al cumplimiento de la ley y reglamentos aplicables en los países donde operamos.
- Salarios remuneradores, superiores a los establecidos por los organismos encargados de fijar los salarios mínimos.
- Respetar las jornadas de trabajo, horas y días de descanso, así como el pago correcto del tiempo extraordinario, de los salarios y las prestaciones a las que nuestros asociados tienen derecho.
- Igualdad de oportunidades para el desarrollo de los asociados, en donde se les brinda capacitación y adiestramiento de forma continua.
- Canales internos de comunicación abierta y confidencial para denuncias sobre violaciones a cualquiera de los puntos descritos en este apartado.

Plataforma de desarrollo de talento

Contar con un flujo continuo de talento capacitado que sustente nuestros planes de crecimiento es indispensable, por lo que además del reclutamiento que lleva a cabo cada líder de Recursos Humanos en su unidad respectiva y el reclutamiento centralizado de talento para áreas de staff y directivas, se realiza una labor de posicionamiento dentro de las universidades. Nuestros programas de desarrollo de talento están enfocados en los siguientes aspectos:

- Capacitación. Dirigida a los asociados de operaciones y staff de todos los niveles; desarrollo de habilidades como liderazgo, trabajo en equipo, negociación y conocimientos técnicos para los distintos niveles y funciones de la organización. El Centro de Capacitación Walmart se encarga de la capacitación presencial y contamos además con el Sistema Interactivo Integral de Gestión del Aprendizaje y con Walmart TV, el canal de televisión interna que cubre toda la operación.
- Programa de becas para licenciatura, que fomenta el desarrollo de asociados, apalancando su crecimiento dentro de la organización.
- Programas de coaching, mentoría y visibilidad para impulsar el desarrollo de asociados con potencial, con el apoyo de un experto interno y/o externo, a través de procesos individuales y grupales.
- Academia de Compras y de Operaciones. Esta instancia de capacitación fortalece la visión, las capacidades y la forma de establecer relaciones comerciales más productivas del equipo de compradores y también de quienes lideran nuestras tiendas, ambas en permanente revisión y perfeccionamiento.
- Sistema de compensaciones y evaluación de desempeño. Diseñado para estimular y reconocer el desarrollo de competencias críticas del negocio, a los requerimientos del puesto y el enfoque en resultados. La evaluación aborda tanto el desempeño individual, semestral y anual, evaluaciones multidimensionales de desempeño 360° y se apoya en un proceso de calibración de ejecutivos que permite identificar el talento y la elaboración de planes de desarrollo.

Cultura, compromiso y una forma moderna de trabajar

La cultura Walmart es el marco de referencia para fortalecer el compromiso de todos nuestros asociados con la empresa. Por ello, fomentamos el desarrollo de comportamientos que la reflejen, promoviendo la vivencia de la cultura a través del ejemplo, el reconocimiento, la capacitación y la comunicación. El Programa de Cultura incluye diversas prácticas que permiten reconocer y fortalecer los comportamientos que se alinean con nuestra cultura, tales como los programas 100 en Cultura, Es mi Líder y Transformación Cultural.

Con una encuesta anual independiente, medimos el compromiso de los asociados con la empresa, el nivel de vivencia de la cultura y establecemos planes de trabajo para incrementarlos a través del proceso permanente llamado Cultivando Nuestro Compromiso. Adicionalmente, herramientas como el blog En directo con Scot abre un canal de comunicación directa para fomentar el compromiso, el sentido de pertenencia y la cercanía entre los niveles de la organización y el Director General.

Oportunidades para todos y diversidad

Además de políticas que favorecen la atracción de talento y el desarrollo de los asociados en un ambiente de inclusión y respeto a la diversidad, contamos con un Consejo Consultivo de Equidad e Inclusión formado por Vicepresidentes y Directores de diversas áreas de la empresa, que enfoca sus esfuerzos en:

- Transformación cultural, que consiste en construir y reforzar la sensibilización y conocimiento del tema de equidad e inclusión.
- Capacitación y Desarrollo con programas de desarrollo específico en temas de equidad de género. Destacan el Diplomado de Mujeres Ejecutivas, impartido por la Universidad Panamericana, del cual en 2013 egresó la 5a generación, y el curso Dominando el Escenario, impartido por mujeres en posiciones directivas.
- Gobierno y procesos que revisa e implementa políticas y procedimientos que sustenten y aseguren una cultura de equidad.
- Flexibilidad, que revisa y propone nuevas formas de trabajo para operaciones y oficinas.

El Modelo de Equidad de Género de la empresa ha sido evaluado desde 2009 por el Instituto Nacional de las Mujeres, y en 2013 la certificación fue refrendada una vez más.

Balance de vida, salud y seguridad

Los programas de balance de vida y la implementación de nuevas formas de trabajar en la empresa buscan lograr una organización moderna que promueva el equilibrio entre vida personal y trabajo en nuestros asociados, además de un estilo de vida saludable. Hemos fortalecido los programas:

- Flexibilidad laboral. Estamos implementando el programa Hábitat, un nuevo concepto en ambientes de trabajo que propicia la colaboración en equipo en espacios de trabajo abiertos y funcionales, resultando en una cultura concentrada en mejorar el clima laboral, la productividad y los resultados. También se implementó el programa de Semana Flexible de Trabajo para los asociados de staff que consiste en acomodar las horas de trabajo en la semana para dejar libre la tarde del viernes.
- Se amplió el seguro médico de gastos mayores para partos.
- Se implementó la licencia postnatal para madres, que les permite completar su licencia de maternidad por ley y reintegrarse de manera progresiva a su horario habitual hasta los 7 meses de vida de su bebé, y la licencia postnatal para padres, quienes gozarán de horario flexible durante el primer mes de vida de su hijo(a).
- Se renovaron convenios con instituciones de salud para visitas a todas las tiendas a nivel nacional con el propósito de cuidar el bienestar de nuestros asociados con acciones como: detección de hipertensión, glucosa y colesterol, revisión de talla y peso, vacunación y planificación familiar.
- Se dio continuidad a convenios para que los asociados obtengan descuentos en laboratorios, gimnasios, servicios de salud y bienestar, entretenimiento y escuelas.

Los programas de prevención de accidentes que integran todas las medidas y acciones en seguridad se fortalecen con un cuerpo de expertos en seguridad e higiene que realiza auditorías constantes a nuestras unidades, con el propósito de generar planes de acción para las distintas oportunidades que puedan llegar a detectarse; documentamos las buenas prácticas y las difundimos.

vii) Desempeño ambiental

Nuestra operación y el medio ambiente

Reducir el consumo de agua y energía, mejorar el manejo de residuos, promover la sustentabilidad ambiental en la cadena de suministro y cuidar de la biodiversidad, son factores esenciales para disminuir el impacto de nuestra operación en el medio ambiente y aumentar la productividad de la empresa.

Para alcanzar estos propósitos, consideramos fundamental:

- Contar con estándares de operación respetuosos del medio ambiente en agua, energía, manejo de residuos, productos, empaques y biodiversidad.
- Implementar y medir iniciativas que favorezcan una operación más sustentable.
- Adoptar las mejores prácticas.

Contamos con una estrategia y objetivos claros a corto, mediano y largo plazo establecidos por la alta dirección. Nuestro equipo de asociados especializados liderados por un Director de Sustentabilidad son los encargados de la gestión de dichos objetivos, además de implementar políticas y procedimientos. Junto con nuestras operadoras compartimos responsabilidad sobre los mismos, y el desempeño y alcance se reporta al Consejo de Administración.

RESULTADOS 2013
% DE VARIACIÓN

	México	Centroamérica
Gases efecto invernadero (CO ₂)	-2.0	-6.8
Energía	-3.3	-4.5
Agua (tiendas totales)	-7.3	ND
Bolsa de plástico	-10.3	NA
Residuos reciclados (Cero desechos, % de desvío de rellenos sanitarios)	73	61

ND: NO DISPONIBLE
NA: NO APLICA

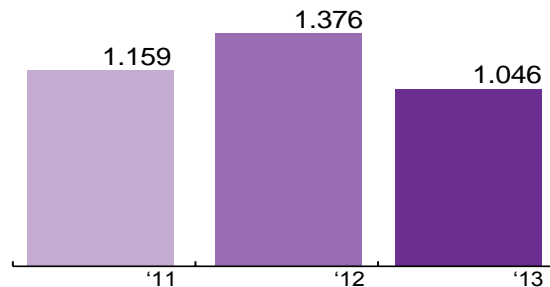
Agua

Aseguramos la calidad del agua en los procesos relacionados con el consumo humano, eficientamos su uso en la operación y mejoramos la disposición de agua residual.

En todas las áreas relacionadas con el consumo humano, como la preparación de alimentos, aseguramos su calidad con equipos de filtración y desinfección del agua proveniente de la red pública. Continuamos con la implementación de equipos eficientes en el consumo de agua. Ampliamos el número de plantas de tratamiento a 885; en México tratamos más de 1,680 millones de metros cúbicos de agua residual, de la cual el 28% se reutiliza en sanitarios y riego.

En México, redujimos 7.9% el consumo de agua con respecto a 2012 a tiendas comparables.

México Consumo de agua por unidad de área (m³ / m²)



Energía

Los factores medulares para reducir las emisiones de carbono, mejorar la sustentabilidad e impactar positivamente la productividad de la empresa son: utilización eficiente de energía en equipos de iluminación y sistemas, uso de fuentes renovables, una cultura más responsable y productos ecoeficientes.

En 2013, se anunció el objetivo de obtener 3,000 GWh de energía renovable para 2020. Dado que todas las iniciativas de ahorro de energía implementadas apoyan la eficiencia energética de la empresa, seguimos incorporando nuevas tecnologías en tiendas nuevas y en unidades remodeladas.

En México inició operaciones una nueva planta de energía eólica ubicada en el Istmo de Tehuantepec, con capacidad para generar 252 MWh y alimentar a 886 unidades de negocio. Sumados a los 68 MWh que desde 2010 genera el parque eólico Oaxaca I Lamatalaventosa, generaremos 320 MWh de energía renovable para alimentar 1,233 unidades.

Adicionalmente, se fortalecieron iniciativas como iluminación LED, instalación de puertas en vitrinas de refrigeración y de bancos de capacitores, campañas internas de eficiencia energética y sistemas de control de energía.

Impulsamos el uso eficiente de energía en los procesos de nuestros proveedores y la venta de productos ecoeficientes como aparatos electrodomésticos y electrónicos de bajo consumo, lámparas fluorescentes compactas y de LED.

Por primera ocasión nuestro inventario de GEI, correspondiente al año 2012 fue verificado por un tercero independiente, SOLAL S.C. (SOLAL-ÓVVALO), estando en conformidad con los requisitos del Protocolo GEI Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte (WBCSD y WRI, 2005) a un nivel de aseguramiento limitado.

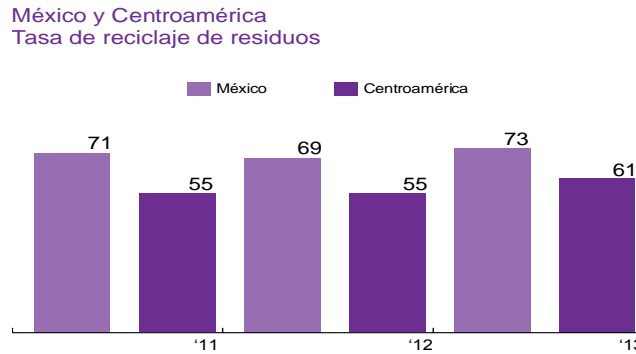
Residuos

Para reducir, reusar y reutilizar residuos contamos con programas para recuperar en tienda los materiales de la operación reciclables o reutilizables y los productos consumidos por nuestros clientes; también tenemos programas para la disposición de residuos orgánicos y de medicamentos caducos.

Los programas de recuperación en tienda de materiales reciclables o reutilizables como cartón, plásticos flexibles, ganchos para ropa, papel, envases multicapas y PET alcanzan una cobertura del 80% de las tiendas en México y 100% en Centroamérica. En México, el programa “Bolsa Verde” redujo 10.3% el consumo de bolsas plásticas, que equivale a 1.28 millones de kilos de plástico. En Centroamérica gracias a la promoción del uso de bolsas reutilizables, se vendieron 178,632 bolsas en todo el año. Promovemos mejores prácticas entre proveedores para reducir el uso de materias primas y el uso de materiales reciclables, renovables o reciclados.

En cuanto a residuos, se reciclaron o transformaron más de 245,000 toneladas de residuos. Reducir el desperdicio de alimentos es una prioridad y con iniciativas para impactar las diferentes etapas del ciclo de vida de los productos perecederos, en México redujimos 25% el desperdicio de alimentos con respecto a la línea base de 2011, lo que supera significativamente el objetivo de 15% de reducción para 2015 y, en Centroamérica se redujo 27.4% el desperdicio de alimentos con respecto a la línea base de 2010, lo que supera el objetivo de 5% de reducción para 2015. Sumado al programa de donación de alimentos y artículos de mercancías generales para bancos de alimentos que sumaron 14,005 toneladas, esto permite dar un mejor aprovechamiento a dichos productos. Continuamos con los programas de recuperación de sebo y aceite comestible, utilizados en la elaboración de jabón, velas y alimento para mascotas y ganado.

Asimismo, 166 tiendas participan en el programa mexicano de acopio de medicamentos caducos, en colaboración con la Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica y el Sistema Nacional de Gestión de Residuos de Envases de Medicamentos A.C., para darles una destrucción segura. En 2013 se recolectaron 19.2 toneladas de medicamentos.



Transporte

Contar con los operadores mejor calificados, hacer un uso eficiente de combustible, tener un menor desgaste de llantas y reducir la emisión de contaminantes son temas indispensables para mantener los más altos estándares de calidad e ingeniería en materia de transporte.

En México, desde la incorporación al Programa de Transporte Limpio, hemos dejado de emitir 11,284 toneladas de CO₂, lo que equivale a retirar de circulación 2 mil autos. Se han dejado de recorrer 7.4 millones de kilómetros, lo que equivale a dar 580 vueltas a la Tierra. Hemos ahorrado 4.1 millones de litros de diesel, con un costo equivalente a 50 millones de pesos. Por tercer año consecutivo, fuimos reconocidos por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

En Centroamérica, la iniciativa de Backhauling con proveedores ha permitido evitar 121,230 galones de diesel y 1,235 toneladas de CO₂ de emisiones de GEI lo cual equivale a retirar de circulación 247 vehículos en un año.

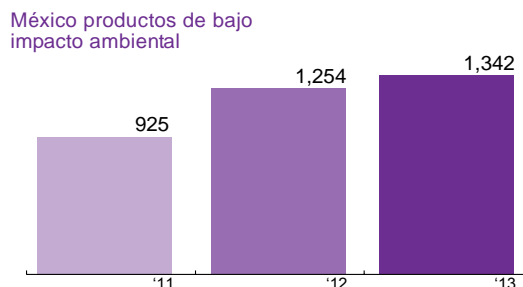
Productos

Promover productos más sustentables comprende contar con empaques optimizados para aprovechar los materiales, reducir impactos ambientales en el ciclo de vida de los productos, comercializar productos orgánicos, productos libres de pesticidas y de bajo consumo energético, así como impulsar la adopción de prácticas agrícolas de bajo impacto ambiental (ver subcapítulo Proveedores).

Impulsamos la optimización de los empaques y embalajes de los productos. Privilegiamos la sustitución de materiales como plásticos más fáciles de reciclar, como el PET, o aligerando empaques.

Encontramos soluciones con nuestros proveedores para transportar más mercancía en los camiones y reducir las emisiones de carbono. Promovemos mejoras en los productos durante todo su ciclo de vida para reducir los impactos al ambiente más significativos, ya sea en energía, materiales o distribución. Asimismo, continuamos comunicando a nuestros clientes formas de cuidar el medio ambiente.

En formatos como Walmart y Superama contamos con un área dedicada a productos orgánicos, que incluyen leche, cereales, azúcar y café, entre otros. También impulsamos la venta de productos libres de plaguicidas.



Biodiversidad

La empresa tiene un impacto medio en la biodiversidad, principalmente por la distribución de los productos y la operación de tiendas, la construcción y apertura de nuevas unidades y el uso de recursos naturales, así como las emisiones de bióxido de carbono en la producción de los productos que vendemos en nuestras tiendas.

1. Proteger la biodiversidad en la construcción de unidades.

La Vicepresidencia de Bienes Raíces cuenta con una estrategia, políticas, procedimientos y cláusulas contractuales que permiten proteger la biodiversidad y el uso sostenible de los recursos naturales, desde la adquisición de un terreno, la construcción de unidades por terceros y el diseño de unidades.

a. 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.

b. Diseño de proyectos adecuados a la normatividad ambiental en lo relativo a áreas verdes, áreas permeables, utilización de energía renovable y manejo de vegetación.

c. Medidas y compensaciones ambientales durante el proceso de construcción. Manejo adecuado de residuos, rescate de flora y fauna, emisiones a la atmósfera, ruido y medidas que la autoridad ambiental establezca.

d. Corresponsabilidad de terceros. Cláusulas contractuales y bases de concurso para constructores y proveedores para suministrar material de bancos autorizados, manejar residuos conforme a la normatividad aplicable, manejar aguas residuales y cumplir con su responsabilidad en esta materia.

2. Prevenir la contaminación del agua y la degradación del suelo en la producción agrícola, pesquera y en la sobreexplotación de los recursos madereros.

Los productos de madera, como las tarimas, provienen de fuentes autorizadas, ya sean de origen nacional o extranjero. Los productos de celulosa utilizan fibra reciclada post-consumo y el papel de consumo interno para impresión cuenta con la certificación Forest Stewardship Council (FSC).

Hemos definido una política para el uso de aceite de palma certificado en los productos que comercializamos con nuestra marca propia. Así evitamos la deforestación de bosques en zonas tropicales.

Verificamos que el 100% de los productos de acuicultura de origen importado cuenten con la certificación de mejores prácticas BAP (por sus siglas en inglés Best Aquaculture Practices). En 2014 se extenderá a los productos de origen nacional.

Mejores prácticas

El intercambio de mejores prácticas, el impulso a la innovación y el acceso a tecnologías más eficientes inciden en la sustentabilidad ambiental, al elevar los estándares de la empresa y de la cadena de suministro.

Desarrollamos con nuestros proveedores proyectos conjuntos para contar con cadenas de suministro más eficientes en lo ambiental y económico, que optimicen empaques, y reciclaje y, en general, la eficiencia energética, que incide en eficiencias logísticas y reducción de residuos.

Se lanzó el portal cadenas eco-eficientes (<http://cadenasecoeficientes.net>) para capacitar a micro y pequeñas empresas en prácticas de ecoeficiencia y el intercambio de mejores prácticas.

El Foro de Sustentabilidad 2013: Juntos por un Planeta Mejor, convocó a empresas proveedoras de bienes de consumo y de tecnología verde para compartir iniciativas y nuevas tecnologías en eficiencia energética y energía renovable, manejo sustentable del agua, manejo integral de residuos, optimización de empaques, y medición de huella de carbono con más de dos mil asistentes.

En México, en colaboración con la Universidad Iberoamericana, se convocó al primer premio de innovación sustentable, abierto a todos los estudiantes universitarios mexicanos, para presentar propuestas de negocios en las

áreas de energía, agua y residuos. Se recibieron más de 180 propuestas de 17 estados del país. Dos estudiantes del Centro de Investigaciones de Diseño Industrial de la Universidad Nacional Autónoma de México fueron elegidas como ganadoras y se premió a los 30 mejores proyectos.

viii) Información de mercado

Walmart de México y Centroamérica es una cadena comercial de venta al público que opera tiendas de autoservicio, clubes de membresía para ventas al mayoreo, tiendas de ropa, y sucursales bancarias.

En México el mercado en el que compite está conformado por:

- Establecimientos mayores a 600 metros cuadrados de área de ventas, con tres o más carriles de salida, con tecnología scanning desarrollada, así como Minisupers, que son autoservicios independientes con uno o dos carriles de salida y con un máximo de 600 metros cuadrados de área de ventas. Entre ellos encontramos establecimientos de cadenas comerciales tales como Soriana, Comercial Mexicana, Fresko, Chedraui, Casa Ley, Futurama, San Francisco de Asís, HEB, Almacenes Zaragoza, Casa Chapa, Central Detallista, Comercial V.H., entre otros.
- Tiendas de conveniencia, establecimientos pequeños con un área de venta de 100 metros cuadrados promedio, entre los cuales encontramos: Oxxo, 7 Eleven, Extra, Super 7, Super City, Mode, Super Rapiditos, Bip-Bip, Mercados Mexicali, Super Flash, Super K, Super Deli, Supers del Río, Super Tiendas del Hogar, Super Fiesta, Círculo K, Super Dos, Comextra, JV, Matador, On the Run, Super Tip, etc.
- Tiendas departamentales y especializadas como Coppel, El Palacio de Hierro, El Puerto de Liverpool, Sears Roebuck, Sanborns Hermanos, Famsa, Elektra, Home Depot, Office Max, Office Depot, Zara, Radio Shack, Singer, Deportes Martí y Best Buy.
- Clubes de membresía, como Costco, City Club y Chesuma.
- Establecimientos operados por organismos públicos tales como las tiendas del ISSSTE, UNAM, etc.

