





Índice



Razón Social	Walmart Chile S.A.
Domicilio Legal	Avenida Presidente Eduardo Frei Montalva N° 8301. Quilicura, Santiago, Chile.
Tipo de Entidad	Sociedad Anónima Abierta.
RUT	96.439.000-2
Sitio Web	www.walmartchile.cl
Correo Electrónico	info@walmartchile.cl
Teléfono	+56 (2) 200-5000
Fax	+56 (2) 200-5100 (2.1, 2.4, 2.6)
Tu opinión nos importa	sustentabilidad.chile@wal-mart.com (3.4)

05	WALMART CHILE
08	Mensaje del Gerente General
09	Sobre Walmart Chile
10	Gobierno Corporativo
12	Nuestra Misión, Valores y Gestión Ética
14	Nuestro Negocio: El Desafío de los Precios Bajos
16	Nuestro Compromiso con el Desarrollo Sustentable
17	GESTIÓN ECONÓMICA
18	Valor Económico Creado y Distribuido
19	Aseguramiento de Calidad para Nuestros Clientes
23	Satisfacción al Cliente
27	Nuestras Marcas Propias
29	GESTIÓN SOCIAL
30	Compromiso con los Colaboradores
38	Relaciones con la Comunidad
41	GESTIÓN AMBIENTAL
42	Hacia un Índice de Sustentabilidad
43	Huella de Carbono
44	Eficiencia Energética
48	Agua
49	Residuos Sólidos
51	Desarrollo de Productos Sustentables y Principales Iniciativas
53	Desarrollo de Nuestros Proveedores para la Sustentabilidad
55	SOBRE ESTE REPORTE
56	Aspectos Técnicos y Metodología de Realización
58	Detreminación de Grupos de Interés y Temas de Relevancia
61	Tablas de Indicadores GRI





CONTAMOS CON SUPERMERCADOS EN TODAS LAS REGIONES DE CHILE, SALVO LA DE AYSÉN DEL GENERAL CARLOS IBÁÑEZ DEL CAMPO. REALIZAMOS 3,2 MILLONES DE TRANSACCIONES A LA SEMANA, SOMOS 40.218 COLABORADORES. EN 2011 TUVIMOS INGRESOS POR 2.276.702 MILLONES DE PESOS.

DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA LTS

Proporciona apoyo logístico en la recepción, distribución y transporte de los productos que se comercializan en los distintos formatos de supermercados de la empresa.