A diciembre de 2013, la ANTAD estaba integrada por 103 Cadenas Comerciales: 35 de Autoservicio, 17 Departamentales y 51 Especializadas, en su conjunto se estima que al cierre de 2013 en su conjunto sumen más de 34 mil 200 tiendas con 25.4 millones de metros cuadrados de superficie de venta. Las ventas totales generadas en 2013 ascendieron a 1.128 billones de pesos, lo que representó un crecimiento de 5.1%².

El % de Participación a ventas de la ANTAD se integra: Autoservicio 61.2, Departamentales 18.4 y Especializados 20.4.

Sin embargo, una gran parte de la población de nuestro país acostumbra realizar sus compras también en los establecimientos tradicionales, tales como mercados, tianguis, tiendas de abarrotes y misceláneas, o bien a través del sector informal de la economía. Ambos mantienen una alta participación del mercado puesto que son capaces de abastecer a poblaciones que, por su número, limitan la entrada de otros establecimientos.

En Centroamérica, el mercado en el que compite está conformado por:

- Supermercados mayores a 1,300 metros cuadrados de área de ventas, con tres o más cajas de salida, con tecnología scanning desarrollada, así como Minisupers, que son autoservicios independientes con uno o dos líneas de cajas y con un máximo de 370 metros cuadrados de área de ventas. Entre ellos encontramos establecimientos de cadenas comerciales tales como La Torre (Guatemala), La Colonia (Honduras), Súper Selectos (El Salvador), La Colonia (Nicaragua), Perimercados, Auto Mercados, Súper Compro, Jumbo (Costa Rica), y Price Smart (Clubes de membresía en Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua), entre otros.
- Tiendas departamentales y especializadas como Carrion, Siman, Cemaco, EPA, Monolit, ACE, Grupo M, Elektra, Curacao, Bullock's y Pequeño Mundo.

El mercado formal de los cinco países donde opera la Compañía (Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica) se estima que incluye más de 6,000 supermercados y Minisupers, 8,900 farmacias, 1,000 tiendas de mercancía general y especializadas mayores y 15,000 tiendas pequeñas de menor tamaño.

² Fuente: ANTAD. Comunicado de prensa diciembre y cierre 2013.

La región cuenta con un fuerte mercado informal. Este mercado incluye establecimientos tradicionales, tales como mercados públicos, ferias, tiendas de abarrotes, ropa usada y misceláneas, al igual que un gran número de vendedores ambulantes. Ambos mantienen una alta participación del mercado puesto que son capaces de abastecer a poblaciones que, por su número, limitan la entrada de otros establecimientos.

Las inversiones realizadas por Walmart México y Centroamérica en crecimiento, sistemas, logística y distribución, están destinadas a incrementar y modernizar la capacidad instalada y de distribución, para tener una operación más eficiente, reducir costos y servir cada día mejor a sus clientes. Todo ello le confiere ventajas competitivas para conservar su posición en la industria.

ix) Estructura corporativa

Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V., es una sociedad mexicana que cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores y su accionista mayoritario es Wal-Mart Stores, Inc., a través de Intersalt, S. de R.L. de C.V., quien al 31 de diciembre de 2013 poseía el 69.8% de la tenencia accionaria y el resto se encuentra en la BMV.

El valor de capitalización de la empresa al 31 de diciembre de 2013 ascendió a 603,901 millones de pesos.

WALMEX es tenedora del 99.9% de las partes sociales y/o acciones de las Compañías cuyos grupos se mencionan a continuación:

Grupo	Actividad
Nueva Walmart	Operación de 1,589 (1,423 en 2012) tiendas de descuento Bodega Aurrerá, 243 (227 en 2012) hipermercados Walmart, 156 (142 en 2012) tiendas Sam's Club de precios al mayoreo con membresía y 92 (90 en 2012) supermercados Superama y 10 (6 en 2012) Farmacias Medimart.
Suburbia	Operación de 109 (100 en 2012) tiendas Suburbia, especializadas en ropa y accesorios para toda la familia.
Vips	Operación de 262 (266 en 2012) restaurantes Vips de comida internacional, 92 restaurantes El Portón de comida mexicana, en ambos años y 6 restaurantes Ragazzi de comida italiana (7 en 2012).
Inmobiliario	Proyectos inmobiliarios y administración de compañías inmobiliarias
Empresas de servicios	Prestación de servicios profesionales a las compañías del Grupo, prestación de servicios con fines no lucrativos a la comunidad y tenencia de acciones.
Banco Walmart	Operación de 201 (263 en 2012) sucursales bancarias.
Walmart Centroamérica	Operación de 466 (459 en 2012) tiendas de descuento Despensa Familiar y Palí, 100 (97 en 2012) supermercados Paiz, La Despensa de Don Juan, La Unión y Más x Menos, 75 (67 en 2012) Bodegas, Maxi Bodega y Maxi Palí, 20 (17 en 2012) hipermercados Walmart y 1 (2 en 2012) tiendas ClubCo de precios al mayoreo con membresía, Dichas unidades se localizan en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

Wal-Mart Stores, Inc.

Wal-Mart Stores, Inc. sociedad norteamericana, a través de Intersalt, S. de R.L. de C.V., sociedad mexicana, es el socio mayoritario de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.

Al 31 de enero de 2014, Wal-Mart Stores, Inc. operaba 10,942 unidades comerciales en 26 países fuera de los Estados Unidos, de las cuales 4,835 están en los Estados Unidos de América, 2,199 en México, 214 en Costa Rica, 209 en Guatemala, 83 en El Salvador, 80 en Nicaragua, 75 en Honduras, 379 en África, 104 en Argentina, 556 en Brasil, 389 en Canadá, 380 en Chile, 405 en China, 20 en India, 438 en Japón y 576 en el Reino Unido. Las ventas de Wal-Mart Stores, Inc. durante su último ejercicio fiscal ascendieron a 476,294 millones de dólares, lo que representó un crecimiento del 1.6% respecto al nivel obtenido en el año fiscal anterior.

Sus acciones cotizan en New York Stock Exchange y Pacific Stock Exchange, bajo la clave de pizarra WMT.

x) Descripción de sus principales activos

Al 31 de diciembre de 2013, los activos de la empresa están representados principalmente por su efectivo en caja (21,129 millones de pesos), inventarios de mercancía para la venta en nuestras tiendas (43,795 millones de pesos) y activos fijos representados por terrenos, tiendas, centros de distribución, mobiliario y equipo (121,083 millones de pesos). Cabe señalar, que el efectivo representa el 9.2% de nuestros activos y es invertido en forma prudente y conforme a los estándares más conservadores, siempre observando los criterios establecidos por el Comité de Tesorería: Seguridad, Liquidez y Rendimiento, en ese estricto orden.

Se cuenta con unidades propias así como con rentadas.

Los activos fijos están compuestos por nuestras unidades de negocio, las cuales se describen a continuación:

Descripción por formato

Formato	Descripción	Unidades	Área de ventas (m ²)
México			
Bodega Aurrerá	Tiendas de descuento	1,589	2,425,898
Walmart	Hipermercados	243	1,907,939
Sam's Club	Clubes de precios al mayoreo con membresía	156	1,111,053
Superama	Supermercados	92	149,698
Suburbia	Tiendas de ropa	109	433,267
Farmacia Medimart	Farmacias	10	2,665
Banco Walmart	Banco comercial orientado a los clientes de las unidades de Walmart en México, con una oferta básica de productos y servicios financieros	201	N/A
Centroamérica			
Despensa Familiar y Palí	Tiendas de descuento	466	204,731
Paiz, La Despensa de Don Juan, La Unión y MásxMenos	Supermercados	100	137,013
Walmart	Hipermercados	20	117,245
MaxiDespensa, MaxiPalí	Bodegas	75	122,707
ClubCo	Clubes de precios	1	3,793

Plan de crecimiento de Walmart de México y Centroamérica

México y Centroamérica ofrecen importantes oportunidades de crecimiento pues cuentan con más de 112³ y 38⁴ millones de habitantes respectivamente.

De la población en México, el 28.9% tiene menos de 14 años, 26.4% tiene entre 15 y 29 años; 37.2% tiene entre 30 y 64 años, 6.2% tiene 65 y más años. La población en los países donde tiene presencia Walmart Centroamérica el 46.8% tiene menos de 21 años y el 36.0% menos de 15 años. Cabe destacar que 1/3 parte de la población de Centroamérica se encuentra en Guatemala.

Nuestra operación multiformato nos permite atender a prácticamente todos los niveles económicos de nuestra población y en diferentes ocasiones de compra, ya sea para consumo en el hogar o fuera del hogar. Además, hemos desarrollado diversos prototipos dentro de los mismos formatos con que contamos, lo que nos permite atender eficientemente todo tipo de localidades.

Continuaremos invirtiendo en crecimiento y productividad. En 2014, se estima una inversión total para expandir instalaciones y modernizar las operaciones en 14,955 millones de pesos.

La inversión que se estima que se destinará a nuevas tiendas será de 8,400 millones de pesos. En México, el piso de ventas se contempla que se incrementará en 5% mientras que en Centroamérica se estima que se incrementará en un 7.6%. A nivel total, el crecimiento de la capacidad instalada se estima que será de 5.2% promedio.

Para la modernización de sus instalaciones, se estima una inversión de 6,600 millones de pesos distribuidos de la siguiente manera: remodelaciones 3,500 millones de pesos; tecnología, ecommerce y otros 1,900 millones de pesos y logística 1,200 millones de pesos.

xi) Procesos judiciales, administrativos o arbitrales

En este momento no existen procesos de este tipo que puedan afectar sustancialmente el funcionamiento de Walmart de México y Centroamérica.

xii) Acciones representativas del capital social

Al 31 de diciembre de 2013, 2012 y 2011 el capital social nominal se integra como se muestra a continuación:

	Capital Social		
	Miles de pesos		
	2013	2012	2011
Fijo	\$ 5,591,362	\$ 5,591,362	\$ 5,583,127
Variable	37,215,773	37,381,747	37,392,273
Total	\$ 42,807,135	\$ 42,973,109	\$ 42,975,400

³ Fuente: Censo de población y vivienda 2010

⁴ Fuente: Boletín Observatorio Demográfico: Proyección de Población. CELADE (Abril 2009)

Las acciones son nominativas y sin expresión de valor nominal, integradas como se muestra a continuación:

Estructura accionaria			
Serie	Número de acciones		
	2013	2012	2011
Serie "V"			
Libre suscripción, con derecho a voto	17,627,200,951	17,721,594,867	17,747,092,546

xiii) Dividendos

Durante los últimos años Walmart de México y Centroamérica ha decretado dividendos pagaderos en acciones o en efectivo a elección de cada accionista.

Dividendos por acción (pesos)	
2010	0.35
2011	0.55
2012	0.55
2013	0.92

Como resultado del reparto de dividendo 2013, se pagaron 16,056 millones de pesos en efectivo. La empresa tiene la intención de continuar pagando dividendos en forma anual; el monto de los mismos dependerá, entre otros factores, de las oportunidades de crecimiento, la situación económica y el ambiente competitivo.

xiv) Eventos relevantes posteriores al cierre del ejercicio

El 20 de marzo de 2014 se llevó a cabo en la ciudad de México la asamblea general anual ordinaria de accionistas de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V., seguida de una sesión del Consejo de Administración. Entre otros puntos se aprobó lo siguiente:

Pago de dividendos

Se aprobó el proyecto del pago de los siguientes dividendos:

Un dividendo ordinario a razón de \$0.52 por acción, el cual se pagará en cuatro exhibiciones de \$0.13 cada una, en las siguientes fechas: 29 de abril de 2014, 26 de agosto de 2014, 25 de noviembre de 2014, y 24 febrero de 2015.

Dos dividendos extraordinarios: el primero a razón de \$0.46 por acción, el cual se pagará en dos exhibiciones: una de \$0.27, el 29 de abril de 2014 y la otra de \$0.19, el 25 de noviembre de 2014, y; el segundo dividendo a razón de \$0.40 por acción, sujeto a la aprobación y cierre de la venta de "Vips".

Integración del Consejo de Administración

El 20 de marzo de 2014, en la asamblea general anual ordinaria de accionistas de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V., seguida de una sesión del Consejo de Administración, se determinó la integración del nuevo Consejo de Administración:

Presidente

Enrique Ostalé

Consejeros Propietarios

Carmen Bauza

Brett Biggs

Adolfo Cerezo*

David Cheesewright

Pedro Farah

Rafael Matute

Robert Newell*

Enrique Ostalé

Salvador Paiz*

Scot Rank

* Consejero Independiente

Consejeros Suplentes

Renzo Casillo

Ernesto Cervera*

Olga Gonzalez

Farley Sequeira

Secretario

Alberto Sepúlveda

Prosecretario

Enrique Ponzanelli

Integración de los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias

En la asamblea general anual ordinaria de accionistas de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. del 20 de marzo de 2014 se determinó la nueva integración de los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias, quedando integrados en su totalidad por consejeros independientes:

Adolfo Cerezo (Presidente)

Roberto Newell

Blanca Treviño

Ernesto Cervera (Suplente)

Integración del Comité Ejecutivo

En la asamblea general anual ordinaria de accionistas de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. del 20 de marzo de 2014 se determinó la nueva integración del Comité Ejecutivo:

Enrique Ostalé (Presidente)

David Cheesewright

Scot Rank

3) INFORMACIÓN FINANCIERA

K) Información financiera seleccionada

MILLONES DE PESOS	*N I I F			**N I F		
	2013 ⁽¹⁾	2012 ⁽¹⁾	2011	2011	2010	2009
PIB México (Crecimiento anual, %)	1.1	3.9	3.9	3.9	5.5	(6.1)
Inflación México (Anual, %)	4.0	3.6	3.8	3.8	4.4	3.6
Apreciación (Devaluación) (Anual, %)	1.4	-7.9	12.9	12.9	(5.6)	(4.5)
Tipo de Cambio (Promedio, pesos por dólar)	12.8	13.1	12.5	12.5	12.6	13.4
Tipo de Cambio (Fin de periodo, pesos por dólar)	13.0	12.9	14.0	14.0	12.4	13.1
Tasas de interés México (Cetes 28 días, Promedio anual, %)	3.8	4.2	4.2	4.2	4.4	5.4
ESTADO DE RESULTADOS						
VENTAS NETAS	420,577	407,843	375,280	379,021	334,511	269,397
% de crecimiento vs. año anterior, U. Totales	3	N/D	12	13	24	10
% de crecimiento vs. año anterior, U. Iguales	(1)	4	4	4	3	3
OTROS INGRESOS	4,584	4,217	3,570	1,885	1,346	1,054
% de crecimiento vs. año anterior	9	N/D	N/D	40	28	19
TOTAL INGRESOS	425,161	412,060	378,850	380,906	335,857	270,451
% de crecimiento vs. año anterior	3	N/D	N/D	13	24	10
UTILIDAD BRUTA	93,624	90,228	85,109	83,698	74,059	58,600
% de margen de utilidad	22.0	21.9	22.5	22.0	22.1	21.7
GASTOS GENERALES	62,102	58,541	55,574	53,619	47,015	36,332
% sobre total de ingresos	14.6	14.2	14.7	14.1	14.0	13.4
UTILIDAD DE OPERACIÓN	31,532	31,422	29,591	30,079	27,044	22,268
% sobre total de ingresos	7.4	7.6	7.8	7.9	8.1	8.2
% de crecimiento vs. año anterior	0	N/D	N/D	11	21	13
FLUJO OPERATIVO (EBITDA)	40,222	39,860	37,188	37,415	33,294	26,915
% sobre total de ingresos	9.5	9.7	9.8	9.8	9.9	10.0
(GASTOS) INGRESOS FINANCIEROS (NETO)	(15)	401	189	191	460	662
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS A LA UTILIDAD	31,517	31,823	29,780	30,198	27,630	23,018
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	9,517	9,237	7,695	7,939	8,066	6,212
OPERACIONES DISCONTINUAS ⁽¹⁾	713	683	-	-	-	-
UTILIDAD NETA (PARTICIPACIÓN CONTROLADORA)	22,717	23,275	22,080	22,254	19,550	16,806
% de crecimiento vs. año anterior	(2.4)	5.4	N/D	13.8	16.3	14.5
POSICION FINANCIERA						
CAJA	21,129	28,163	25,166	25,166	24,661	19,483
INVENTARIOS	43,795	39,092	39,336	40,163	29,023	22,507
OTROS ACTIVOS	19,510	12,909	13,579	13,249	9,056	6,256
ACTIVO FIJO	121,083	117,377	111,372	116,680	102,300	84,893
CRÉDITO MERCANTIL	24,745	24,745	29,768	29,768	29,768	-
TOTAL ACTIVO	230,262	222,286	219,221	225,026	194,808	133,139
PROVEEDORES	47,609	44,770	50,854	50,854	38,000	30,378
OTROS PASIVOS	39,702	37,679	39,184	40,894	33,948	19,613
CAPITAL CONTABLE	142,931	139,701	128,867	132,962	122,531	83,148
PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA	20	136	316	316	329	-
TOTAL PASIVO, CAPITAL CONTABLE Y PARTICIPACIÓN NO CONTROLADORA	230,262	222,286	219,221	225,026	194,808	133,139
NÚMERO DE UNIDADES MÉXICO						
Bodega Aurrerá	1,589	1,423	1,204	1,204	899	684
Walmart	243	227	213	213	192	169
Sam's Club	156	142	124	124	108	98
Superama	92	90	88	88	75	69
Suburbia	109	100	94	94	90	86
Farmacias Medimart	10	6	-	-	-	-
Restaurants Vips	-	365	364	364	366	360
TOTAL UNIDADES	2,199	2,353	2,087	2,087	1,730	1,466
NÚMERO DE UNIDADES CENTROAMÉRICA						
Tiendas de Descuento	466	459	453	453	401	377
Supermercados	100	97	96	96	94	92
Bodegas	75	67	54	54	36	32
Walmart	20	17	17	17	16	16
Club de Precios	1	2	2	2	2	2
TOTAL UNIDADES	662	642	622	622	549	519
Banco Walmart						
Sucursales bancarias	201	263	263	263	263	190
OTROS DATOS AL FIN DE AÑO						
Número de asociados	226,289 ⁽³⁾	248,246	238,128	238,128	219,767	176,463
Precio de la acción ⁽²⁾ (pesos)	34.26	42.33	38.23	38.23	35.44	29.35
Número de acciones en circulación ⁽²⁾ (millones)	17,627	17,722	17,747	17,747	17,848	16,752
Valor de mercado	603,901	750,172	678,471	678,471	632,533	491,671
Utilidad por acción ⁽²⁾ (pesos)	1.284	1.312	1.240	1.250	1.105	0.999
Dividendo decretado	16,056	9,612	9,659	9,659	5,743	5,040
Número de acciones recompradas ⁽²⁾ (millones)	96	27	103	103	112	117
Inversión en recompra de acciones	3,328	1,088	3,455	3,455	3,472	2,509

¹ Los Resultados de Vips se presentan en Operaciones Discontinuas

² Información ajustada por el split realizado en abril de 2010

³ No incluye Vips

* N I I F = Información financiera bajo las Normas Internacionales de Información Financiera

** N I F = Información financiera bajo las Normas de Información Financiera de México

L) Información financiera por línea de negocio, zona geográfica y ventas de exportación

Al 31 de diciembre del año 2013, México cuenta con un total de 2,199 unidades de negocio, las cuales representan 6,030,520 m² de piso de venta. Centroamérica cuenta con un total de 662 unidades de negocio, las cuales representan 585,489 m² de piso de venta.

Participación en ingresos totales por formato en México

	2013	2012	2011	2010
Bodega Aurrerá	38%	38%	38%	37%
Walmart	28%	27%	27%	28%
Sams's Club	26%	26%	25%	25%
Superama	4%	4%	5%	5%
Suburbia	4%	3%	3%	3%
Vips		2%	2%	2%
Ingresos totales (millones de pesos)	\$ 367,731	\$ 361,789	\$ 329,028	\$ 295,574

Participación en ingresos totales por país en Centroamérica

	2013	2012	2011	2010
Costa Rica	45%	45%	45%	43%
Guatemala	27%	27%	28%	30%
El Salvador	10%	10%	10%	11%
Honduras	10%	10%	10%	10%
Nicaragua	8%	8%	7%	6%
Ingresos totales (millones de pesos)	\$ 57,430	\$ 56,262	\$ 49,822	\$ 38,937

La distribución geográfica de las unidades de negocio de México y Centroamérica se presenta a continuación:

Distribución de unidades por zona geográfica en México

	2013	2012	2011
Metropolitana	27.4%	32.1%	34.6%
Centro	34.5%	32.0%	30.6%
Noreste	11.1%	9.7%	9.9%
Sureste	8.9%	9.4%	9.2%
Noroeste	7.1%	6.3%	5.2%
Norte	5.7%	5.5%	5.5%
Suroeste	5.3%	5.0%	5.0%
Total Unidades	2,199	2,347	2,087

Distribución de unidades por país en Centroamérica

	2013	2012	2011
Guatemala	31.6%	32.1%	32.2%
Costa Rica	32.3%	31.9%	32.2%
El Salvador	12.7%	12.5%	12.7%
Nicaragua	12.1%	12.3%	11.7%
Honduras	11.3%	11.2%	11.2%
Total Unidades	662	642	622

A continuación se muestra la capacidad instalada por zona geográfica en México y por países en Centroamérica al 31 de diciembre de 2013:

Distribución de unidades por zona geográfica en México

	Unidades	Autoservicio + Clubes + Suburbia
Metropolitana	602	26.0%
Centro	759	31.3%
Noreste	243	9.1%
Sureste	196	10.2%
Noroeste	157	10.1%
Norte	126	7.5%
Suroeste	116	5.8%
Total	2,199	6,030,520 <i>metros cuadrados</i>

Distribución de unidades por país en Centroamérica

	Unidades	Autoservicio + Clubes
Guatemala	209	33.5%
Costa Rica	214	35.0%
El Salvador	84	14.3%
Nicaragua	80	7.0%
Honduras	75	10.1%
Total	662	585,489 <i>metros cuadrados</i>

M) Informe de créditos relevantes

No aplica, dado que no tienen créditos bancarios contratados.

N) Comentarios y análisis de la administración sobre los resultados de operación y situación financiera

xv) Resultados de la Operación

La Compañía anunció el pasado 10 de septiembre de 2013 que llegó a un acuerdo definitivo con ALSEA, S.A.B. de C.V. para que adquiriera el 100% de la división de restaurantes de Walmex. El cierre de la operación está aún sujeto a la aprobación de las autoridades competentes.

El pasado 17 de octubre anunciamos que la compañía presenta a partir de esta fecha los resultados separando la división de restaurantes en el rubro de operaciones discontinuas, de conformidad con la Norma Internacional de Información Financiera, NIIF5.

Norma Internacional de Contabilidad (NIC 17):

En el cuarto trimestre tenemos un gasto no recurrente, sin efectos en términos de flujo de efectivo, que impacta nuestros resultados. A partir del 2013, los gastos por arrendamientos operativos con terceros se reconocen utilizando el método de línea recta "straight line" durante la duración de los contratos de arrendamiento, de conformidad con la Norma Internacional de Contabilidad (NIC 17). Dicha regla considera de manera general la fecha de posesión de la propiedad arrendada como el inicio del acuerdo de arrendamiento.

Como resultado de lo anterior, la Compañía registró un gasto no recurrente de ajuste por los contratos de años anteriores de 464 millones de pesos (360 para México y 104 para Centroamérica) y 61 millones de pesos relacionados con la aplicación del método de línea recta del año en curso en México.

Resultados

México

El total ingresos ascendió a 367,731 millones de pesos, un incremento de 3.4% respecto al año anterior y una participación del total ingresos consolidados de 86.5%.

Abrimos 214 unidades de nuestros diferentes formatos de negocio, incrementando el piso de ventas 7.2% en México.

	% de ventas totales	m ² de piso de venta	Aperturas	Unidades	Ciudades
Bodega Aurrerá	38%	2,425,898	168	1,589	420
Walmart	28%	1,907,939	16	243	78
Sam's Club	26%	1,111,053	14	156	86
Superama	4%	149,698	2	92	18
Suburbia	4%	433,267	10	109	42
Farmacia Medimart		2,665	4	10	1
Banco (Sucursales)		-	-	201	22

Centroamérica

El total ingresos registró 57,430 millones de pesos, incrementando 2.1% y 5.7% sin considerar fluctuaciones cambiarias; representando 13.5% del total ingresos consolidados.

Abrimos 21 unidades en los 5 países de Centroamérica, aumentando nuestra capacidad instalada en 6.1%.

	% de ventas totales	m ² de piso de venta	Aperturas	Unidades	Ciudades
Costa Rica	45%	205,075	9	214	14
Guatemala	27%	196,153	4	209	34
Honduras	10%	59,259	3	75	26
El Salvador	10%	83,847	4	84	17
Nicaragua	8%	41,136	1	80	22

Consolidado

El total ingresos alcanzó los 425,161 millones de pesos, 13,101 millones de pesos más que el año anterior. Esto representó un incremento de 3.2% sobre el ingresos obtenidos en 2012.

Margen Bruto

En México el margen bruto fue de 22.0%, 10 puntos base menor al obtenido en 2012.

El margen bruto de Centroamérica fue de 22.4%, 170 puntos base mayor al obtenido en 2012, principalmente como reflejo de los beneficios de la integración de sistemas, procesos y formatos a los de la operación en México.

A nivel consolidado, el margen bruto fue de 22.0%, 10 puntos base mayor al registrado en 2012.

Gastos Generales

En términos comparables, excluyendo el cargo no recurrente por gasto de arrendamiento a nivel consolidado los gastos generales crecieron 5.2%. En México los gastos crecieron 5.3%, mientras que en Centroamérica 4.8%

Margen de Operación y EBITDA Consolidados

La utilidad de operación alcanzó 31,532 millones de pesos, que representa un crecimiento de 2.0% respecto a 2012, excluyendo el efecto del cargo no recurrente por gasto de arrendamiento. Por su parte, el EBITDA registró 40,222 millones de pesos, incrementando 2.2%.

Utilidad Neta y Utilidad por Acción

Excluyendo el efecto del cargo no recurrente por gasto de arrendamiento, la utilidad neta decreció 0.8% durante el año. En 2013 se recompraron 96 millones de acciones, 69 millones más que el 2012. La utilidad por acción fue de 1.284 pesos.

xvi) Situación Financiera, Liquidez y Recursos de Capital

Balance

Efectivo y Equivalentes de Efectivo

La generación de efectivo sumó 40,042 millones de pesos, lo que permitió financiar inversiones en activo fijo por 13,987 millones de pesos y retribuir a los accionistas en 19,384 millones de pesos, una cifra record en Walmex. La recompra de acciones fue por 3,328 millones de pesos y el pago de dividendo por 16,056 millones de pesos. El efectivo al cierre ascendió a 21,129 millones de pesos, de los cuales 17,250 millones de pesos corresponden a México, 2,626 millones de pesos a Centroamérica y 1,253 millones de pesos a Banco Walmart.

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

Nuestra generación de efectivo y solidez financiera nos permitió invertir en precios, abrir 235 nuevas tiendas, remodelar tiendas existentes, además de pagar dividendos y recomprar acciones propias.

Usos de Efectivo

- Inversión en activo fijo: Continuamos reinvertiendo las utilidades en todo aquello que permita modernizar nuestra estructura operativa, ya sea sistemas de información, red logística, o bien la renovación de nuestras tiendas y clubes, incluyendo la apertura de nuevas unidades.
- Dividendos: a continuación se muestran (con valores ajustados por el Split realizado en 2010) los dividendos pagados durante los últimos cuatro años, siendo 2013 un año histórico en pago de dividendos.

Año	2010	2011	2012	2013
Dividendo por acción (pesos)	0.35	0.55	0.55	0.92
% de utilidades del año anterior	35%	50%	44%	69%
Salida de efectivo (millones de pesos)	5,743	9,659	9,612	16,056

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

Programa	Acciones recompradas (millones)	Monto invertido (millones de pesos)
2010	112	3,472
2011	103	3,455
2012	27	1,088
2013	96	3,328

Capital de trabajo

Durante 2013, la empresa continuó operando con requerimientos negativos de capital de trabajo, lo cual históricamente ha permitido autofinanciar su crecimiento y modernizar su capacidad instalada.

Al 31 de diciembre de 2013, el saldo de inventarios, ascendió a 43,795 millones de pesos, importe financiado por la cuenta por pagar a proveedores que sumó 47,609 millones de pesos.

Acción Walmex

Somos la tercera emisora más bursátil con un peso de 7.05% en el Índice de la Bolsa Mexicana de Valores, de la cual formamos parte desde 1977. Por segundo año consecutivo somos parte del Índice de Sustentabilidad de Mercados Emergentes de Dow Jones y por tercer año consecutivo del IPC Sustentable de la BMV.

xvii) Control interno

Para Walmart de México y Centroamérica, tener los más altos estándares en regulación y un adecuado ambiente de control es fundamental para el logro de sus objetivos.

El control interno existente en la Compañía está orientado a garantizar:

- La protección de los activos.
- El cumplimiento de las políticas establecidas.
- El registro adecuado de las operaciones.
- La obtención de información financiera confiable y oportuna.
- Prevenir, identificar y detectar fraudes.

Apoyamos el control de nuestra gestión en diversos sistemas administrativos con el fin de tener un control detallado de las operaciones, dar cumplimiento a requerimientos fiscales y obtener mayor información sobre todas nuestras operaciones.

Nuestros procesos de control son dinámicos y se adaptan continuamente al ambiente cambiante de México y los efectos de la globalización en la economía:

1. Políticas y Procedimientos.
 - Ambiente regulatorio restrictivo.
2. Control Contable.
 - Catálogo de cuentas.
 - Guías contables y asignación de cuentas de Balance.
 - Conciliaciones mensuales y reportes de excepción.
3. Separación de Funciones.

Además, como empresa pública, Walmart de México y Centroamérica opera con las mejores prácticas de Gobierno Corporativo:

- Código de Ética.
- Consejo de Administración integrado en términos de lo dispuesto en la Ley del Mercado de Valores.
- Comité de Auditoría.
- Comité de Prácticas Societarias.
- Comité Ejecutivo.
- Transparencia financiera y comunicación de información relevante.
- Política de Puertas Abiertas, por medio de la cual los asociados pueden reportar cualquier situación anómala hacia niveles jerárquicos superiores al que le reporta.
- Revisiones al Control Interno de las principales cuentas del Estado de Resultados y Balance General de acuerdo a la Ley Sarbanes-Oxley de Estados Unidos.

O) Estimaciones, provisiones o reservas contables críticas

La preparación de los estados financieros de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera requiere del uso de estimaciones en la valuación de algunos de sus renglones. Sin embargo, no tenemos estimaciones contables críticas.

4) ADMINISTRACIÓN

P) Auditores externos

A partir de 1998, los Estados Financieros Consolidados de la Compañía y sus subsidiarias al 31 de diciembre de cada año, han sido auditados por Mancera, S.C., integrante de Ernst & Young Global, emitiendo una opinión sin salvedad para cada uno de los ejercicios auditados. La aprobación del Auditor Externo de la Compañía es facultad del Consejo de Administración de **WALMEX** previa opinión del Comité de Auditoría. Los honorarios pagados durante 2013 al Auditor Externo ascendieron a 25.9 millones de pesos por concepto de auditoría y otros servicios.

Q) Operaciones con personas relacionadas y conflictos de interés

La Compañía tiene operaciones con Wal-Mart Stores, Inc., y otras partes relacionadas, consistentes en compra de mercancía, pago de servicios y regalías.

Saldos con partes relacionadas

Las cuentas por pagar a proveedores y otras cuentas por pagar incluyen los siguientes saldos con partes relacionadas:

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, el estado consolidado de situación financiera incluye los siguientes saldos con partes relacionadas:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Cuentas por pagar a proveedores:		
C.M.A. – U.S.A., L.L.C. (Afiliada)	\$ 343,919	\$ 615,185
Global George, LTD. (Afiliada)	34,451	17,109
	<u>\$ 378,370</u>	<u>\$ 632,294</u>
Otras cuentas por pagar:		
Wal-Mart Stores, Inc. (Tenedora)	<u>\$ 413,092</u>	<u>\$ 377,254</u>

Al 31 de diciembre 2013 y 2012, 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.

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 Wal-Mart Stores, Inc., pagaderos mensualmente.
- Regalías por uso de marcas con Wal-Mart Stores, Inc., pagadero trimestralmente con base en un porcentaje sobre las ventas de los negocios de autoservicio.

A continuación se presentan los montos de las operaciones con partes relacionadas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Importaciones de mercancía para la venta:		
C.M.A. – U.S.A., L.L.C. (Afiliada)	\$ 3,131,719	\$ 3,138,902
Global George, LTD. (Afiliada)	47,003	17,072
	<u>\$ 3,178,722</u>	<u>\$ 3,155,974</u>
Asistencia técnica, servicios y regalías:		
Wal-Mart Stores, Inc. (Tenedora)	<u>\$ 2,164,810</u>	<u>\$ 2,146,203</u>

Remuneraciones a principales funcionarios

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, las remuneraciones a los principales funcionarios se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Beneficios a corto plazo	\$ 754,508	\$ 695,027
Beneficios por terminación	83,303	64,477
Beneficios basados en acciones	93,951	53,906
	<u>\$ 931,762</u>	<u>\$ 813,410</u>

R) Administradores y accionistas

Nuestra Compañía está construida sobre los cimientos de la integridad y los más altos estándares de ética, asegurando siempre un estricto apego a las legislaciones aplicables.

Hemos trabajado durante muchos años para fortalecer nuestro programa de cumplimiento y reforzar nuestra estructura organizacional. Es por ello, que contamos con la Vicepresidencia Ejecutiva y Dirección General de Legal y de Asuntos Institucionales para México y Centroamérica, y la Dirección Senior de Cumplimiento. Reiteramos nuestro compromiso permanente de que todas nuestras actividades estén apegadas a los más altos estándares éticos y generen valor para nuestros distintos grupos de interés: clientas, accionistas, asociados, proveedores, comunidad y medio ambiente.

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

Consejo de Administración

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

Composición:

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

Principales Responsabilidades:

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

Otras Prácticas:

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

El Consejo de Administración apoya su gestión en tres comités, cuya labor es analizar los temas de su competencia con mayor detalle y ofrecer una recomendación al Consejo para que estudie la información y tome la decisión que concrete la mayor creación de valor para nuestros accionistas. Al 31 de diciembre de 2013, el Consejo de Administración estaba conformado por:

Presidente

Eduardo Solórzano

Consejeros Propietarios

Adolfo Cerezo*

Pedro Farah

Rafael Matute

Doug McMillon

Kristin Oliver

Enrique Ostalé

Salvador Paiz*

Scot Rank

Cathy Smith

Blanca Treviño*

* Consejero Independiente

Consejeros Suplentes

Renzo Casillo

Olga Gonzalez

Farley Sequeira

Ernesto Vega*

Secretario

Alberto Sepúlveda

Prosecretario

Antonio Perez de la Riva

Consejo de Administración al 20 de marzo de 2014

El 20 de marzo de 2014, en la asamblea general anual ordinaria de accionistas de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V., seguida de una sesión del Consejo de Administración, se determinó la integración del nuevo Consejo de Administración:

Presidente

Enrique Ostalé

Consejeros Propietarios

Carmen Bauza

Brett Biggs

Adolfo Cerezo*

David Cheesewright

Pedro Farah

Rafael Matute

Robert Newell*

Enrique Ostalé

Salvador Paiz*

Scot Rank

* Consejero Independiente

Consejeros Suplentes

Renzo Casillo

Ernesto Cervera*

Olga Gonzalez

Farley Sequeira

Secretario

Alberto Sepúlveda

Prosecretario

Enrique Ponzanelli

Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias

Están formados por 3 consejeros, todos ellos independientes.

Principales responsabilidades:

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

Principales requisitos y prácticas:

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

Miembros de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias

Adolfo Cerezo (Presidente)
Blanca Treviño
Ernesto Vega

Nota: En la asamblea general anual ordinaria de accionistas de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. del 20 de marzo de 2014 se determinó la nueva integración de los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias, quedando integrados en su totalidad por consejeros independientes:

Adolfo Cerezo (Presidente)
Roberto Newell
Blanca Treviño
Ernesto Cervera (Suplente)

Comité Ejecutivo

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

Miembros del Comité Ejecutivo:
Doug McMillon (Presidente)
Enrique Ostalé
Scot Rank

Nota: En la asamblea general anual ordinaria de accionistas de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. del 20 de marzo de 2014 se determinó la integración del nuevo Comité Ejecutivo:

Enrique Ostalé (Presidente)
David Cheesewright
Scot Rank

Responsabilidad Corporativa

La responsabilidad corporativa es el compromiso de la empresa por hacer lo correcto y atender aquellos asuntos de gobierno, sociales y ambientales que se relacionan con el negocio y su operación. La Responsabilidad Corporativa está a cargo de la Vicepresidencia Ejecutiva y Dirección General de Legal y de Asuntos Institucionales para México y Centroamérica, la Dirección de Responsabilidad Corporativa y un equipo dedicado. A su vez, la estrategia se revisa en el Comité Ejecutivo de la Empresa, se desarrolla en colaboración con las áreas involucradas en cada uno de los temas y se comunica acerca de ella al Consejo de Administración. El establecimiento de planes de trabajo, indicadores y las políticas y procedimientos son fundamentales para involucrar a la organización en la construcción de una empresa con una Responsabilidad Corporativa cada día más robusta.

La estrategia contempla los siguientes pilares:

- Ética y gobierno corporativo
- Asociados
- Proveedores
- Comunidad
- Medio Ambiente

Bajo los siguientes puntos:

- Análisis de riesgos, impacto y evaluación de los principales stakeholders sobre los mismos, encuestas asociadas a cada tema.
- Detección estratégica de puntos de mayor impacto.
- Desarrollo de Planes de Acción y responsables en la organización.
- Diseño de indicadores e incorporación en planes corporativos asociados al desempeño.
- Seguimiento.
- Incorporación en el análisis y planes de mejora de los resultados de assessment elaborados por evaluadoras externas de Sustentabilidad y Responsabilidad Corporativa a lo largo del año.

Comité de Responsabilidad Corporativa

Principales responsabilidades:

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

Miembros del Comité de Responsabilidad Corporativa:

Karina Awad
Renzo Casillo
Mónica Loaiza
Rafael Matute
Scot Rank
Alberto Sepúlveda
Simona Visztová

Declaración de Ética

La integridad es la piedra angular de nuestra cultura y el valor más importante para Walmart de México y Centroamérica y categóricamente afirmamos que en ninguna forma es negociable. Por ello, permanentemente vigilamos que todas nuestras actividades se rijan bajo nuestros principios y valores.

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

- No discriminación
- Conflicto de intereses
- No aceptación de regalos
- Confidencialidad de la información privada y comercial
- Conductas inapropiadas
- Hostigamiento laboral

- Uso correcto de activos de la Compañía
- Acoso sexual
- No represalias
- Competencia justa
- Integridad financiera
- Anticorrupción

Walmart de México y Centroamérica cuenta con un área de Ética, que depende de la Vicepresidencia Ejecutiva y Dirección General de Legal y de Asuntos Institucionales para México y Centroamérica, encargada de difundir y promover una cultura de Comportamiento ético y la observancia estricta de los ordenamientos legales que nos rigen como uno de sus principios más importantes, así como de atender las consultas y casos éticos recibidos. El Comité de Auditoría recibe informes periódicos de esta área.