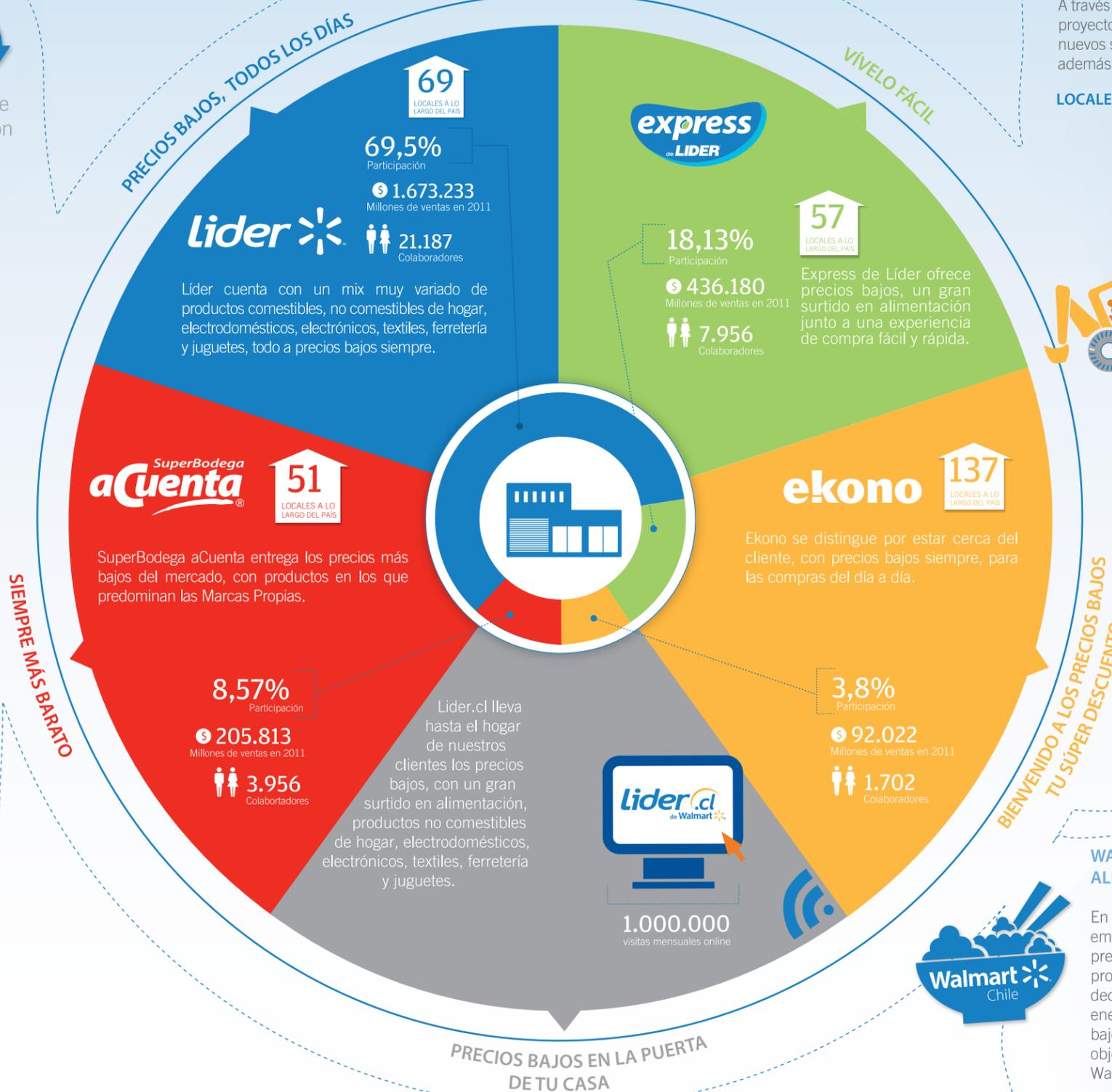
Centros de distribución



1.252 Colaboradores

RESTAURANTES

El Grupo de Restaurantes de Walmart Chile cuenta con 55 Puntos de ventas: 2 parrillas, 12 Buffet, 37 Revive lunch, 1 Pio y 3 Revive Restaurante, los que se encuentran principalmente en supermercados y centros comerciales. Estos espacios son una interesante alternativa para almorzar, comer, tomarse un café o un helado y pasar un buen momento con los amigos y familia.



WALMART CHILE INMOBILIARIA

A través de sus 4 áreas de negocio: planificación y finanzas, desarrollo, proyectos y comercial, se encarga del desarrollo y construcción de nuevos supermercados y centros comerciales a lo largo de todo Chile, además de administrar estos últimos.

LOCALES ADMINISTRADOS:



WALMART CHILE SERVICIOS FINANCIEROS

Servicios Financieros tiene la misión de complementar al retail ofreciendo a los clientes alternativas de pago y servicios asociados para hacer más accesible y agradable la experiencia de compra.



WALMART CHILE ALIMENTOS Y SERVICIOS

En julio de 2011 se incorporaron a Walmart Chile las empresas Aliserv, orientada a la producción de pan, platos preparados y servicios de casino; Aquapuro, especialista en el procesamiento de productos del mar, y Aqanatura, dedicada a proveer plantas y flores al retail. A partir del 1° de enero de 2012 estas tres empresas se fusionaron en una bajo el nombre de Walmart Chile Alimentos y Servicios, cuyo objetivo es proveer con sus productos a las tiendas de Walmart Chile en todo el país.



Mensaje del Gerente General

(1.1, 1.2, EC9)



En los últimos años, la industria del retail ha mostrado un fuerte crecimiento en nuestro país, reflejo del mayor poder adquisitivo de los chilenos.