Principales Funcionarios al 30 de abril de 2014

SCOT RANK Presidente Ejecutivo y Director General (CEO) 13 años de experiencia en la empresa	
JUAN CARLOS AJA Vicepresidente de Alimentos Frescos, Vinos y Licores 17 años de experiencia en la empresa	JORGE LUIS CORDENONSI Vicepresidente de Sistemas de México y Centroamérica
MANUEL ÁLVAREZ Vicepresidente de Suburbia, CATMEX y Ropa Centralizada 19 años de experiencia en la empresa	JORGE CORDERO Vicepresidente de Desarrollo Agroindustrial 9 años de experiencia en la empresa
MANUEL ARMENDÁRIZ Vicepresidente Senior y Director General, Banco Walmart	HÉCTOR FERNÁNDEZ PORTER Vicepresidente de Inteligencia del Cliente y de Mercado 11 años de experiencia en la empresa
MAURICIO ARNÁBAR Vicepresidente de Alimentos Básicos y Procesados 17 años de experiencia en la empresa	ALFONSO FERREIRA Vicepresidente de Innovación y Productividad 7 años de experiencia en la empresa
ÁLVARO ARRIGUNAGA Vicepresidente Senior de Compras 20 años de experiencia en la empresa	JUAN CARLOS GARCÍA Vicepresidente de eCommerce 1 año de experiencia en la empresa
CARLOS ARROYO Vicepresidente de Walmart Supercenter 9 años de experiencia en la empresa	ROBERTO GÓMEZ GONZÁLEZ Vicepresidente de Compras, Sam's Club 19 años de experiencia en la empresa
KARINA AWAD Vicepresidenta Senior de Recursos Humanos 1 año de experiencia en la empresa	SERGIO GUILLIN Vicepresidente de Compras Consumibles 9 años de experiencia en la empresa
CRISTIAN BARRIENTOS Vicepresidente de Operaciones Bodega Aurrerá Express 1 año de experiencia en la empresa	GABRIELA GUTIÉRREZ Vicepresidenta de Desarrollo Inmobiliario Centroamérica 20 años de experiencia en la empresa
RENZO CASILLO Vicepresidente Ejecutivo y Director General de Autoservicios 1 año de experiencia en la empresa	ENRIQUE GUZMÁN Vicepresidente de Compras Mercancías Generales 19 años de experiencia en la empresa
CHRISTOPHER COOK Vicepresidente de Legal Centroamérica	LILIA JAIME Vicepresidenta de Operaciones Sam's Club 33 años de experiencia en la empresa

JEFF LANGENFELD Vicepresidente de Logística Centroamérica 3 años de experiencia en la empresa	JESÚS RUIZ Vicepresidente de Alianzas Estratégicas y M&A 8 años de experiencia en la empresa
MÓNICA LOAIZA Vicepresidenta de Auditoría de México y Centroamérica 4 años de experiencia en la empresa	ALBERTO SEPÚLVEDA Vicepresidente Ejecutivo y Director General de Legal y de Asuntos Institucionales para México y Centroamérica 1 año de experiencia en la empresa
RAFAEL MATUTE Vicepresidente Ejecutivo y Director General de Administración y Finanzas (CFO) México y Centroamérica 27 años de experiencia en la empresa	FARLEY SEQUEIRA Vicepresidente Senior y Director General de Operaciones Centroamérica 21 años de experiencia en la empresa
JOSÉ ALBERTO MONTIEL Vicepresidente de Finanzas Centroamérica 35 años de experiencia en la empresa	JOSÉ LUIS TORRES Vicepresidente Senior de Bodega Aurrerá 39 años de experiencia en la empresa
MARÍA GUADALUPE MORALES Vicepresidenta de Operaciones Walmart Supercenter 42 años de experiencia en la empresa	RICARDO VALDESPINO Vicepresidente de Negocios Inmobiliarios 24 años de experiencia en la empresa
HERNÁN MUNTANER Vicepresidente de Tiendas Walmart y Supermercados Centroamérica 19 años de experiencia en la empresa	MARÍA DEL CARMEN VALENCIA Vicepresidenta Senior de Infraestructura y Procesos para México y Centroamérica 26 años de experiencia en la empresa
GUILLERMO PESCHARD Vicepresidente Senior de Desarrollo de Bienes Raíces 4 años de experiencia en la empresa	ROQUE VELASCO Vicepresidente de Administración México 7 años de experiencia en la empresa
ENRIQUE PONZANELLI Vicepresidente de Legal México 22 años de experiencia en la empresa	MARIANO VENTURA Vicepresidente de Superama 6 años de experiencia en la empresa
MANOLO REYES Vicepresidente de Perecederos México 1 año de experiencia en la empresa	CARLOS VERGARA Vicepresidente de Vips y El Portón 5 años de experiencia en la empresa
JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ Vicepresidente de Descuentos y Bodegas Centroamérica 1 año de experiencia en la empresa	SIMONA VISZTOVÁ Vicepresidenta Senior y Directora General para Negocios Especializados México 21 años de experiencia en la empresa
MARIO ROMERO Vicepresidente de Logística y Distribución México 10 años de experiencia en la empresa	

No existe parentesco entre ninguno de los miembros del Consejo de Administración, ni entre Funcionarios, o entre Consejeros y Funcionarios. Ningún Consejero o Funcionario, en lo individual o como grupo, tiene una tenencia accionaria significativa en la empresa.

Durante el año que terminó el 31 de diciembre de 2013, el monto total de las remuneraciones pagadas por la Compañía a sus principales funcionarios, ascendió a 931.8 millones de pesos. La compensación pagada por la empresa a todo su personal, incluidos sus principales funcionarios, más no sus Consejeros, consta de una parte fija y un componente variable, representado por un bono de resultados, cuyo monto depende del cumplimiento de los objetivos planteados en el plan de negocio para el año en cuestión.

Al 31 de diciembre de 2013, la empresa contaba con un fondo para el plan de acciones al personal, constituido por 231,976,659 acciones de **WALMEX**, que se presentan en el Balance General de la Compañía a su costo de adquisición para otorgar opciones de compra a los ejecutivos de las Compañías del grupo, con base en la autorización concedida por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y a lo previsto en los Estatutos Sociales de la Compañía. Durante el periodo del 1ro de enero al 31 de diciembre de 2013 se asignaron 38,214,955 acciones y se ejercieron 55,080,437 acciones. La empresa ha adquirido en el mercado a través de la Bolsa Mexicana de Valores, las acciones requeridas para este plan. La tenencia accionaria del Fondo para el plan de acciones al personal, representa tan sólo el 1.3% del total de acciones en circulación de la Compañía al 31 de diciembre de 2013.

El accionista mayoritario de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V., es Intersalt, S. de R.L. de C.V., quien posee al 31 de diciembre de 2013 el 69.8% de las acciones representativas del Capital Social de la empresa. El resto de las acciones se negocian libremente en la Bolsa Mexicana de Valores.

Situación accionaria al 31 de diciembre de 2013

	Millones de acciones	%
Intersalt, S. de R.L. de C.V.	12,308	69.8
Fondo plan de acciones al personal	232	1.3
Subtotal	12,540	71.1
Mercado	5,087	28.9
Total	17,627	100.0

A su vez, el accionista mayoritario de Intersalt, S. de R.L. de C.V., es Wal-Mart Stores, Inc., empresa norteamericana cuyas acciones cotizan en las bolsas de valores de Nueva York y del Pacífico, con clave de pizarra WMT.

S) Estatutos sociales y otros convenios

ESTATUTOS SOCIALES DE WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V.

CAPÍTULO PRIMERO

DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN

PRIMERA. La sociedad se denomina WAL-MART DE MÉXICO. Esta denominación se empleará siempre seguida de las palabras SOCIEDAD ANÓNIMA BURSÁTIL DE CAPITAL VARIABLE, o de sus abreviaturas S.A.B. DE C.V. La sociedad puede utilizar los vocablos “Wal-Mart” como parte de su denominación conforme a un contrato de licencia que tiene celebrado con Wal-Mart Stores, Inc. (el “Accionista Permanente”) o con una sociedad relacionada de éste. Si el Accionista Permanente dejara de ser directa o indirectamente el accionista mayoritario de la sociedad, ésta deberá convocar de inmediato a una asamblea general extraordinaria de accionistas para cambiar su denominación por cualquier otra que no incluya los vocablos “Wal-Mart” o cualesquiera que pudieran causar confusión con éstos, para lo cual tendrá un plazo de sesenta (60) días naturales.

SEGUNDA. La sociedad tiene su domicilio en la ciudad de México, Distrito Federal, pero podrá establecer agencias o sucursales o estipular domicilios convencionales en cualquier otro lugar de los Estados Unidos Mexicanos o en el extranjero.

TERCERA. La sociedad tiene por objeto:

(a) Promover, constituir, organizar, explotar y tomar participación en el capital y patrimonio de todo género de sociedades mercantiles, civiles, asociaciones o empresas industriales, comerciales, de servicios o de cualquier otra índole, tanto nacionales como extranjeras, así como participar en su administración o liquidación;

(b) Adquirir, por cualquier título legal, acciones, intereses, participaciones o partes sociales en cualquier tipo de sociedades mercantiles o civiles, ya sea en su constitución o con posterioridad, así como vender, transferir, negociar dichas acciones, intereses, participaciones o partes sociales, incluyendo todo tipo de títulos de crédito;

(c) Prestar, contratar y recibir toda clase de servicios técnicos, consultivos y de asesoría y celebrar contratos o convenios para la realización de estos fines.

(d) Asumir cualesquier obligaciones por cuenta propia o de terceros, emitir, suscribir, endosar, otorgar y protestar todo tipo de títulos de crédito, otorgar avales, fianzas, garantías reales o personales, por cuenta propia o de terceros, asumir obligaciones solidarias y suscribir cualquier otro título o documento permitido por la ley, con la participación, en su caso, de personas e instituciones nacionales y extranjeras de ser así requerido en términos de ley;

(e) Adquirir, emitir y ofrecer valores al público, en términos de las disposiciones aplicables y adquirir sus propias acciones en los términos de la Ley del Mercado de Valores y de las disposiciones que de ésta emanan;

- (f) Adquirir, enajenar, arrendar, subarrendar, y otorgar los derechos de uso, goce y disposición, y en general la explotación de cualquier bien mueble o inmueble, incluyendo sus componentes y accesorios;
- (g) Celebrar cualesquiera contratos y convenios con los gobiernos y autoridades locales, municipales o federales, con cualquier persona moral ya sea pública o privada, incluyendo las afiliadas y subsidiarias de la Sociedad, y con personas físicas nacionales o extranjeras;
- (h) Celebrar operaciones con todo tipo de valores y operaciones financieras derivadas;
- (i) Registrar, comprar, arrendar, ceder, renovar, comprobar el uso y disponer de marcas, patentes, certificados de invención, nombres comerciales, dibujos industriales, avisos comerciales, registros de modelos, derechos de autor, invenciones y procesos;
- (j) Establecer, arrendar, operar y poseer plantas, talleres, bodegas, oficinas, instalaciones y agencias en los Estados Unidos Mexicanos o en el extranjero;
- (k) Actuar como comisionista o mediador y aceptar el desempeño de representación de negociaciones de toda especie;
- (l) Contratar seguros con sociedades nacionales o extranjeras;
- (m) Participar en cualquier tipo de licitaciones, sean nacionales o internacionales, incluso aquellas que se realicen por medios electrónicos, del Gobierno Federal, gobiernos locales o municipales, organismos públicos autónomos o descentralizados, así como cualquier entidad o dependencia de las mismas ; y
- (n) En general, realizar todo tipo de actos, celebrar todo tipo de contratos y convenios, así como operaciones de cualquier naturaleza en los términos de la legislación aplicable.

CUARTA. La duración de la sociedad será de noventa y nueve años, contados a partir del ocho de marzo de mil novecientos noventa y tres.

CAPÍTULO SEGUNDO

CAPITAL SOCIAL Y ACCIONES

QUINTA. (a) El capital de la sociedad es variable.

(b) El capital mínimo fijo asciende a la cantidad de \$5,591,362,245.00 (cinco mil quinientos noventa y un millones trescientos sesenta y dos mil doscientos cuarenta y cinco pesos, moneda de curso legal de los Estados Unidos Mexicanos).

(c) El capital variable máximo autorizado asciende a la cantidad de \$100,000,000,000.00 (cien mil millones de pesos, moneda de curso legal de los Estados Unidos Mexicanos).

(d) El capital, mínimo o fijo, o el variable, estará representado por acciones de una misma serie, que serán nominativas, comunes u ordinarias, sin expresión de valor nominal, de libre suscripción, que representarán el cien por ciento de las acciones con derecho a voto, las cuales podrán ser suscritas o adquiridas por personas físicas o morales, nacionales o extranjeras.

(e) El capital estará 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. El Consejo de Administración podrá variar el número de acciones en circulación, para disminuirlo o aumentarlo, siempre que sea dentro del mínimo y del máximo previstos en este inciso.

(f) En virtud de que la sociedad es una sociedad anónima bursátil, regida por la Ley del Mercado de Valores, y que en tales sociedades no rige el derecho de retiro en los términos del último párrafo del artículo cincuenta (50) de la Ley del Mercado de Valores, se pacta que no habrá distinción entre acciones que representan el capital fijo y las que representan el capital variable, por lo que todos los accionistas tendrán una participación proporcional entre unas y otras. En los títulos de acciones o certificados provisionales, la sociedad deberá dar a conocer el monto de su capital mínimo fijo.

(g) El capital será susceptible de aumentos por aportaciones posteriores de los socios o por admisión de nuevos socios y en los supuestos a los que se refiere el artículo ciento dieciséis (116) de la Ley General de Sociedades Mercantiles, y de disminuciones de dicho capital por reembolso a los accionistas, para absorber pérdidas y por la compra de acciones propias.

(h) Los aumentos y en su caso, las disminuciones al capital social deberán ser aprobados por la asamblea general de accionistas ordinaria o extraordinaria, según se convenga, debiendo protocolizarse en cualquier caso el acta correspondiente, excepto cuando dichos aumentos o disminuciones provengan de la compra de acciones propias de la sociedad.

(i) No requieren de resolución de asamblea, y los podrá decretar el Consejo de Administración, los aumentos y las disminuciones del capital que sean resultado de uno o varios de los siguientes hechos, salvo que se modifique el capital mínimo fijo o el capital variable máximo autorizado: (i) capitalización de partidas del capital contable; (ii) reducción del capital para absorber pérdidas; o (iii) aumentos o disminuciones que sean resultado de la compra de acciones propias. En los casos de los subincisos (i) y (ii) que preceden, no variará el número de acciones en circulación, al carecer éstas de expresión de valor nominal.

(j) Anualmente, en la asamblea general ordinaria anual de cada ejercicio, el Consejo de Administración informará a la asamblea: (i) el número de acciones propias que hubiere comprado la sociedad y si éstas se han vuelto a colocar o procede cancelarlas; (ii) el monto del capital, dentro del mínimo y máximo autorizados; (iii) el número de acciones en circulación al cierre del ejercicio precedente; y (iv) el uso que hubiere hecho de las facultades que le confiere la presente cláusula. Esta obligación es independiente de las obligaciones de divulgación a que está sujeta la sociedad.

(k) La sociedad podrá adquirir sus propias acciones en los términos de la Ley del Mercado de Valores y de las disposiciones que de ésta emanen.

(l) Las sociedades en las cuales Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V., tenga la titularidad de la mayoría de acciones o partes sociales, no deberán, directa o indirectamente invertir en acciones de la misma, excepto en el caso de que las acciones se adquieran para cumplir opciones de venta otorgadas o que puedan otorgarse a empleados de dichas sociedades, siempre y cuando las acciones que se posean no excedan del veinticinco por ciento del total de las acciones de la sociedad.

(m) La sociedad podrá emitir acciones para ser suscritas por el público inversionista, siempre que se ajuste a lo siguiente: (i) Que la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas apruebe el importe máximo del aumento de capital y las condiciones en que deban hacerse las correspondientes emisiones de acciones; (ii) Que la suscripción de las acciones emitidas se efectúe mediante oferta pública, previa inscripción en el Registro Nacional de Valores, dando en uno y otro caso, cumplimiento a lo previsto en la Ley del Mercado de Valores y demás disposiciones de carácter general que emanen de ella; (iii) Que el importe del capital suscrito y pagado se anuncie cuando la sociedad dé publicidad al capital autorizado representado por las acciones emitidas y no suscritas; y (iv) El derecho de suscripción preferente a que se refiere el artículo ciento treinta y dos (132) de la Ley General de Sociedades Mercantiles, no será aplicable tratándose de aumentos de capital mediante oferta pública.

SEXTA.

1. Todas las acciones en que se divide el capital social son nominativas, indivisibles y sin valor nominal, las cuales confieren a sus tenedores los derechos y les imponen las obligaciones correspondientes a las acciones ordinarias.

La sociedad, directamente y/o a través de una institución para el depósito de valores o de una institución de crédito que actúen como agentes registradores por cuenta y nombre de la sociedad, llevará un registro de acciones en los términos del artículo ciento veintiocho (128) de la Ley General de Sociedades Mercantiles, en el que se inscribirán todas las operaciones de suscripción, adquisición o transmisión de que sean objeto las acciones representativas del capital social, con expresión del suscriptor y del adquirente. Toda persona que adquiera una o más acciones asumirá todos los derechos y obligaciones de los enajenantes en relación con la sociedad. La propiedad de una o más acciones significa la aceptación por parte del tenedor de las estipulaciones contenidas en los estatutos sociales de la sociedad, de las reformas o modificaciones que se hagan a los mismos y de las resoluciones tomadas por las asambleas generales de accionistas y por el Consejo de Administración, sin perjuicio de los derechos previstos en estos estatutos.

La sociedad únicamente reconocerá como accionistas a aquellas personas que se encuentren inscritas en el libro de registro de acciones que lleve la sociedad directamente y/o a través de una institución para el depósito de valores o de una institución de crédito que actúen como agentes registradores por cuenta y a nombre de la sociedad. Sin embargo, tratándose de acciones destinadas a circular entre el público inversionista, bastará para su registro, la indicación de esta circunstancia y de la institución para el depósito de valores en la que se encuentre depositado el o los títulos que las representan, y en tal caso, la sociedad reconocerá como accionistas, también, a quienes acrediten dicho carácter con las constancias expedidas por la institución para el depósito de valores de que se trate, complementadas con el

listado de titulares de las acciones correspondientes, formulados por quienes aparezcan como depositantes en las citadas constancias.

2. Todas las acciones estarán representadas por títulos impresos, pudiendo expedirse certificados provisionales en tanto se imprimen los títulos definitivos.

3. Los certificados provisionales y los títulos definitivos de las acciones en que esté representado el capital social deberán estar numerados progresivamente y podrán amparar una o varias acciones, contendrán todas las menciones que exige el artículo ciento veinticinco (125) de la Ley General de Sociedades Mercantiles, se transcribirán en ellos literalmente esta cláusula Sexta y las cláusulas Quinta y Vigésimo Quinta de estos estatutos, deberán ser suscritos en forma autógrafas o en facsímil (en este último caso, a condición de que se deposite el original de las firmas respectivas en el Registro Público de Comercio en que se haya registrado la Sociedad), por cualesquiera dos de las siguientes personas: el Presidente del Consejo de Administración, el Director General, en el caso de que sea consejero, el Secretario o Prosecretario del Consejo de Administración de la sociedad, o dos de los miembros de dicho Consejo designados por éste para ello; y podrán llevar anexos cupones debidamente numerados. Los títulos o los certificados provisionales de acciones podrán canjearse por otros de diferentes denominaciones, siempre que los nuevos títulos o certificados provisionales amparen el mismo número de acciones que los entregados en el canje. En el caso de pérdida, robo o destrucción de los títulos o los certificados provisionales, éstos serán reemplazados de acuerdo con lo establecido en el Título Primero, Capítulo Uno Romano, Sección Segunda, de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, a costa del propietario de dichos certificados o títulos.

CAPÍTULO TERCERO

ASAMBLEAS GENERALES DE ACCIONISTAS

SÉPTIMA.

1. El órgano supremo de la sociedad es la asamblea general de accionistas, la cual celebrará reuniones que serán ordinarias o extraordinarias.

2. La asamblea general ordinaria de accionistas deberá reunirse:

I. Para conocer del informe a que se refiere el enunciado general del artículo ciento setenta y dos (172) de la Ley General de Sociedades Mercantiles correspondiente al ejercicio social inmediato anterior de la sociedad y de las sociedades controladas por la sociedad, así como del resto de los informes que, conforme al artículo veintiocho (28), fracción cuarta (IV) de la Ley del Mercado de Valores deba presentarle el Consejo de Administración de la Sociedad. En el informe se hará mención de los principales cargos que ocupa cada Consejero, indicando cuáles son los Consejeros que tienen la calidad de Independientes y cuáles de Patrimoniales.

II. En su caso, para señalar el monto máximo de recursos que podrá destinarse a la compra de acciones propias, con la única limitante de que la sumatoria de los recursos que puedan destinarse a ese fin, en ningún caso exceda el saldo total de las utilidades netas de la sociedad, incluyendo las retenidas.

III. Para nombrar y remover al Presidente del Comité de Auditoría y al Presidente del Comité de Prácticas Societarias.

IV. En adición a lo previsto en la Ley General de Sociedades Mercantiles, para discutir, y en su caso aprobar las operaciones que pretenda llevar a cabo la sociedad o las personas morales que ésta controle, en el lapso de un ejercicio social, cuando representen el veinte por ciento (20%) o más de los activos consolidados de la sociedad con base en cifras correspondientes al cierre del trimestre inmediato anterior, con independencia de la forma en que se ejecuten, sea simultánea o sucesiva, pero que por sus características puedan considerarse como una sola operación. En dichas asambleas podrán votar los accionistas titulares de acciones con derecho a voto, incluso limitado o restringido en términos de lo señalado en el artículo cuarenta y siete (47) de la Ley del Mercado de Valores.

V. Cualquier otro asunto no reservado expresamente por la ley o por estos estatutos a la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas.

3. Las asambleas generales ordinarias podrán celebrarse en cualquier tiempo, pero se reunirán por lo menos una vez cada año, dentro de los cuatro primeros meses que sigan a la clausura del ejercicio social relativo.

4. Las asambleas generales ordinarias se considerarán legalmente reunidas en primera convocatoria cuando se encuentre representada en ellas por lo menos la mitad de las acciones del capital social y las resoluciones serán válidas

cuando se tomen por mayoría de los votos presentes. Si la asamblea no pudiera realizarse el día señalado se hará una segunda convocatoria con expresión de tal circunstancia, considerándose legalmente reunida con cualquiera que sea el número de acciones representadas y las resoluciones serán válidas cuando se tomen por la mayoría de los votos presentes.

5. En las asambleas generales extraordinarias se tratarán los siguientes asuntos enumerados en el artículo ciento ochenta y dos (182) de la Ley General de Sociedades Mercantiles:

- I. Prórroga de la duración de la sociedad;
- II. Disolución anticipada de la sociedad;
- III. Aumento o reducción del capital social;
- IV. Cambio de objeto de la sociedad;
- V. Cambio de nacionalidad de la sociedad;
- VI. Transformación de la sociedad;
- VII. Fusión o escisión de la sociedad;
- VIII. Emisión de acciones privilegiadas;
- IX. Amortización por la sociedad de sus propias acciones, emisión de acciones de goce;
- X. Emisión de bonos; y
- XI. Cualquier otra modificación del contrato social.