Para responder adecuadamente a esa demanda, durante los años 2010 y 2011 no sólo hemos abierto 67 nuevas tiendas, 1 Espacio Urbano y creado Lider.cl, sino que además hemos potenciado el retail poniendo a su disposición todas las herramientas con que cuenta la compañía: los servicios de distribución y logística; los servicios financieros; la cadena de restaurantes; y finalmente, con la adquisición de la totalidad de la planta de alimentos en 2011, le hemos dado un fuerte impulso a los platos preparados. Todo ello lo hemos realizado inspirados en nuestra misión: **ahorrarle dinero a las personas, para que puedan vivir mejor.**

Sin embargo, la segunda parte de nuestra misión nos brinda todavía muchas oportunidades. Ayudarle a nuestros clientes a **vivir mejor** va más allá de entregarles precios bajos todos los días: nos invita a ofrecer cada día mejores productos. No queremos que nuestros clientes tengan que elegir entre un producto que pueden pagar y uno que es bueno para su familia y el planeta. Nuestro desafío es poner al alcance de todos nuestros clientes productos más saludables y sustentables.

Sabemos que en esta tarea no podemos avanzar en solitario, y es por eso que estamos invitando a nuestros proveedores y a nuestros clientes a caminar con nosotros en este camino de la sustentabilidad. A los proveedores, a revisar sus procesos productivos y sus productos para encontrar oportunidades en la cadena de valor que nos permitan ofrecer, cada día, productos más sustentables. Y a nuestros clientes, en que tomen un rol activo en hacer más

sostenible su propia participación en esta cadena, promoviendo y facilitando el hábito de la reutilización y el reciclaje.

Ayudar a nuestros clientes a vivir mejor lo entendemos entonces como un paso más allá de ofrecerles precios bajos todos los días. Contempla también optimizar nuestra operación para hacerla más sustentable, lo que hemos emprendido, por ejemplo, reduciendo los residuos que genera nuestra operación al utilizar bolsas plásticas con material reciclado y reduciendo empaques y embalajes; rediseñando nuestras redes de iluminación y refrigeración para lograr un uso más eficiente de la energía, entre muchas otras acciones. Gran orgullo sentimos al haber recibido el Premio a la Eficiencia Energética 2011 por parte de la Agencia Chilena de Eficiencia Energética, puesto que es una muestra de que vamos por el camino correcto.

Pero nada de esto sería posible sin la entrega y el compromiso de cada uno de nuestros colaboradores, que día a día ofrecen lo mejor de sí. Inspirados en la sabiduría del fundador de Walmart, Sam Walton, que respecto de los colaboradores decía: "Día a día, piense en nuevas maneras de motivarlos y desafiarlos; comuníqueles todo lo que fuese posible; valore todo lo que ellos hagan por el negocio; celebre su éxito y vea con buen humor sus fracasos; escuche a todos en su Compañía y encuentre las formas de hacer que se comuniquen"; estamos construyendo la empresa de retail más exitosa del mundo.

En este Reporte de Sustentabilidad mostramos nuestros avances y desafíos respecto de la relación con nuestros proveedores, nuestros colaboradores, clientes y comunidades; y nos comprometemos a ser cada día mejores.

Sabemos que esto es sólo el comienzo de un largo camino, pero nos motiva confiar en que nuestros clientes lo sabrán reconocer y que las generaciones futuras lo agradecerán y disfrutarán.