Las asambleas generales extraordinarias de accionistas se considerarán legalmente instaladas en el caso de primera convocatoria, cuando se encuentre representada en ellas, por lo menos el setenta y cinco por ciento (75%) de las acciones y sus resoluciones sólo serán válidas si se aprueban por los accionistas que representen por lo menos el cincuenta por ciento (50%) de las acciones de la sociedad en circulación. En el caso de segunda o ulterior convocatoria, las asambleas generales extraordinarias de accionistas se considerarán legalmente reunidas cuando se encuentre representado en ellas, por lo menos el cincuenta por ciento (50%) de las acciones de la sociedad en circulación y sus resoluciones sólo serán válidas si se aprueban por los accionistas que representen por lo menos el cincuenta por ciento de las acciones de la sociedad en circulación.

OCTAVA. Las asambleas generales de accionistas se verificarán de acuerdo con las siguientes reglas:

1. Se reunirán en el domicilio de la sociedad, salvo caso fortuito o de fuerza mayor y serán convocadas por el Consejo de Administración, por medio de la publicación de un aviso en el Diario Oficial o en un periódico de los de mayor circulación de su domicilio, con quince días naturales de anticipación cuando menos, con excepción del caso previsto en la Cláusula Séptima inciso dos, subinciso dos (romano) de estos estatutos en que el plazo mínimo será de cinco días naturales. La convocatoria contendrá la fecha, hora y lugar de la asamblea, el orden del día y será firmada por el Presidente del Consejo de Administración, el Secretario, el Prosecretario o quien designe el Consejo. Durante el lapso citado, los libros y documentos relacionados con los objetos de la asamblea, estarán en las oficinas de la sociedad a disposición de los accionistas para que puedan enterarse de ellos, y en su caso, se comprenderá los estados financieros con sus anexos.

2. Cuando los concurrentes a una asamblea representen el total de las acciones emitidas, no será necesaria la convocatoria. Tampoco lo será en el caso de que una asamblea suspendida por cualquier causa deba continuarse en hora y fecha diferente. En cualquiera de estos dos casos se hará constar el hecho en el acta correspondiente.

3. Los accionistas podrán ser representados en las asambleas por la persona o personas que designen mediante poderes otorgados en términos de la legislación aplicable en los formatos que la sociedad deberá poner a su disposición en términos de la fracción tercera (III) del artículo cuarenta y nueve (49) de la Ley del Mercado de Valores. La sociedad deberá mantener a disposición de los intermediarios del mercado de valores que acrediten contar con la representación de los accionistas de la propia sociedad, durante el plazo a que se refiere el artículo ciento setenta y tres (173) de la Ley General de Sociedades Mercantiles, formularios de poder elaborados por la Sociedad, a fin de que aquéllos los puedan hacer llegar con oportunidad a sus representados. Los formularios de poder deberán señalar de manera notoria la denominación de la Sociedad, así como el respectivo orden del día y contener espacio para las instrucciones que señale el otorgante para el ejercicio del poder. El secretario del Consejo de Administración de la

sociedad estará obligado a cerciorarse de la observancia de lo dispuesto en la presente cláusula e informar sobre ello a la asamblea de accionistas, lo que se hará constar en el acta respectiva. Los miembros del Consejo de Administración no podrán representar a los accionistas en asamblea alguna.

4. Para asistir a las asambleas, los accionistas deberán estar inscritos en el registro de acciones que lleve la sociedad (directamente o a través de una institución para el depósito de valores y los listados de los depositantes correspondientes que evidencien la participación de dicho accionista o de una institución de crédito que actúen como agentes registradores por cuenta y a nombre de la sociedad), debiendo obtener, de la secretaría del Consejo de Administración, la correspondiente tarjeta de admisión para ingresar a la Asamblea, la cual deberá solicitarse a la secretaría del Consejo de Administración a más tardar dos (2) días antes de la fecha fijada para la celebración de la asamblea.

5. Antes de instalarse la asamblea, el funcionario que la presida nombrará uno o más escrutadores quienes verificarán el número de acciones representadas y formarán la lista de los concurrentes con expresión del número de acciones que cada uno represente.

6. Una vez que se haga constar la asistencia necesaria o quórum, el Presidente declarará instalada la asamblea y procederá a desahogar el orden del día, presidiendo los acuerdos y debates.

7. Presidirá la asamblea el presidente del Consejo de Administración de la sociedad y a falta de éste, la persona que elija la misma asamblea. Será secretario de la asamblea el secretario del Consejo de Administración de la sociedad y en su falta el que elija la misma asamblea.

8. De cada asamblea general, el secretario levantará un acta y formará un expediente. El expediente se compondrá de las siguientes piezas:

a) Un ejemplar del periódico en que se hubiera publicado la convocatoria, cuando fuere este el caso.

b) La lista de asistencia de los titulares de acciones.

c) Los poderes en formularios que hubieren presentado o extracto certificado por el secretario o el escrutador del documento que acredita la personalidad.

d) Una copia del acta de la asamblea.

e) Los informes, dictámenes y demás documentos que se hubieren presentado en la asamblea.

f) Certificación del secretario de que se haya observado lo dispuesto en la fracción tercera (III) del artículo cuarenta y nueve (49) de la Ley del Mercado de Valores.

9. Si por cualquier motivo dejare de instalarse una asamblea convocada legalmente se levantará también acta en que conste el hecho y sus motivos y se formará un expediente de acuerdo con el inciso ocho anterior.

10. Las resoluciones de la asamblea general tomadas en los términos de estos estatutos obligan a todos los accionistas, aún a los disidentes o ausentes, serán definitivas y sin ulterior recurso, quedando autorizado el Consejo de Administración para tomar los acuerdos, dictar las providencias y hacer las gestiones o celebrar los contratos necesarios para la ejecución de las resoluciones aprobadas.

11. Los titulares de acciones que tengan el veinte por ciento (20%) o más del capital social, podrán oponerse judicialmente a las resoluciones de la asamblea.

12. Los titulares de acciones que tengan el diez por ciento (10%) o más del capital social de la sociedad tendrán derecho a solicitar que se aplase por una sola vez, por tres días naturales y sin necesidad de nueva convocatoria, la votación de cualquier asunto respecto del cual no se consideren suficientemente informados.

13. Si en una asamblea general ordinaria o extraordinaria de accionistas, debidamente convocada no hubiere quórum, se repetirá la convocatoria con los mismos requisitos y la misma anticipación señaladas en el párrafo uno de esta cláusula y la asamblea convocada por segunda o ulteriores veces se efectuará siempre que esté representado el número de acciones que fija la cláusula Séptima de estos estatutos para cada clase de asamblea.

14. Los accionistas, sin necesidad de reunirse en asamblea, podrán adoptar resoluciones por unanimidad de votos de aquellos que representan la totalidad de las acciones con derecho a voto en los asuntos respectivos, según sea el caso, las cuales tendrán la misma validez que si hubieren sido adoptadas por la asamblea general de accionistas, siempre

que dichas resoluciones se confirmen por escrito y su contenido se asiente en el libro de actas correspondiente con la firma del secretario del Consejo de Administración.

CAPÍTULO CUARTO

ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD

NOVENA. La administración de la sociedad estará confiada a un Consejo de Administración y a un Director General. El Consejo estará compuesto por el número de consejeros que determine la asamblea general ordinaria de accionistas, sin que los miembros que lo integren sean más de veintiuno, de los cuales por lo menos el veinticinco por ciento deberán ser independientes. Asimismo, por cada consejero propietario podrá designarse a su respectivo suplente, el suplente de un independiente deberá ser asimismo independiente. Salvo que la asamblea general ordinaria de accionistas resuelva lo contrario, la mayoría de los consejeros, propietarios y suplentes, deberán ser ciudadanos y residentes de alguna jurisdicción que no ocasione que la sociedad o los valores que ésta emita sean objeto de algún registro, autorización, inscripción o acto similar en una jurisdicción distinta a los Estados Unidos Mexicanos sólo en virtud de la ciudadanía o residencia de sus consejeros. Por consejeros independientes se entenderá aquellas personas que a juicio de la asamblea general ordinaria de accionistas cuenten con la experiencia, capacidad y prestigio profesional necesarios, considerando, además, que por sus características puedan desempeñar sus funciones libres de conflictos de interés y sin estar supeditados a intereses personales, patrimoniales o económicos. La asamblea general de accionistas que designe o ratifique a los miembros del Consejo de Administración o, en su caso, aquella en la que se informe sobre dichas designaciones o ratificaciones, calificará la independencia de los consejeros. Sin perjuicio de lo anterior, en ningún caso podrán designarse ni fungir como consejeros independientes las personas a que se refieren las fracciones primera (I) a quinta (V) del artículo veintiséis (26) de la Ley del Mercado de Valores. Los Consejeros independientes que durante su encargo dejen de tener tal característica, deberán hacerlo del conocimiento del Consejo de Administración a más tardar en la siguiente sesión de dicho órgano.

DÉCIMA. El Consejo de Administración tendrá a su cargo los negocios de la sociedad y llevará a cabo las operaciones, actos y contratos que se relacionen con el objeto de la sociedad, con excepción de aquellos que estén reservados expresamente por la ley o por estos estatutos a las asambleas generales ordinarias o extraordinarias de accionistas. Dicho Consejo representará a la sociedad ante toda clase de autoridades administrativas y judiciales, con facultades de apoderado general para actos de dominio y de administración y para pleitos y cobranzas, sin limitación alguna, en los términos del artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro (2554) del Código Civil Federal y estará autorizado para ejercer aquellas facultades que de acuerdo con la ley requieran cláusula especial, incluyendo en forma enunciativa pero no limitativa, las siguientes facultades:

- a) Ejecutar los actos llamados de riguroso dominio, tales como vender, hipotecar o de cualquier otra manera enajenar o gravar, así como arrendar o pignorar, los bienes de la sociedad.
- b) Tomar dinero en préstamo, dar fianzas, comprar a plazo y hacer operaciones de crédito sin limitación alguna, inclusive la firma y aceptación de toda clase de títulos de crédito y constituirse en avalista u obligado solidario en nombre de la sociedad.
- c) Ejercer la dirección, manejo y control general de los negocios de la sociedad y la administración de todas sus propiedades, vigilando el cumplimiento de toda clase de contratos y convenios que tengan por objeto llenar los fines de la sociedad.
- d) Preparar, aprobar y someter a los accionistas los estados financieros anuales en la forma requerida por la ley y recomendar y proponer a los accionistas las resoluciones que juzgue conveniente en relación a los ingresos, utilidades y pérdidas.
- e) Sugerir los planes y normas que debe seguir la sociedad principalmente respecto a la compra, venta, arrendamiento, gravamen, hipoteca y traspaso de toda clase de bienes muebles o inmuebles, derechos y concesiones, franquicias, obtención de préstamos y a todos los demás actos y problemas de administración importantes.
- f) Nombrar y remover libremente a los apoderados y demás funcionarios y empleados de la sociedad, otorgarles y modificar sus facultades, imponiéndoles siempre las limitaciones mencionadas en la cláusula Décimo Séptima, fijar sus emolumentos y determinar la garantía personal que deban otorgar para caucionar el fiel cumplimiento de sus obligaciones y aprobar al auditor externo de la sociedad con la previa opinión del comité de auditoría.

- g) Establecer sucursales y agencias de la sociedad y suprimirlas.
- h) Con las limitaciones señaladas en la cláusula Décimo Séptima, delegar en todo o en parte, sus facultades a cualquier persona o individuo, o grupo de personas, gerentes u otro funcionario o apoderado, así como conferir poderes generales o especiales, mandatos judiciales o facultades administrativas en cualquier tiempo, así como delegar a cualquier persona, sea miembro o no del Consejo de Administración, la facultad de conferir y revocar poderes generales y especiales, y de llevar a cabo cualquier otro acto que deba ejecutarse.
- i) Para emitir y canjear acciones cuando ello no implique movimiento en el capital social en los términos de la cláusula Quinta de estos estatutos.
- j) La facultad indelegable para resolver acerca de la adquisición de acciones representativas del capital social de la sociedad, a través de la bolsa de valores, al precio corriente en el mercado, con cargo al capital contable y en su caso, al capital social; así como su posterior colocación entre el público inversionista.
- k) Ocuparse de los asuntos contemplados en el artículo veintiocho (28) de la Ley del Mercado de Valores, en los términos que ahí se señalan.
- l) Nombrar de entre sus miembros propietarios o suplentes a los integrantes de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias (excepto al Presidente de dichos comités, cuyo nombramiento corresponde a la Asamblea General Ordinaria de Accionistas) en el entendido de que dichos Comités podrán funcionar como uno sólo, siempre y cuando se cumplan con las disposiciones contenidas en los artículos cuarenta y uno (41), cuarenta y dos (42) y cuarenta y tres (43) de la Ley del Mercado de Valores.
- ll) Todas las demás que confieren las leyes del país y estos estatutos, que no estén reservados expresamente a los accionistas.
- m) Crear otros comités, internos o externos, que se requieran para el efectivo desempeño de sus obligaciones, así como determinar su integración y funcionamiento.

DÉCIMO PRIMERA.

1. Los miembros del Consejo de Administración serán nombrados en la forma prevista en la cláusula Novena y durarán en su cargo el término que fije la asamblea, hasta que sus sucesores hayan sido electos y tomen posesión de sus cargos, sin perjuicio de que la asamblea de accionistas debidamente instalada pueda revocar el nombramiento de uno o más de los Consejeros.

El Consejo de Administración podrá designar consejeros provisionales en términos y para los efectos señalados en el artículo veinticuatro (24) de la Ley del Mercado de Valores.

2. Salvo que la asamblea general ordinaria de accionistas lo requiera, los miembros del Consejo de Administración no requieren garantizar la responsabilidad que pudieran contraer en el desempeño de sus cargos.

3. Los consejeros serán designados por mayoría de votos de las acciones presentes, con derecho de voto en la asamblea general ordinaria de accionistas de la sociedad.

4. La minoría de accionistas que represente cuando menos un diez por ciento (10%) del capital social, representado por acciones suscritas de la sociedad, tendrá el derecho de:

a) Designar y revocar a un miembro del Consejo de Administración. Tal designación solo podrá revocarse cuando los demás miembros del Consejo de Administración sean revocados, en cuyo caso las personas sustituidas no podrán ser nombradas con tal carácter durante los doce meses inmediatos siguientes a la fecha de revocación.

b) Requerir al Presidente del Consejo de Administración o de los Comités que lleven a cabo las funciones en materia de prácticas societarias y de auditoría, en cualquier momento, se convoque a una asamblea general de accionistas.

5. Si al hacer la elección de Consejeros en la forma prevista en el párrafo tres de esta cláusula, un accionista o grupo de accionistas minoritarios hicieren valer el derecho que les concede el párrafo cuarto precedente para designar un consejero propietario y a su suplente para un ejercicio social o parte de éste en cualquier asamblea de accionistas, dicho accionista o grupo de accionistas minoritario no podrá votar en la elección del resto de los consejeros para el mismo ejercicio o parte de éste.

DÉCIMO SEGUNDA.

1. Las sesiones del Consejo de Administración se celebrarán en el domicilio de la sociedad, en las sucursales o agencias que se hayan establecido en cualquier otro lugar de los Estados Unidos Mexicanos o del extranjero que determine el Consejo. Las sesiones también se podrán sostener en persona o con acceso mediante medios electrónicos o de telecomunicaciones.

Se podrán tomar resoluciones fuera de sesión de Consejo, de manera unánime, por todos los Consejeros las cuales tendrán la misma validez que si hubieren sido adoptadas en sesión de Consejo. En este caso, las resoluciones podrán tomarse sin importar el lugar en donde se encuentre cada miembro del Consejo, ni el medio que se utilice para comunicarse. Dichas resoluciones deberán confirmarse por escrito, que constará en el libro de actas de sesiones de Consejo y deberán ser firmadas por el presidente y el secretario o prosecretario.

2. Las sesiones del Consejo de Administración podrán celebrarse en cualquier tiempo cuando las convoque el presidente, el secretario, el prosecretario, los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias, o el veinticinco por ciento (25%) de los consejeros, mediante aviso escrito o en forma distinta, dado cuando menos con tres (3) días naturales de anticipación a las juntas, especificando la hora, fecha, lugar y el orden del día.

El Consejo de Administración deberá reunirse por lo menos cuatro veces al año.

3. Los miembros del Consejo pueden renunciar por escrito a la convocatoria y cuando un Consejero esté presente se considerará que ha renunciado a la convocatoria. Tampoco se requiere de previa convocatoria para las sesiones programadas en el calendario que haya aprobado el propio Consejo. Para los demás casos, bastará una convocatoria con tres (3) días naturales de anticipación.

4. Con excepción de los casos que más adelante se precisan en este mismo párrafo, para constituir quórum en cualquier sesión del Consejo de Administración, se requiere la presencia por lo menos, de la mitad más uno de los consejeros propietarios o suplentes del mismo y las resoluciones sobre todos los asuntos que sean de la competencia del Consejo y estén listados en el Orden del Día, se tomarán por el voto afirmativo de por lo menos la mitad más uno de los consejeros propietarios o suplentes. Para tratar y resolver válidamente cualquiera de los asuntos que se enumeran a continuación, se requerirá que esté presente el presidente del Consejo de Administración y por lo menos la mitad de los Consejeros Propietarios o Suplentes y que las resoluciones se tomen por el voto afirmativo del Presidente del Consejo de Administración y por lo menos la mitad de los Consejeros Propietarios o Suplentes:

a) Cualquier operación de compra o adquisición por cualquier título, de venta o enajenación de cualquier título de bienes del activo fijo de la sociedad o de cualquier inversión de carácter permanente que exceda del veinticinco por ciento del capital contable de la sociedad conforme a los últimos estados financieros aprobados por los accionistas.

b) Incurrir en adeudos con vencimiento a un plazo mayor de doce (12) meses y por una cantidad en exceso del veinticinco por ciento (25%) del capital contable de la sociedad conforme al último documento de información financiera aprobado por los accionistas.

c) Otorgar fianzas, prendas, hipotecas y otras garantías de cualquier especie por una cantidad en exceso del veinticinco por ciento (25%) del capital contable de la sociedad conforme a los últimos estados financieros aprobados por los accionistas.

d) El nombramiento o remoción del Presidente del Consejo de Administración y del Director General de la Compañía y el otorgamiento y revocación de sus respectivos poderes, en cuyo caso, no se requerirá ni la presencia ni el voto del presidente en funciones.

5. De toda sesión del Consejo de Administración se levantará un acta, la cual será inscrita en el Libro de Actas y firmada por el Presidente y el Secretario o Prosecretario de la Sesión.

6. Los consejeros recibirán por sus servicios con este carácter honorarios que serán fijados por la asamblea general de accionistas, además de los gastos de viaje que con motivo de las operaciones de la sociedad se eroguen, así como los incurridos en la ida y vuelta al lugar donde se celebre la junta. Las personas que tengan un vínculo laboral con el Accionista Permanente y sus subsidiarias, que incluye a esta sociedad y sus subsidiarias, que ocupen cargos de consejero, propietario o suplente, así como secretario y prosecretario, no tendrán derecho a emolumentos por su desempeño, pero si al reembolso de los gastos de viaje en que incurran.

7. Los miembros del Consejo de Administración serán responsables de las resoluciones a que lleguen con motivo de los asuntos a que se refiere el inciso k) de la cláusula Décima anterior, salvo en el caso establecido por el artículo ciento cincuenta y nueve (159) de la Ley General de Sociedades Mercantiles y en los supuestos previstos en el artículo cuarenta (40) de la Ley del Mercado de Valores.

8. Los miembros del Consejo de Administración y el Director General de la Sociedad deberán cumplir con los deberes de diligencia y de lealtad establecidos en los artículos treinta (30), treinta y uno (31), treinta y dos (32), treinta y cuatro (34) y treinta y cinco (35) de la Ley del Mercado de Valores, así como abstenerse de realizar conductas que se consideren actos o hechos ilícitos conforme al artículo treinta y seis (36) del mismo ordenamiento.

9. La sociedad indemnizará y sacará en paz y a salvo a los miembros del Consejo de Administración respecto de cualquier responsabilidad que incurran frente a terceros en el debido desempeño de su encargo y cubrirá el monto de la indemnización por los daños que cause su actuación a terceros, a la sociedad o personas morales que ésta controle o en las que tenga una influencia significativa, salvo que se trate de actos dolosos o de mala fe, o bien, ilícitos. Adicionalmente, la sociedad podrá contratar en favor de los miembros del Consejo de Administración seguros, fianzas o cauciones que cubran el monto de la indemnización por los daños que cause su actuación a la sociedad o personas morales que ésta controle o en las que tenga una influencia significativa, salvo que se trate de actos dolosos o de mala fe, o bien, ilícitos.

CAPÍTULO QUINTO

FUNCIONARIOS Y VINCULACIÓN CON ACCIONISTA PERMANENTE

DÉCIMO TERCERA. Constituido el Consejo de Administración, deberá en su primera sesión, designar dentro de sus miembros un presidente; asimismo se podrá designar un secretario y un prosecretario, quienes no requieren ser miembros del Consejo de Administración.

DÉCIMO CUARTA. Serán facultades y obligaciones del presidente del Consejo de Administración:

- I. Presidir las asambleas generales de accionistas y cumplir sus resoluciones cuando no se nombre ejecutor especial.
- II. Convocar al Consejo de Administración, presidir sus reuniones y cumplir sus resoluciones cuando no se nombre ejecutor especial.
- III. Firmar las actas de las asambleas de accionistas y de las sesiones del Consejo que haya presidido así como las copias de dichas actas que se expidan a solicitud de parte interesada.
- IV. Vigilar el exacto cumplimiento de estos estatutos, de los reglamentos interiores de la sociedad y de todos los acuerdos de la asamblea, del Consejo y de los Comités.
- V. Rendir anualmente a los accionistas un informe detallado sobre la marcha de los negocios de la sociedad.
- VI. Las demás que el Consejo de Administración le otorgue o imponga.

DÉCIMO QUINTA. La sociedad es una subsidiaria de, y es controlada por, el Accionista Permanente, el que ha manifestado a la sociedad su intención de ser propietario en todo tiempo de por lo menos la mayoría de las acciones con derecho a voto y del capital de la sociedad. Los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias, compuestos únicamente por consejeros independientes, han determinado que es en el mejor interés de la sociedad y de todos sus accionistas, sin distinción alguna, pertenecer al grupo empresarial que encabeza el Accionista Permanente. En tal virtud, la sociedad, previa opinión favorable de sus Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias y de su Consejo de Administración, en ambos casos únicamente a través de los consejeros que sean independientes, podrá adoptar políticas y procedimientos de vinculación, reporte, información, cumplimiento, normatividad, organización y otros que sean congruentes con los que adopte el Accionista Permanente, siempre que tales políticas y procedimientos sean acordes con y no violen los preceptos de la legislación mexicana.

DÉCIMO SEXTA. Serán facultades y obligaciones del secretario y del prosecretario del Consejo de Administración:

1. Fungir como tal en las asambleas de accionistas y en las sesiones del Consejo, levantar las actas de unas y otras y firmarlas en unión del presidente.
2. Llevar los libros de actas de las asambleas de accionistas y del Consejo de Administración, así como el registro de acciones nominativas y el de variaciones del capital.
3. Expedir a quien con derecho lo solicite, copias de las actas asentadas en dichos libros y documentación relativa a la sociedad, así como suscribir constancias y comunicaciones en cumplimiento a la normatividad aplicable a las sociedades anónimas bursátiles.

4. Realizar protocolizaciones de las resoluciones tomadas por el Consejo de Administración y asambleas de accionistas y aquellas que conforme a la legislación aplicable se requieran.

DÉCIMO SÉPTIMA. El Consejo de Administración podrá nombrar y remover libremente a un Director General y a los demás directivos relevantes, quienes podrán ser o no accionistas, tendrán las obligaciones, atribuciones y remuneración que se les asignen, así como las que marca la Ley y garantizarán su manejo en la misma forma en que deben hacerlo los consejeros. Los poderes que se otorguen a dicho Director General así como a cualquier otro funcionario empleado de la sociedad o de sus subsidiarias tendrán siempre la limitación de que para los asuntos enumerados en la cláusula Décimo Segunda, párrafo cuatro de estos estatutos se requerirá la previa autorización del Consejo de Administración aprobada en la forma prescrita en dicho párrafo. Los cargos de consejeros y Director General serán compatibles y podrán ser desempeñados por una misma persona en cuyo caso bastará que se otorgue una sola vez la garantía antes mencionada.

El Director General desempeñará funciones de gestión, conducción y ejecución de los negocios de la sociedad y de las personas morales que ésta controle, así como aquellas a que hacen mención los artículos cuarenta y cuatro (44), cuarenta y cinco (45), cuarenta y seis (46) y demás aplicables de la Ley de Mercado de Valores.

DÉCIMO OCTAVA. El Director General y a falta de éste el Consejo, podrá nombrar y remover libremente a uno o varios gerentes, sub-gerentes y apoderados de la sociedad, quienes podrán ser o no accionistas y les señalará sus facultades, obligaciones y emolumentos, precisando concretamente la órbita de sus atribuciones para que las ejerzan en los negocios y lugares que el Director General, o en su caso, el propio Consejo determine.

CAPÍTULO SEXTO

VIGILANCIA DE LA SOCIEDAD

DÉCIMO NOVENA. La vigilancia de la sociedad estará a cargo del Consejo de Administración, a través de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias, los cuales estarán compuestos de por lo menos tres consejeros independientes. También desempeñará labores de vigilancia la persona moral que realice auditoría externa de la Sociedad. Los miembros de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias serán electos anualmente por el Consejo de Administración (excepto al Presidente de dichos comités, cuyo nombramiento corresponde a la Asamblea, General Ordinaria de Accionistas) y desempeñarán las funciones que se mencionan en los artículos cuarenta y dos (42) y cuarenta y tres (43) de la Ley del Mercado de Valores y durarán en su encargo un año o hasta que sus sucesores hayan sido electos y tomen posesión de sus puestos.

CAPÍTULO SÉPTIMO

UTILIDADES Y FONDO DE RESERVA

VIGÉSIMA. Al fin de cada año fiscal, se prepararán los estados financieros de la sociedad y de sus subsidiarias sobre una base consolidada, conforme a los principios previstos en la Ley del Mercado de Valores y las disposiciones generales derivadas de ésta, que se sujetará a los principios de contabilidad emitidos o reconocidos por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores conforme a lo previsto en el artículo ciento cuatro (104) de la Ley del Mercado de Valores. Los citados estados financieros deberán quedar terminados dentro de los tres meses siguientes al cierre del año fiscal y se presentarán a la asamblea general de accionistas para su aprobación. De las utilidades netas que resulten después de que los estados financieros hayan sido aprobados por la asamblea de accionistas se hará la siguiente distribución:

- a) Se separará cuando menos el cinco por ciento para formar el fondo de reserva de acuerdo con lo previsto en el artículo veinte (20) de la Ley General de Sociedades Mercantiles hasta que dicho fondo llegue al veinte por ciento (20%) del capital social histórico, así como para formar cualquier otro fondo de previsión acordado por la asamblea general, que incluye pero no se limita a crear un fondo para la compra de acciones propias.
- b) Del resto de las utilidades se dispondrá según lo acuerde la asamblea ordinaria de accionistas. Por instrucciones de la Asamblea de Accionistas, el Consejo de Administración podrá pagar en cualquier tiempo dividendos de las utilidades habidas según los estados financieros aprobados por los accionistas. Los dividendos decretados y no cobrados por los accionistas dentro de un período de cinco (5) años se considerarán como renunciados en favor de la sociedad.

c) Cuando así lo decrete la asamblea general extraordinaria de accionistas, la sociedad podrá proceder a la amortización de acciones con utilidades repartibles siguiendo las reglas establecidas en la Ley General de Sociedades Mercantiles.

CAPÍTULO OCTAVO

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA SOCIEDAD

VIGÉSIMO PRIMERA. La sociedad se disolverá al concluir el plazo de duración a que se refiere la cláusula Cuarta, a menos que dicho plazo sea prorrogado antes de su conclusión por acuerdo de una asamblea general extraordinaria de accionistas o previamente, por cualesquiera de las causas señaladas en las fracciones II al V del artículo doscientos veintinueve (229) de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

VIGÉSIMO SEGUNDA. Después de ser determinada la disolución de la sociedad por la asamblea de accionistas, se nombrará uno o varios liquidadores, quienes procederán a la liquidación de la misma y a la distribución de los productos entre los accionistas en proporción directa al número de acciones que cada uno posea. Dichos liquidadores tendrán las más amplias facultades para la liquidación y podrán, por tanto, cobrar todas las sumas que se adeuden a la sociedad y pagar las que ésta deba; iniciar toda clase de juicios y proseguirlos hasta su conclusión con todas las facultades de un apoderado general jurídico de acuerdo con los artículos dos mil quinientos cincuenta y cuatro (2554) y dos mil quinientos ochenta y siete (2587) del Código Civil Federal, cancelar hipotecas y otros gravámenes; transigir pleitos y vender propiedades o valores de cualquier naturaleza. Los liquidadores, tendrán, en todo lo que no esté específicamente previsto en estos estatutos las facultades y obligaciones que les confieren los artículos doscientos cuarenta y dos (242) y siguientes de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

VIGÉSIMO TERCERA. Los accionistas serán responsables de las pérdidas de la sociedad únicamente por el valor de sus respectivas acciones suscritas aunque no estén pagadas.

VIGÉSIMO CUARTA. Los fundadores como tales, no se reservan ninguna participación especial en las utilidades.

CAPÍTULO NOVENO

ESTIPULACIONES GENERALES

VIGÉSIMO QUINTA. Todo extranjero que en el acto de la constitución o en cualquier tiempo ulterior adquiera un interés o participación social en la Sociedad, se considerará por ese simple hecho como mexicano respecto de uno y otra, y se entenderá que conviene en no invocar la protección de su Gobierno, bajo la pena, en caso de faltar a su convenio, de perder dicho interés o participación en beneficio de la Nación Mexicana.

VIGÉSIMO SEXTA. Los ejercicios sociales de la sociedad correrán del primero de enero al treinta y uno de diciembre de cada año.

VIGÉSIMO SÉPTIMA. Para el evento de cancelación de la inscripción de las acciones en el Registro, en términos de lo establecido en el artículo ciento ocho (108), fracción segunda (II) de la Ley del Mercado de Valores, la sociedad estará exceptuada de llevar a cabo la oferta pública a que hace referencia dicho precepto legal, siempre que acredite a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores contar con el consentimiento de los accionistas que representen cuando menos el noventa y cinco por ciento (95%) del capital social de la sociedad, otorgado mediante acuerdo de asamblea; que el monto a ofrecer por las acciones colocadas entre el gran público inversionista sea menor a trescientas mil unidades de inversión, y constituya el fideicomiso a que hace referencia el último párrafo de la fracción segunda (II) del citado artículo ciento ocho (108), así como notifique la cancelación y constitución del citado fideicomiso a través de los mecanismos previstos en la Ley del Mercado de Valores.

VIGÉSIMO OCTAVA. En todo lo que no esté especialmente previsto en estos estatutos se aplicarán las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores y de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

VIGÉSIMO NOVENA. Cualquier interpretación relacionada con lo previsto en estos estatutos sociales se realizará de conformidad con la legislación aplicable de los Estados Unidos Mexicanos, incluyendo las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores, las disposiciones de carácter general emitidas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, la Ley General de Sociedades Mercantiles y las demás fuentes a que se refiere el artículo cinco (5) de la Ley del Mercado

de Valores y para el caso de interpretación o controversia sobre los mismos se señalan como competentes a los tribunales federales del domicilio social de la sociedad.

T) Otras prácticas de gobierno corporativo

No aplica en virtud de no ser una emisora extranjera.

5) MERCADO DE CAPITALES

U) Estructura accionaria

Las acciones de Walmart de México y Centroamérica cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores bajo la clave de pizarra **WALMEX**.

Estructura accionaria
Al 31 de diciembre de 2013
Millones de acciones

Serie		Número de acciones	%
"V"	Ordinarias, de suscripción libre	17,627	100

La Compañía mantiene un programa patrocinado de ADR's sobre sus acciones Serie "V". El banco depositario es The Bank of New York.

V) Comportamiento de la acción en el mercado de valores

Indicadores relevantes de la acción

	2010	2011	2012	2013
Precio Max	35.74	38.92	44.87	42.31
Precio Min	27.78	29.42	34.32	31.42
Precio Cierre	35.44	38.23	42.33	34.26
Volumen (millones)	3,943.3	3,689.5	4,575.4	4,683.8

Indicadores relevantes de la acción 2013

	TRIMESTRE			
	1ER	2DO	3ER	4TO
Precio Max	42.31	40.20	37.11	35.20
Precio Min	37.55	34.18	31.42	31.82
Precio Cierre	40.40	36.48	34.42	34.26
Volumen (millones)	883.2	1,097.3	1,479.9	1,223.4

Indicadores relevantes de la acción 2012

	TRIMESTRE			
	1ER	2DO	3ER	4TO
Precio Max	43.06	44.87	39.45	43.08
Precio Min	36.87	34.32	34.59	36.13
Precio Cierre	43.06	35.75	36.21	42.33
Volumen (millones)	835.5	1,698.0	1,030.3	1,011.7

Indicadores relevantes de la acción (noviembre 2013 - marzo 2014)

	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR
Precio Max	34.64	35.20	33.50	31.50	31.40
Precio Min	31.82	34.10	31.64	28.06	28.13
Precio Cierre	34.64	34.26	32.00	28.09	30.98
Volumen (millones)	395.3	487.3	431.5	514.0	422.1

W) Formador de mercado

No aplica este apartado de formador de mercado.

6) PERSONAS RESPONSABLES

“Los suscritos manifestamos bajo protesta de decir verdad que, en el ámbito de nuestra respectivas funciones, preparamos la información relativa a la emisora contenida en el presente reporte anual, la cual, a nuestro leal saber y entender, refleja razonablemente su situación. Asimismo, manifestamos que no tenemos conocimiento de información relevante que haya sido omitida o falseada en este reporte anual o que los mismos contengan información que pudiera inducir a error a los inversionistas”.

(Original Firmado)

Scot Rank
*Presidente Ejecutivo y Director
General*

(Original Firmado)

Rafael Matute
*Vicepresidente Ejecutivo y Director
General de Administración y
Finanzas*

(Original Firmado)

Alberto Sepúlveda
*Vicepresidente Ejecutivo y
Director General de Legal y de
Asuntos Institucionales Para
México y Centroamérica.*

Fecha: 30 de Abril de 2014

“El suscrito manifiesta bajo protesta de decir verdad, que los estados financieros que contiene el presente reporte anual por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2013 y 2012 fueron dictaminados con fecha de 4 de febrero de 2014, de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría.

Asimismo, manifiesta que ha leído el presente reporte anual y basado en su lectura y dentro del alcance del trabajo de auditoría realizado, no tiene conocimiento de errores relevantes o inconsistencias en la información que se incluye y cuya fuente provenga de los estados financieros dictaminados señalados en el párrafo anterior, ni de información que haya sido omitida o falseada en este reporte anual o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas.

No obstante, el suscrito no fue contratado, y no realizó procedimientos adicionales con el objeto de expresar su opinión respecto de la otra información contenida en el reporte anual que no provenga de los estados financieros por el dictaminados”.

(Original Firmado)

Enrique García

Auditor externo y apoderado de Mancera, S.C.

Integrante de Ernst & Young Global

7) ANEXOS

X) Estados financieros dictaminados y opiniones del comité de auditoría e informes del comisario

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

Estados Financieros Consolidados

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012

Contenido

Dictamen de los auditores independientes

Estados financieros consolidados

Estados de situación financiera

Estados de resultados integrales

Estados de cambios en el capital contable

Estados de flujos de efectivo

Notas sobre los estados financieros

DICTAMEN DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

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

Hemos auditado los estados financieros consolidados adjuntos de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias, los cuales consisten en los estados consolidados de situación financiera al 31 de diciembre de 2013 y 2012, y los relativos estados consolidados de resultados integrales, de cambios en el capital contable y de flujos de efectivo, por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2013 y 2012; así como un resumen de las políticas contables significativas y otras notas explicativas.

Responsabilidad de la Administración sobre los estados financieros

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

Responsabilidad del auditor

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

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

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

Opinión

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados adjuntos presentan razonablemente, en todos sus aspectos materiales, la situación financiera consolidada de Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y subsidiarias al 31 de diciembre de 2013 y 2012, así como sus resultados consolidados y los flujos consolidados de su efectivo por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2013 y 2012, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera.

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

C.P.C. Enrique García Camargo

México, D.F. a 4 de febrero de 2014, excepto por la Nota 19 referente a la aprobación de los estados financieros que es del 18 de febrero de 2014.

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, 2013	Diciembre 31, 2012
<u>Activos</u>		
Activos circulantes:		
Efectivo y equivalentes de efectivo (Nota 4)	\$ 21,129,491	\$ 28,163,229
Cuentas por cobrar – neto (Nota 5)	12,778,413	10,376,438
Inventarios (Nota 6)	43,794,897	39,091,595
Pagos anticipados y otros	1,013,525	1,016,091
Activos mantenidos para la venta (Nota 7)	3,932,746	-
Suman activos circulantes	82,649,072	78,647,353
Activos no circulantes:		
Inmuebles y equipo – neto (Nota 8)	121,082,727	117,376,902
Activos intangibles (Nota 9)	25,957,186	25,928,040
Otros activos no circulantes	573,148	333,412
Suman activos	<u>\$ 230,262,133</u>	<u>\$ 222,285,707</u>
<u>Pasivos y capital contable</u>		
Pasivos a corto plazo:		
Cuentas por pagar a proveedores (Nota 10)	\$ 47,609,438	\$ 44,769,655
Otras cuentas por pagar (Nota 11)	15,549,473	14,969,365
Impuestos por pagar	1,596,262	2,424,526
Pasivos relacionados con activos mantenidos para la venta (Nota 7)	966,227	-
Suman pasivos a corto plazo	65,721,400	62,163,546
Pasivos a largo plazo:		
Otros pasivos a largo plazo (Nota 12)	13,766,917	12,638,523
Impuesto diferido (Nota 13)	6,851,658	6,588,903
Beneficios a los empleados (Nota 14)	971,577	1,058,117
Suman pasivos	87,311,552	82,449,089
Capital contable (Nota 15):		
Capital social	45,777,573	45,959,724
Reserva legal	6,949,333	5,785,575
Utilidades acumuladas	92,551,723	90,370,930
Otras partidas de utilidad integral	397,799	162,781
Prima en venta de acciones	2,314,940	2,067,980
Fondo para el plan de acciones al personal	(5,061,161)	(4,646,088)
Participación controladora	142,930,207	139,700,902
Participación no controladora	20,374	135,716
Suma capital contable	142,950,581	139,836,618
Suman pasivos y capital contable	<u>\$ 230,262,133</u>	<u>\$ 222,285,707</u>

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	
	2013	2012
Ventas netas	\$ 420,577,021	\$ 407,843,715
Otros ingresos (Nota 16)	4,584,420	4,216,505
Total ingresos	425,161,441	412,060,220
Costo de ventas	(331,537,855)	(321,832,560)
Utilidad bruta	93,623,586	90,227,660
Gastos generales	(62,101,772)	(58,541,066)
Utilidad antes de otros productos (gastos) – neto	31,521,814	31,686,594
Otros productos (gastos) – neto	9,833	(264,892)
Utilidad de operación	31,531,647	31,421,702
(Gastos) ingresos financieros - neto (Nota 17)	(14,642)	400,937
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	31,517,005	31,822,639
Impuestos a la utilidad(Nota 13)	(9,516,938)	(9,236,797)
Utilidad neta de operaciones continuas	22,000,067	22,585,842
Utilidad neta de operaciones discontinuas (Nota 7)	713,153	682,821
Utilidad neta consolidada	\$ 22,713,220	\$ 23,268,663
Otras partidas de utilidad integral:		
<u>Partidas que no se reclasificaron al resultado del año:</u>		
Utilidad (pérdida) actuarial por beneficios a los empleados	\$ 57,007	\$ (217,680)
<u>Partidas que pueden reclasificarse posteriormente a resultados:</u>		
Resultado por conversión de monedas extranjeras	178,011	(1,259,101)
	235,018	(1,476,781)
Utilidad integral	\$ 22,948,238	\$ 21,791,882
<u>Utilidad neta atribuible a:</u>		
Participación controladora	\$ 22,716,891	\$ 23,275,163
Participación no controladora	(3,671)	(6,500)
	\$ 22,713,220	\$ 23,268,663
<u>Utilidad integral atribuible a:</u>		
Participación controladora	\$ 22,951,909	\$ 21,798,382
Participación no controladora	(3,671)	(6,500)
	\$ 22,948,238	\$ 21,791,882
Utilidad básica por acción de operaciones continuas atribuible a la participación controladora (en pesos)	\$ 1.244	\$ 1.273
Utilidad básica por acción atribuible a la participación controladora (en pesos)	\$ 1.284	\$ 1.312

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 2013 Y 2012

(Notas 1, 3 y 15)