Enrique Ostalé Cambiaso
 Gerente General Walmart Chile

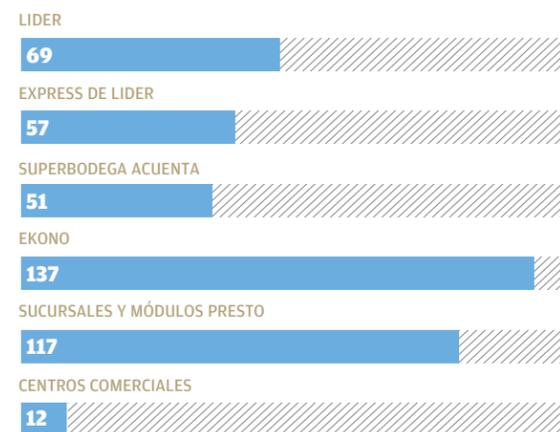
Sobre Walmart Chile

Walmart Chile es parte de Walmart Store Inc., compañía de origen norteamericano fundada en 1962, con sede en la ciudad de Bentonville, Arkansas, EE.UU. A nivel mundial, la empresa realiza más de 200 millones de ventas por semana en sus más de 10.130 locales ubicados en 27 países. Durante el año fiscal 2012 tuvo ventas por US 443.000 millones, empleando a más de 2,2 millones de colaboradores en todo el mundo. (2.4, 2.5)

El 28 de marzo de 2009 adquirió 1.060.327.961 acciones de la empresa supermercadista Distribución y Servicios D&S (S.A.), controlando de esa manera el 74,55% de su propiedad. Posteriores adquisiciones significaron alcanzar el 74,65% de la propiedad.

CANTIDAD TOTAL POR NEGOCIO

(2.7, 2.9)



PRINCIPALES DISTINCIONES WALMART CHILE

(2010 - 2011) (2.10)

-  Premio a la Eficiencia Energética 2011. Otorgado por la Agencia Chilena de Eficiencia Energética.
-  2º lugar ranking Empresas Sustentables 2010 de Fundación Chile y Revista Capital.
-  8º lugar Empresas Más Admiradas de Chile 2010, otorgado por Diario Financiero y PwC.



PROCEDIMIENTOS PARA EVITAR CONFLICTOS DE INTERÉS EN EL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO

Mediante el proceso de Revisión de Transacción con Partes Relacionadas, los directores informan sobre las empresas de las que son propietarios o en las que poseen acciones. Si éstas tuvieran alguna relación con Walmart Chile, su participación en el Directorio debe ser previamente autorizada por un sistema de aprobación dependiente del Área de Finanzas de la Compañía.

PRINCIPALES EJECUTIVOS

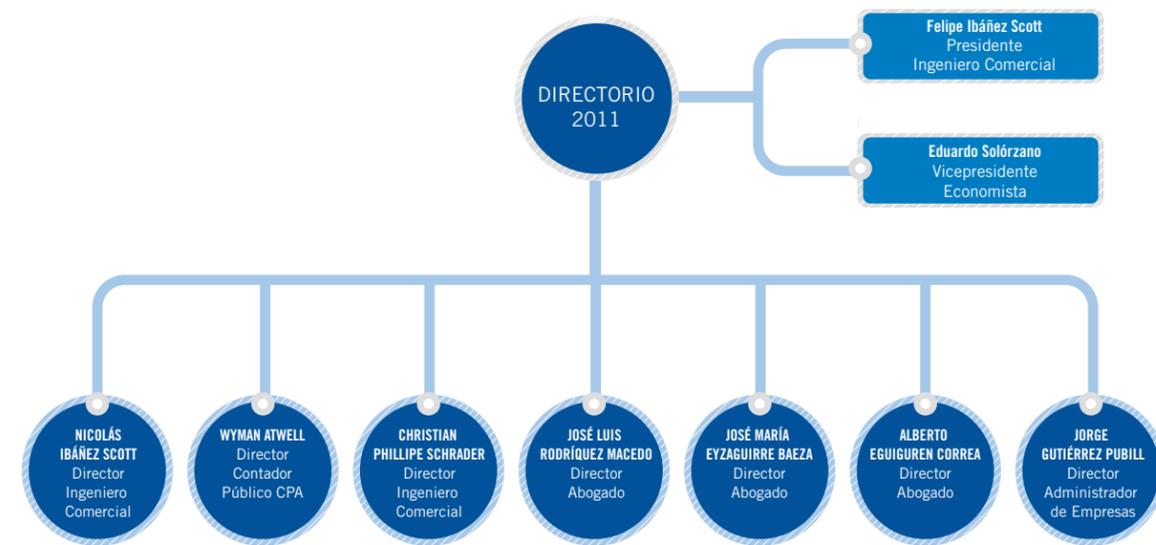
(4.12, 4.13)