Miles de pesos

	Capital social	Reserva legal	Utilidades acumuladas	Otras partidas de utilidad integral	Prima en venta de acciones	Fondo para el plan de acciones al personal	Participación controladora	Participación no controladora	Suma capital contable
Saldos al 1° de enero de 2012	\$ 45,966,579	\$ 4,672,883	\$ 78,866,293	\$ 1,639,562	\$ 1,911,758	\$ (4,190,174)	\$ 128,866,901	\$ 316,176	\$ 129,183,077
Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal					156,222	(455,914)	(299,692)		(299,692)
Incremento a la reserva legal		1,112,692	(1,112,692)				-		-
Recompra de acciones	(70,234)		(1,017,619)				(1,087,853)		(1,087,853)
Dividendos pagados			(9,611,672)				(9,611,672)		(9,611,672)
Emisión de acciones para pago del pasivo contingente	63,379						63,379		63,379
Compra de acciones de participación no controladora			(28,543)				(28,543)	(173,960)	(202,503)
Utilidad integral			23,275,163	(1,476,781)			21,798,382	(6,500)	21,791,882
Saldos al 31 de diciembre de 2012	45,959,724	5,785,575	90,370,930	162,781	2,067,980	(4,646,088)	139,700,902	135,716	139,836,618
Movimientos del fondo para el plan de acciones al personal					246,960	(415,073)	(168,113)		(168,113)
Incremento a la reserva legal		1,163,758	(1,163,758)				-		-
Recompra de acciones	(249,310)		(3,079,173)				(3,328,483)		(3,328,483)
Dividendos pagados			(16,056,467)				(16,056,467)		(16,056,467)
Emisión de acciones para pago del pasivo contingente	67,159						67,159		67,159
Compra de acciones de participación no controladora			(236,700)				(236,700)	(111,671)	(348,371)
Utilidad integral			22,716,891	235,018			22,951,909	(3,671)	22,948,238
Saldos al 31 de diciembre de 2013	\$ 45,777,573	\$ 6,949,333	\$ 92,551,723	\$ 397,799	\$ 2,314,940	\$ (5,061,161)	\$ 142,930,207	\$ 20,374	\$ 142,950,581

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	
	2013	2012
Actividades de operación		
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	\$ 31,517,005	\$ 31,822,639
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Depreciación y amortización	8,689,694	8,393,098
Pérdida por bajas de inmuebles y equipo	187,803	46,928
Deterioro crédito mercantil y pasivo contingente	-	121,911
Gasto de compensación por opciones de acciones	351,898	342,957
Intereses a favor	(539,565)	(673,161)
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
Intereses a cargo de arrendamiento financiero	1,113,361	1,055,550
Intereses devengados por pasivo contingente	42,206	44,891
Operaciones discontinuas	1,261,230	975,460
Flujo proveniente de resultados	42,623,632	42,130,273
Variaciones en:		
Cuentas por cobrar	(2,169,222)	1,045,546
Inventarios	(4,803,437)	(201,926)
Pagos anticipados y otros activos	(273,549)	33,870
Cuentas por pagar a proveedores	2,887,686	(5,532,394)
Otras cuentas por pagar	905,405	810,628
Impuestos a la utilidad	(9,997,166)	(8,680,470)
Beneficio a los empleados	(19,774)	35,436
Operaciones discontinuas	(450,736)	-
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	28,702,839	29,640,963
Actividades de inversión		
Adquisiciones de inmuebles, equipo y software	(13,987,014)	(14,659,555)
Fondo para el plan de acciones al personal	(520,011)	(642,649)
Intereses cobrados	539,565	673,161
Compra de acciones participación no controladora	(348,371)	(189,720)
Cobros por venta de inmuebles y equipo	182,212	514,554
Operaciones discontinuas	(157,272)	-
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(14,290,891)	(14,304,209)
Actividades de financiamiento		
Pago de dividendos	(16,056,467)	(9,611,672)
Recompra de acciones	(3,328,483)	(1,087,853)
Pago de arrendamiento financiero	(1,352,533)	(1,292,407)
Operaciones discontinuas	(39,517)	-
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	(20,777,000)	(11,991,932)
Efectos por cambios en el valor del efectivo	(668,686)	(347,979)
(Decremento) incremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo	(7,033,738)	2,996,843
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del año	28,163,229	25,166,386
Efectivo y equivalentes de efectivo al fin del año	\$ 21,129,491	\$ 28,163,229

WAL-MART DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
NOTAS SOBRE LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013 Y 2012

Miles de pesos, excepto en donde se indique algo diferente

1.- INFORMACIÓN CORPORATIVA Y EVENTOS RELEVANTES:

a. Información corporativa

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

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

Grupo	Actividad
Nueva Walmart	Operación de 1,589 (1,423 en 2012) tiendas de descuento Bodega Aurrerá, 243 (227 en 2012) hipermercados Walmart, 156 (142 en 2012) tiendas Sam's Club de precios al mayoreo con membresía, 92 (90 en 2012) supermercados Superama y 10 (6 en 2012) Farmacias Medimart.
Suburbia	Operación de 109 (100 en 2012) tiendas Suburbia, especializadas en ropa y accesorios para toda la familia.
Vips	Operación de 262 (266 en 2012) restaurantes Vips de comida internacional, 92 restaurantes El Portón de comida mexicana, en ambos años y 6 restaurantes Ragazzi de comida italiana (7 en 2012).
Empresa Importadoras	Importación de mercancía para la venta.
Inmobiliario	Proyectos inmobiliarios y administración de compañías inmobiliarias.
Empresas de servicios	Prestación de servicios profesionales a las compañías del Grupo, prestación de servicios con fines no lucrativos a la comunidad y tenencia de acciones.
Banco Walmart	Operación de 201 (263 en 2012) sucursales bancarias.
Walmart Centroamérica	Operación de 466 (459 en 2012) tiendas de descuento Despensa Familiar y Palí, 100 (97 en 2012) supermercados Paiz, La Despensa de Don Juan, La Unión y Más x Menos, 75 (67 en 2012) Bodegas, Maxi Bodega y Maxi Palí, 20 (17 en 2012) hipermercados Walmart y 1 (2 en 2012) tienda ClubCo de precios al mayoreo con membresía. Dichas unidades se localizan en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

b. Eventos relevantes

I. Procedimientos legales

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

II. Venta de división de restaurantes

El 10 de septiembre de 2013, la Compañía llegó a un acuerdo definitivo con ALSEA, S.A.B. de C.V. (ALSEA) para que ésta adquiera el 100% de la división de restaurantes de **WALMEX**, que opera con las marcas Vips, El Portón, Ragazzi y La Finca (“VIPS”). El cierre de la operación está sujeta a la aprobación por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica (Nota 7).

2.- NUEVOS PRONUNCIAMIENTOS CONTABLES:

En 2012 el International Accounting Standards Board (IASB) emitió las siguientes Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

- a. NIIF 10 “Estados financieros consolidados”; esta norma se basa en un único modelo de control aplicable a cualquier entidad (incluyendo las entidades con cometido específico), esta norma sustituye a la NIC 27 “Estados financieros consolidados y separados” y a la SIC 12 “Consolidación-entidades de cometido específico”.
- b. NIIF 11 “Acuerdos conjuntos”; esta norma define la contabilización de los acuerdos regidos por control conjunto. La opción de aplicar el método de integración proporcional queda eliminada para los negocios conjuntos (entendidos bajo su nueva definición), esta norma sustituye a la NIC 31 “Participación en negocios conjuntos” y a la SIC 13 “Entidades controladas conjuntamente- aportaciones no monetarias de los participantes”.
- c. NIIF 12 “Información a revelar sobre participaciones en otras entidades”; esta norma reúne todos los requerimientos de desgloses referentes a subsidiarias, acuerdos conjuntos, asociadas y entidades estructuradas.
- d. NIIF 13 “Medición del valor razonable”; esta norma define el concepto de valor razonable y requiere revelaciones sobre las mediciones del valor razonable.

La entrada en vigor de estas normas aplicó a ejercicios que iniciaron a partir del 1° de enero de 2013. La aplicación de estas nuevas NIIF no tuvo efecto material en los estados financieros de la Compañía.

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 2012.

a. Bases de preparación

Los estados financieros consolidados adjuntos han sido preparados de acuerdo con las 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 en base a su función, el cual permite conocer y revelar el costo de ventas separado de los demás costos y gastos de conformidad con la NIC 1 "Presentación de estados financieros". Para un mejor entendimiento del desempeño operativo del negocio se ha incluido el renglón de utilidad de operación.

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.

Los estados financieros de Banco Walmart que se incluyen en los estados financieros consolidados han sido preparados de acuerdo a los criterios contables establecidos por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), contenidos dentro de las Disposiciones de Carácter General aplicables a las instituciones de crédito. A la fecha no se tienen diferencias significativas entre dichas disposiciones y las NIIF.

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.

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

b. Factores de riesgo

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

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

c. Consolidación

Los estados financieros consolidados adjuntos incluyen los de **WALMEX** y los de todas sus subsidiarias en México y en el extranjero que se agrupan como se menciona en la Nota 1 inciso a, y son preparados considerando el mismo periodo contable. Los saldos y operaciones entre compañías del Grupo se eliminan para efectos de la consolidación, de conformidad con la 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. La participación no controladora se presenta dentro del capital contable.

d. Efectivo y equivalentes de efectivo

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

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

e. Instrumentos financieros

La Compañía no realiza operaciones con instrumentos financieros derivados.

f. Cuentas por cobrar y estimación para cuentas incobrables

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

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

g. Inventarios

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

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

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

h. Pagos anticipados

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

i. Inmuebles y equipo

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

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

Edificios, construcciones e instalaciones en bienes arrendados	2.5%	a	33.3%
Mobiliario y equipo	5.0%	a	33.3%

j. Arrendamiento

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

WALMEX considera como arrendamiento financiero a aquellos en que se transfieren sustancialmente los riesgos y beneficios atribuibles a la propiedad del bien y se cargan a resultados de acuerdo al plazo de los contratos, 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, y las rentas variables en función a un porcentaje sobre ventas, las cuales se cargan a resultados como gastos en el periodo en el que se incurrían.

k. Deterioro del valor de los inmuebles y equipo

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

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

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

l. Activos intangibles

Los activos intangibles son valuados a su costo de adquisición o a su valor razonable a la fecha de adquisición, 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. 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 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.

n. Pasivos y provisiones

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

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

o. Pasivo contingente

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

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

p. Impuestos a la utilidad

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

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

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

q. Beneficios a los empleados

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

México:

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

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

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

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

Centroamérica:

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

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

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

En Nicaragua, el monto de los beneficios pagados por terminación fluctúa entre uno y máximo cinco meses de salario de acuerdo al número de años de servicios prestados.

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

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:

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

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

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

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

Prima en venta de acciones:

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

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 y ClubCo se reconocen de manera diferida durante los doce meses de su vigencia y se presentan en el rubro de otros ingresos del estado consolidado de resultados integral.

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

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

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

Los ingresos por venta de desperdicio, garantías extendidas y comisiones por servicios se reconocen en el rubro de otros ingresos en el estado consolidado de resultados integral en el momento en que se transfiere la propiedad al 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 la Compañía, 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 nacional utilizando el tipo de cambio vigente a la fecha del estado consolidado de situación financiera. Las fluctuaciones cambiarias se aplican al estado consolidado de resultados integral y se presentan en el rubro de ingresos financieros - neto, de conformidad con la NIC 21 "Efectos de las variaciones en las tasas de cambio de la moneda extranjera".

4.- EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO:

El saldo de efectivo y equivalentes de efectivo al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integra como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Efectivo en caja y bancos	\$ 7,826,506	\$ 8,318,695
Inversiones de realización inmediata	13,302,985	19,844,534
	<u>\$ 21,129,491</u>	<u>\$ 28,163,229</u>

5.- CUENTAS POR COBRAR – NETO:

Las cuentas por cobrar al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integran como se muestra a continuación:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Cartera de crédito Banco Walmart	\$ 5,307,153	\$ 4,035,917
Impuestos por recuperar	3,958,463	3,308,944
Clientes	3,549,235	3,065,220
Otras cuentas por cobrar	606,153	489,200
Estimación para riesgos crediticios Banco Walmart	(523,340)	(364,063)
Estimación para cuentas incobrables a clientes y otros	(119,251)	(158,780)
	<u>\$ 12,778,413</u>	<u>\$ 10,376,438</u>

6.- INVENTARIOS:

Los inventarios al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integran como se muestra a continuación:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Mercancía para la venta	\$ 41,262,225	\$ 37,426,732
Desarrollo Agro-industrial	641,094	548,748
	<u>41,903,319</u>	<u>37,975,480</u>
Mercancías en tránsito	1,891,578	1,116,115
	<u>\$ 43,794,897</u>	<u>\$ 39,091,595</u>

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

Como parte de la estrategia de la Compañía, **WALMEX** llegó a un acuerdo definitivo con ALSEA para que ésta adquiera por un monto de \$8,200 millones de pesos, el 100% de la división de restaurantes de **WALMEX**, que opera las marcas Vips, El Portón, Ragazzi y La Finca (“VIPS”). El cierre de la operación está sujeta a la aprobación por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica. Adicionalmente, ALSEA pagará a **WALMEX** en el futuro, rentas sobre unidades que se encuentran en propiedades en las que coexisten otros formatos de **WALMEX**.

La operación de Vips incluye un total de 360 restaurantes de los cuales 262 son de la marca “Vips”, 92 unidades de “El Portón” y 6 unidades de “Ragazzi”, adicionalmente la operación comprende los derechos de propiedad intelectual de las cuatro marcas, menús, desarrollo de producto, procesos de operación y otros.

Los activos y pasivos clasificados como mantenidos para la venta al 31 de diciembre de 2013, se muestran a continuación:

	Diciembre 31, 2013
Activos circulantes	\$ 794,106
Inmuebles y equipo - neto	3,116,581
Otros activos	22,059
	<u>\$ 3,932,746</u>
Proveedores	\$ 180,996
Otros pasivos	345,282
Pasivo circulante	526,278
Pasivos no circulantes	439,949
Total pasivos	<u>\$ 966,227</u>

Los principales rubros del resultado de la operación discontinua que se presenta en el estado de resultados integral por los años que terminaron al 31 de diciembre de 2013 y 2012, son:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Total ingresos	\$ 5,987,465	\$ 5,990,781
Costos, gastos e impuestos	(5,274,312)	(5,307,960)
Utilidad neta por operaciones discontinuas	<u>\$ 713,153</u>	<u>\$ 682,821</u>

8.- INMUEBLES Y EQUIPO – NETO:

Los inmuebles y equipo al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integra como sigue:

	Inmuebles y equipo propios										
	Enero 1°, 2012	Adiciones	Bajas	Trasposos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2012	Adiciones	Bajas	Trasposos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2013
Terrenos	\$ 27,295,427	\$ 1,992,763	\$ (270,023)	\$ (12,437)	\$ (220,610)	\$ 28,785,120	\$ 942,375	\$ (60,796)	\$ (186,479)	\$ 52,910	\$ 29,533,130
Edificios	40,803,393	3,677,521	(222,732)	632,148	(320,502)	44,569,828	2,627,787	(73,056)	(2,802,621)	102,590	44,424,528
Instalaciones y mejoras	33,835,629	2,929,457	(331,765)	62,117	(209,436)	36,286,002	3,403,164	(432,713)	579,073	36,634	39,872,160
Mobiliario y equipo	41,430,843	5,610,947	(889,283)	271,306	(419,920)	46,003,893	5,233,276	(2,325,188)	(1,498,123)	75,731	47,489,589
Total	143,365,292	14,210,688	(1,713,803)	953,134	(1,170,468)	155,644,843	12,206,602	(2,891,753)	(3,908,150)	267,865	161,319,407
Depreciación acumulada	(46,489,962)	(7,701,317)	1,074,595	(46,764)	189,043	(52,974,405)	(8,241,071)	2,549,535	3,445,588	(42,463)	(55,262,816)
Obras en proceso	3,591,072	247,085	116,540	(820,162)	(105,131)	3,029,404	1,677,410	5,965	(2,128,258)	27,417	2,611,938
Total inmuebles y equipo propios	\$ 100,466,402	\$ 6,756,456	\$ (522,668)	\$ 86,208	\$ (1,086,556)	\$ 105,699,842	\$ 5,642,941	\$ (336,253)	\$ (2,590,820)	\$ 252,819	\$ 108,668,529
	Inmuebles y equipo en arrendamiento										
	Enero 1°, 2012	Adiciones	Bajas	Trasposos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2012	Adiciones	Bajas	Trasposos	Efecto por conversión	Diciembre 31, 2013
Inmuebles	\$ 11,566,148	\$ 1,145,128	\$ (3,774)	\$ -	\$ (132,705)	\$ 12,574,797	\$ 1,454,057	\$ (145,643)	\$ (553,583)	\$ 30,658	\$ 13,360,286
Mobiliario y equipo	1,491,246	357,106	(4,780)	(126,233)	-	1,717,339	420,528	(4)	(241,253)	-	1,896,610
Total	13,057,394	1,502,234	(8,554)	(126,233)	(132,705)	14,292,136	1,874,585	(145,647)	(794,836)	30,658	15,256,896
Depreciación acumulada	(2,151,298)	(509,467)	165	53,880	(8,356)	(2,615,076)	(566,847)	54,967	324,569	(40,311)	(2,842,698)
Total inmuebles y equipo en arrendamiento	\$ 10,906,096	\$ 992,767	\$ (8,389)	\$ (72,353)	\$ (141,061)	\$ 11,677,060	\$ 1,307,738	\$ (90,680)	\$ (470,267)	\$ (9,653)	\$ 12,414,198
Total	\$ 111,372,498	\$ 7,749,223	\$ (531,057)	\$ 13,855	\$ (1,227,617)	\$ 117,376,902	\$ 6,950,679	\$ (426,933)	\$ (3,061,087)	\$ 243,166	\$ 121,082,727

El gasto por depreciación por el año terminado el 31 de diciembre de 2013 y 2012, ascendió a \$8,496,420 y \$7,841,915, respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2013, en la columna de traspasos se incluye la reclasificación de los activos fijos mantenidos para la venta de la división de restaurantes, por un importe de \$3,116,581.

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

9.- ACTIVOS INTANGIBLES:

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, los activos intangibles se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Crédito mercantil	\$ 24,745,086	\$ 24,745,086
Marcas	620,167	609,428
Licencias y software	445,893	415,740
Clientes	102,484	115,441
Patentes	43,556	42,345
	<u>\$ 25,957,186</u>	<u>\$ 25,928,040</u>

Por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012, se adquirió software por un monto de \$288,454 y \$201,783, respectivamente.

El monto cargado a resultados por concepto de amortización por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012, ascendió a \$193,274 y \$221,358, respectivamente.

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

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

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

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

Como resultado de dicho estudio al 31 de diciembre de 2013, la Compañía no presentó indicios de deterioro en el crédito mercantil. Al 31 de diciembre de 2012, la Compañía reconoció una pérdida por deterioro de \$5,023,011 en el rubro de otros productos (gastos) - neto.

Asimismo, la Compañía realizó un análisis de la contraprestación contingente reconocida desde febrero 2010 como parte de la adquisición de Walmart Centroamérica. Dicho análisis al 31 de diciembre de 2013, no generó ningún ajuste a este pasivo. Por el contrario, al 31 de diciembre de 2012, dio como resultado una cancelación del pasivo contingente por \$4,901,100, del cual se registró un ingreso de \$4,649,277 en el rubro de otros (gastos) productos – neto y una cancelación de intereses por \$251,823 registrado en el rubro de ingresos financieros – neto.

10.- PARTES RELACIONADAS:

a) Saldos con partes relacionadas

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, el estado consolidado de situación financiera incluye los siguientes saldos con partes relacionadas:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Cuentas por pagar a proveedores:		
C.M.A. – U.S.A., L.L.C. (Afiliada)	\$ 343,919	\$ 615,185
Global George, LTD. (Afiliada)	34,451	17,109
	<u>\$ 378,370</u>	<u>\$ 632,294</u>
Otras cuentas por pagar:		
Wal-Mart Stores, Inc. (Tenedora)	<u>\$ 413,092</u>	<u>\$ 377,254</u>

Al 31 de diciembre 2013 y 2012, los saldos por cobrar y por pagar a partes relacionadas están formados por saldos de cuenta corriente, sin intereses, pagaderos en efectivo, para los cuales no existen garantías.

b) Operaciones con partes relacionadas

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

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

A continuación se presentan los montos de las operaciones con partes relacionadas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Importaciones de mercancía para la venta:		
C.M.A. – U.S.A., L.L.C. (Afiliada)	\$ 3,131,719	\$ 3,138,902
Global George, LTD. (Afiliada)	47,003	17,072
	<u>\$ 3,178,722</u>	<u>\$ 3,155,974</u>
Asistencia técnica, servicios y regalías:		
Wal-Mart Stores, Inc. (Tenedora)	<u>\$ 2,164,810</u>	<u>\$ 2,146,203</u>

c) Remuneraciones a principales funcionarios

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, las remuneraciones a los principales funcionarios se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Beneficios a corto plazo	\$ 754,508	\$ 695,027
Beneficios por terminación	83,303	64,477
Beneficios basados en acciones	93,951	53,906
	<u>\$ 931,762</u>	<u>\$ 813,410</u>

11.- OTRAS CUENTAS POR PAGAR:

El saldo de las otras cuentas por pagar al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integra como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Pasivos acumulados y otros	\$ 8,830,905	\$ 9,101,897
Captación tradicional Banco Walmart	4,807,951	4,249,943
Provisiones	606,153	597,918
Arrendamiento financiero (Nota 12)	723,059	476,019
Partes relacionadas (Nota 10)	413,092	377,254
Pasivo contingente (Nota 12)	127,674	131,685
Dividendos	40,639	34,649
	<u>\$ 15,549,473</u>	<u>\$ 14,969,365</u>

Al 31 de diciembre de 2013, la Compañía tiene compromisos para la adquisición de inventarios e inmuebles y equipo, así como servicios de mantenimiento por \$10,150,325 (\$9,003,254 en 2012).

12.- OTROS PASIVOS A LARGO PLAZO:

En el rubro de otros pasivos a largo plazo al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se incluyen las obligaciones a plazo mayor de un año por los contratos de arrendamiento y del pasivo contingente.

a) Arrendamientos:

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

La Compañía tiene celebrados contratos de arrendamiento operativo de inmuebles con terceros, los cuales se reconocen en resultados utilizando el método de línea recta de acuerdo al plazo de los contratos considerando como fecha de inicio la posesión del bien e incluyendo las renovaciones de los mismos.

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

La Compañía tiene celebrados contratos de arrendamiento de inmuebles con terceros, a plazos forzosos que fluctúan entre 2 y 15 años.

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

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

Año	Arrendamiento operativo (plazo forzoso)	Arrendamiento financiero (pagos mínimos)
2014	\$ 321,429	\$ 723,059
2015	\$ 311,318	\$ 817,880
2016	\$ 272,739	\$ 915,406
2017	\$ 193,867	\$ 509,273
2018	\$ 130,490	\$ 439,997
2019 en adelante	\$ 478,282	\$ 9,622,614

Al 31 de diciembre de 2013, el pasivo derivado de la aplicación del método de línea recta de los arrendamientos operativos asciende a \$524,784 de los cuales \$25,085 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 2013 y 2012 ascendieron a \$4,551,209 y \$3,614,455, respectivamente.

b) Pasivo contingente

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, la contraprestación contingente originada por la adquisición de Walmart Centroamérica asciende a \$1,069,197 y \$1,190,933, respectivamente, incluyendo \$127,674 y \$131,685 a plazo menor de un año, misma que se estará liquidando en acciones y en efectivo.

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

	2013	2012
Pago en acciones	\$ 67,159	\$ 63,379
Pago en efectivo	64,526	60,894
Total pago contingente	\$ 131,685	\$ 124,273
Número de acciones emitidas serie "V"	1,606,084	1,586,861

13.- IMPUESTOS A LA UTILIDAD:

Hasta el 31 de diciembre de 2013, la Compañía y sus subsidiarias, excepto el Banco Walmart y Walmart Centroamérica, tienen autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para determinar su resultado fiscal sobre bases consolidadas. A partir del ejercicio 2014, **WALMEX** determinará y pagará el impuesto sobre la renta de manera individual por cada compañía del Grupo.

Los impuestos aplicados a resultados por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Impuesto causado	\$ 9,165,940	\$ 8,736,951
Impuesto diferido	350,998	499,846
Total	\$ 9,516,938	\$ 9,236,797

El impuesto diferido pasivo (activo) generado por las diferencias temporales al 31 de diciembre de 2013 y 2012, es el siguiente:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Inmuebles y equipo	\$ 9,133,637	\$ 8,200,595
Inventarios	(663,248)	(787,232)
Repatriación de utilidades Walmart Centroamérica	1,238,918	1,206,647
Pérdidas fiscales pendiente de amortizar de Banco Walmart	(1,039,272)	(846,616)
Cobros anticipados	(191,539)	(224,350)
Otros pasivos a largo plazo	(239,131)	(243,378)
Otras partidas – neto	(1,387,707)	(716,763)
Total	\$ 6,851,658	\$ 6,588,903

Al 31 de diciembre de 2013, la tasa efectiva de impuestos consolidada es del 30.2% (29.0% en 2012). La diferencia con las tasas de impuesto establecidas en las leyes fiscales se debe a efectos inflacionarios y de otras partidas permanentes.

En México, la tasa aplicable del impuesto sobre la renta es de 30%. Para los demás países las tasas de impuesto sobre la renta aplicables son como se muestran a continuación:

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

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

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

Al 31 de diciembre de 2013, se tienen pérdidas fiscales acumuladas pendientes de amortizar como sigue:

Año de expiración	Importe
2017	\$ 124,163
2018	683,098
2019	833,739
2020	811,847
2021	633,663
2022	145,605
	\$ 3,232,115

14.- BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS:

México:

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

A continuación se presentan los activos y pasivos de las obligaciones por prima de antigüedad y por remuneraciones al término de la relación laboral por retiro al 31 de diciembre de 2013 y 2012:

	Prima de antigüedad		Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro	
	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Obligaciones por beneficios definidos	\$ 736,256	\$ 786,744	\$ 97,307	\$ 103,353
Activos del plan	(612,821)	(603,038)	-	-
Pasivo neto proyectado	<u>\$ 123,435</u>	<u>\$ 183,706</u>	<u>\$ 97,307</u>	<u>\$ 103,353</u>

Asimismo, los costos de las obligaciones por prima de antigüedad y por remuneraciones al término de la relación laboral por retiro por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012 se muestran a continuación:

	Prima de antigüedad		Remuneraciones al término de la relación laboral por retiro	
	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Costo del servicio presente	\$ 107,431	\$ 86,338	\$ 6,303	\$ 4,970
Interés neto	11,342	6,892	6,522	5,930
Costo de los beneficios definidos	<u>\$ 118,773</u>	<u>\$ 93,230</u>	<u>\$ 12,825</u>	<u>\$ 10,900</u>

Los beneficios pagados en México por prima de antigüedad al 31 de diciembre de 2013 ascendieron a \$61,199 (\$53,113 en 2012).

Al 31 de diciembre de 2013, los activos del plan están invertidos, a través del fideicomiso en: 94% mercado de dinero y 6% en sociedades de inversión.

Centroamérica:

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, los pasivos derivados de los beneficios por terminación laboral, se detallan a continuación:

País	Obligaciones por beneficios definidos	
	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Costa Rica	\$ 73,892	\$ 62,522
Guatemala	534,557	564,658
Honduras	80,526	77,342
Nicaragua	11,781	12,798
El Salvador	50,079	53,738
Total	\$ 750,835	\$ 771,058

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, los costos derivados de los beneficios por terminación laboral se detallan a continuación:

País	Costo del servicio presente		Interés neto	
	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Costa Rica	\$ 13,328	\$ 47,289	\$ 14,297	\$ 8,968
Guatemala	67,935	53,825	39,712	42,175
Honduras	16,878	16,802	8,210	7,844
Nicaragua	4,069	4,489	1,483	1,639
El Salvador	10,898	11,076	3,532	5,146
Total	\$ 113,108	\$ 133,481	\$ 67,234	\$ 65,772

Los pagos de los beneficios por terminación laboral al 31 de diciembre de 2013, ascendieron a \$161,318 (\$147,720 en 2012).

Al 31 de diciembre de 2013, las hipótesis actuariales utilizadas en la valuación actuarial de cada país son las siguientes:

País	Tasa de descuento	Tasa de crecimiento salarial
México	7.50%	5.25%
Costa Rica	10.12%	5.50%
Guatemala	8.50%	4.50%
Honduras	13.29%	6.00%
Nicaragua	12.99%	7.50%
El Salvador	8.30%	3.10%

15.- CAPITAL CONTABLE:

- a. En la Asamblea Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas celebrada el 14 de marzo de 2013, se tomaron los siguientes acuerdos:
1. Aprobación de la cantidad máxima que la sociedad utilizará durante 2013 para recomprar acciones propias, la cual asciende a \$5,000,000.
 2. Cancelación de 24,917,540 acciones serie "V" provenientes de la recompra de acciones.
 3. Incremento a la reserva legal por \$1,163,758 con cargo a la cuenta de utilidades acumuladas.
 4. Decreto de un dividendo el cual se le pagará al accionista en efectivo a razón de \$0.46 pesos por cada acción pagaderos el día 23 de abril de 2013 y dos dividendos extraordinarios que se pagarán en efectivo, el primero por la cantidad de \$0.29 pesos por acción y el segundo de \$0.17 pesos por acción, los cuales serán pagados el 23 de abril y el 26 de noviembre de 2013, respectivamente.
 5. Aprobación de la reforma integral de los Estatutos Sociales de la Sociedad.
- b. En la Asamblea Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas celebrada el 27 de marzo de 2012, se tomaron los siguientes acuerdos:
1. Aprobación de la cantidad máxima que la sociedad utilizará durante 2012 para recomprar acciones propias, la cual asciende a \$5,000,000.
 2. Cancelación de 100,997,000 acciones serie "V" provenientes de la recompra de acciones.
 3. Incremento a la reserva legal por \$1,112,692 con cargo a la cuenta de utilidades acumuladas.
 4. Decreto de un dividendo el cual se le pagará al accionista en efectivo a razón de \$0.44 pesos por cada acción y un dividendo extraordinario que se pagará en efectivo por la cantidad de \$0.11 pesos por acción; ambos dividendos serán pagados el 30 de abril de 2012.
- c. El capital social está integrado por acciones nominativas sin expresión de valor nominal. El capital social debe estar amparado por un mínimo de 3,000,000,000 y un máximo de 100,000,000,000 de acciones.

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, el capital social nominal exhibido y el número de acciones se muestran a continuación:

Capital social	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Mínimo fijo	\$ 5,591,362	\$ 5,591,362
Variable	37,215,773	37,381,747
Total	\$ 42,807,135	\$ 42,973,109
Número de acciones ordinarias, de suscripción libre:	17,627,200,951	17,721,594,867

Durante el año que terminó el 31 de diciembre de 2013, se adquirieron 96,000,000 (27,084,540 en 2012, de las cuales 2,167,000 fueron canceladas por acuerdo en la asamblea de accionistas del 27 de marzo de 2012) acciones de **WALMEX**; dicha recompra implicó reducir el capital social histórico en \$233,133 (\$65,670 en 2012). La diferencia entre el valor teórico y el precio de adquisición de las acciones, se aplicó contra las utilidades acumuladas.

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

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, el monto total de las cuentas fiscales relacionadas con el capital contable ascienden a \$143,033,415 y \$135,398,711, respectivamente.

- e. El fondo para el plan de acciones al personal está constituido por 231,976,659 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 2013 y 2012 asciende a \$351,898 y \$342,957 respectivamente, el cual no representa una salida de recursos.

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

	Número de acciones	Precio promedio ponderado (pesos)
Saldo al 1° de enero de 2012	261,291,765	19.27
Asignadas	37,202,679	39.79
Ejercidas	(41,817,426)	14.82
Canceladas	(6,031,950)	29.54
Saldo al 31 de diciembre de 2012	250,645,068	22.81
Asignadas	38,214,955	39.21
Ejercidas	(55,080,437)	15.52
Canceladas	(9,002,077)	35.67
Saldo al 31 de diciembre de 2013	<u>224,777,509</u>	26.87
Acciones disponibles para asignación:		
Al 31 de diciembre de 2013	<u>7,199,150</u>	
Al 31 de diciembre de 2012	<u>1,962,028</u>	

Al 31 de diciembre de 2013, las acciones asignadas y ejercibles correspondientes al fondo para el plan de acciones, se integran como se muestra a continuación:

Año	Asignadas			Rango de precios (pesos)	Ejercibles	
	Número de acciones	Vida promedio remanente((e n años)	Precio promedio ponderado (pesos)		Número de acciones	Precio promedio ponderado (pesos)
2004	8,157,071	0.2	8.47	8.45-9.09	8,157,071	8.47
2005	14,306,364	1.2	9.90	9.90	14,306,364	9.90
2006	15,086,813	2.2	14.40	14.40-15.02	15,086,813	14.40
2007	13,563,239	3.2	21.54	21.54	13,563,239	21.54
2008	20,966,495	4.2	19.35	19.35	20,966,495	19.35
2009	29,590,705	5.2	15.99	15.85-22.80	18,225,167	16.02
2010	25,955,056	6.2	29.70	29.69-31.05	11,624,761	29.69
2011	28,698,940	7.2	33.75	33.70-33.75	6,894,443	33.75
2012	32,806,854	8.2	39.77	34.74-40.05	4,178,833	39.64
2013	35,645,972	9.2	39.20	39.17-41.89	-	-
Total	<u>224,777,509</u>	5.8	26.87		<u>113,003,186</u>	19.13

16.- OTROS INGRESOS:

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012, los otros ingresos que forman parte de la actividad principal de la Compañía se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
Membresías	\$ 1,212,672	\$ 1,211,604
Ingresos de Banco Walmart	1,338,474	943,158
Rentas	839,743	789,967
Gasolina	306,159	337,154
Venta de desperdicio	328,758	311,622
Comisiones por servicios	272,387	259,318
Estacionamiento	126,413	139,938
Otros	159,814	223,744
Total	\$ 4,584,420	\$ 4,216,505

17.- (GASTOS) INGRESOS FINANCIEROS – NETO:

Los (gastos) ingresos financieros – neto al 31 de diciembre de 2013 y 2012, se integran como sigue:

	Diciembre 31, 2013	Diciembre 31, 2012
<u>Ingresos financieros</u>		
Productos financieros	\$ 1,086,330	\$ 1,211,522
Utilidad en cambios	54,595	9,368
	1,140,925	1,220,890
<u>Gastos financieros</u>		
Intereses arrendamiento financiero	1,113,361	1,026,885
Intereses devengados por pasivo contingente	42,206	(206,932)
	1,155,567	819,953
Total	\$ (14,642)	\$ 400,937

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

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

18.- INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS:

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

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

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

México:

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

Centroamérica:

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

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

Segmento	Año que terminó el 31 de diciembre de 2013			
	Total ingresos	Utilidad de operación	(Gastos) financieros -neto	Utilidad antes de impuestos a la utilidad
México:				
Autoservicio	\$ 352,606,541	\$ 27,789,651	\$ -	\$ -
Servicios Financieros	1,338,474	(414,715)	-	-
Otros	13,786,148	2,040,758	-	-
Centroamérica:				
Autoservicio	57,430,278	2,115,953	-	-
Consolidado	<u>\$ 425,161,441</u>	<u>\$ 31,531,647</u>	<u>\$ (14,642)</u>	<u>\$ 31,517,005</u>

Segmento	Año que terminó el 31 de diciembre de 2012			
	Total ingresos	Utilidad de operación	Ingresos financieros -neto	Utilidad antes de impuestos a la utilidad
México:				
Autoservicio	\$ 341,480,071	\$ 28,612,287	\$ -	\$ -
Servicios Financieros	943,158	(569,744)	-	-
Otros	13,374,759	2,293,166	-	-
Centroamérica:				
Autoservicio	56,262,232	1,459,727	-	-
Deterioro crédito mercantil y cancelación de pasivo contingente	-	(373,734)	-	-
Consolidado	<u>\$ 412,060,220</u>	<u>\$ 31,421,702</u>	<u>\$ 400,937</u>	<u>\$ 31,822,639</u>

Segmento	Año que terminó el 31 de diciembre de 2013			
	Adquisiciones de inmuebles y equipo	Depreciación y amortización	Total activo	Pasivos a corto plazo
México:				
Autoservicio	\$ 10,843,668	\$ 6,712,881	\$ 148,930,714	\$ 45,484,529
Servicios				
Financieros	73,334	20,367	6,350,972	5,055,558
Otros	774,467	628,514	9,842,266	2,049,251
Partidas no asignables	-	-	12,351,574	3,441,417
Disponibles para la venta	-	-	3,932,746	966,227
Centroamérica:				
Autoservicio	2,295,545	1,327,932	24,108,775	8,596,744
Crédito mercantil y pasivo contingente	-	-	24,745,086	127,674
Consolidado	\$ 13,987,014	\$ 8,689,694	\$ 230,262,133	\$ 65,721,400

Segmento	Año que terminó el 31 de diciembre de 2012			
	Adquisiciones de inmuebles y equipo	Depreciación y amortización	Total activo	Pasivos a corto plazo
México:				
Autoservicio	\$ 10,539,380	\$ 6,126,671	\$ 145,087,260	\$ 42,562,503
Servicios				
Financieros	68,350	32,761	5,271,426	4,436,619
Otros	894,838	592,148	16,827,486	3,549,776
Partidas no asignables	-	-	8,219,668	3,600,944
Centroamérica:				
Autoservicio	3,156,987	1,311,693	22,134,781	7,882,019
Crédito mercantil y pasivo contingente	-	-	24,745,086	131,685
Consolidado	\$ 14,659,555	\$ 8,063,273	\$ 22,285,707	\$ 62,163,546

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

Los activos y pasivos disponibles para la venta corresponden a la división de restaurantes.

19.- APROBACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS:

Los estados financieros y sus notas por el año que terminó el 31 de diciembre de 2013 y 2012, fueron aprobados el 4 de febrero de 2014 para su emisión y publicación por la Administración de la Compañía. Dichos estados financieros y sus notas fueron aprobados por el Consejo de Administración de la Compañía en junta celebrada el 18 de febrero de 2014.

INFORME DE LOS COMITÉS DE AUDITORÍA Y DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

WAL-MART DE MÉXICO, 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 al artículo 43 de la Ley del Mercado de Valores vigente ("LMV") y del reglamento interno aprobado por el Consejo de Administración de Wal-Mart de México, S.A.B. (la "Sociedad"), informamos a ustedes sobre las actividades que llevamos a cabo en el ejercicio social terminado el 31 de diciembre de 2013.

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. y el Código de Ética de la sociedad.

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

I. En materia de Prácticas Societarias:

a) Fuimos informados por la Administración, no teniendo observación alguna, sobre:

1. Los procesos para la evaluación del desempeño de los directivos relevantes y sobre el plan de sustitución autorizado.
2. Los procesos seguidos durante el ejercicio para celebrar las operaciones con partes relacionadas y su correspondiente estudio de precios de transferencia, cuyos conceptos son mencionados por la administración en la nota 10 de los estados financieros de la Sociedad.
3. Asimismo, fuimos informados sobre la transacción relacionada con la venta de la división de restaurantes de Wal-Mart de México S.A.B. de C.V., que se menciona en la nota 1 inciso b) número II de los estados financieros.

Los procesos para determinar los paquetes de remuneraciones integrales del Director General y demás directivos relevantes, mencionados en la nota 10 de los estados financieros.

- b) El Consejo de Administración no otorgó dispensas a algún consejero, directivo relevante o persona con poder de mando de las indicadas en el artículo 28, fracción III, inciso f) de la Ley del Mercado de Valores.
- c) Durante el ejercicio 2013, la Administración de la Sociedad nos mantuvo informados del avance de las investigaciones sobre prácticas corruptas que el Comité de Auditoría de Walmart Stores Inc., ha estado conduciendo con la asistencia de abogados independientes y otros asesores y de las medidas que la Sociedad ha tomado, reforzando la organización interna, capacitando a directivos y asociados y fortaleciendo los procesos, con el fin de ser líder en cumplimiento a nivel mundial, tal como se explica a detalle en la nota 1 inciso b) número I de los estados financieros de Wal-Mart de México, S. A. B. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2013. Además, estamos al tanto de que la Sociedad está en el mejor interés de cooperar con las investigaciones.

II. En materia de Auditoría:

- a) Analizamos el estado que guarda el sistema de control interno, siendo informados con detalle de los programas y desarrollo del trabajo de auditoría interna y de auditoría externa, así como de los principales aspectos que requieren una mejoría y el seguimiento de las medidas preventivas y correctivas implementadas por la Administración, con base en los resultados de las investigaciones relacionadas con el cumplimiento a los lineamientos y políticas de operación y de registro contable de la Sociedad y subsidiarias. Por lo que, en nuestra opinión, se cumple con la efectividad requerida para que la Sociedad opere en un ambiente general de control.
- b) Evaluamos el desempeño de los auditores externos, quienes son responsables de expresar una opinión sobre la razonabilidad de los estados financieros de la sociedad y la conformidad de estos con las Normas Internacionales de Información Financiera y consideramos que los socios de la firma Mancera, S.C. (integrante de Ernst & Young Global) cumplen con los requisitos necesarios de calidad profesional e independencia de acción intelectual y económica requerida, por lo que se recomendó su nombramiento para examinar y emitir el informe sobre los estados financieros de Wal-Mart de México, S. A. B. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2013. Durante 2013 no se prestaron servicios adicionales o complementarios relacionados con este concepto.
- c) Asistimos a diversas reuniones para revisar los estados financieros trimestrales y anuales de la Sociedad y recomendamos, en su momento, la publicación de dicha información financiera.
- d) Fuimos informados sobre las políticas contables aprobadas y aplicadas durante el ejercicio 2013 y sus modificaciones, donde cabe destacar la relacionada con activos y pasivos mantenidos para la venta y operaciones discontinuas, que se incorporó como resultado de la operación de venta del formato de Restaurantes, mostrándose su efecto en la nota 7 de los estados financieros de la Sociedad.
- e) 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 para aperturas.
- f) 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.
- g) Se dio seguimiento a los acuerdos de las asambleas de accionistas y del Consejo de Administración de la Sociedad.

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 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 2013.

Atentamente

Ing. Adolfo Cerezo

Presidente de los Comités de Auditoría y de Prácticas Societarias

México, D.F. a 17 de febrero de 2014