Gobierno Corporativo

(4.1, 4.3, 4.5, 4.6)

El Directorio de la Compañía es un órgano de administración societaria compuesto por nueve miembros titulares sin suplentes. Sin perjuicio de sus deberes y atribuciones legales, la misión del Directorio es asegurar la existencia de un proceso de planificación estratégica, de forma tal que la Empresa sea administrada en su mejor interés,

cautelando los derechos de sus accionistas e inversionistas. Para esto tiene la responsabilidad adicional de designar al equipo ejecutivo y velar por la implementación de mecanismos adecuados de información, control y auditoría, así como por el establecimiento de estándares de conducta acordes con los principios de la Compañía.



MEMBRESÍAS WALMART CHILE

ORGANIZACIÓN	ORGANIZACIÓN
ASACH, Asociación Gremial de Supermercados de Chile	SOFOFA, Sociedad de Fomento Fabril
AMCHAM, Cámara Chileno Norteamericana de Comercio A.G.	Cámara de Comercio de Santiago
Acción RSE	ANDA, Asociación Nacional de Avisadores



75%

Participación de hombres



25%

Participación de mujeres





Nuestra Misión



“Ahorrarle dinero a nuestros clientes, para que puedan **vivir mejor**”

(4.8)

Nuestro objetivo es agregar valor a nuestros clientes. Es por esto que trabajamos para mejorar día a día su experiencia de compra y ofrecer precios bajos, todos los días, mediante la implementación de una estrategia orientada a lograr altos estándares de eficiencia operacional.

Para potenciar nuestra oferta de valor contamos con un portafolio diversificado de formatos de negocio, que nos da la flexibilidad para aprovechar y adaptarnos mejor a las oportunidades de crecimiento disponibles en el mercado, al mismo tiempo que optimizamos el capital invertido y los retornos.

Todo esto lo logramos gracias al aporte de equipos multidisciplinarios orientados a la mejora continua de los procesos, focalizados en el desarrollo del personal, manejo de mercadería en tienda y desarrollo de proveedores; así como a una amplia oferta de marcas propias con productos de calidad.

Nuestra Misión no sólo nos compromete con la búsqueda de precios bajos, también nos orienta a ofrecer productos y servicios que permitan a nuestros clientes **vivir mejor**. En esta segunda parte de nuestra Misión nos comprometemos con el Desarrollo Sustentable.

Este compromiso se traduce en el mejoramiento continuo del desempeño ambiental en nuestras operaciones y en nuestra contribución permanente y decidida al desarrollo de productos cada vez más sustentables, saludables y accesibles para ofrecer a nuestros clientes.

NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIO SE REFLEJA EN LO QUE LLAMAMOS “PRODUCTIVITY LOOP”.



Nuestros Valores



“La integridad moral y personal es una de nuestras bases fundamentales, y tiene que empezar en cada uno de nosotros”. **Sam Walton, fundador Walmart Stores Inc.**

(HR1)

Sam Walton nos enseñó que la integridad se inserta en la cultura institucional, y nos sirve de guía para comportarnos y relacionarnos de manera correcta con todos nuestros públicos de interés. Los tres principios básicos en que nos basamos son:

- Respeto por las personas.
- Servicio a nuestros clientes.
- Búsqueda de la excelencia.

Hacer lo correcto es mandatorio en todos los niveles de la organización, y se garantiza a través de nuestro Código de Conducta, que nos provee un marco consistente y una dirección clara para la toma de decisiones a diario. A su vez, nuestra Política de Cumplimiento define las reglas de

cumplimiento con las leyes y regulaciones, así como con las políticas y directivas de la Compañía. (S02, S03, S04)

Además, contamos con estándares éticos, cuyo cumplimiento exigimos a nuestros proveedores de Marcas Propias, con el fin de asegurar el cumplimiento de normativas y estándares laborales y ambientales.

En Walmart Chile nos preocupamos de que nuestros colaboradores y proveedores cumplan con las Políticas de Obsequios, Propinas y Conflictos de Interés, para asegurar que la actividad comercial se realice de manera ética y coherente con los principios contables aceptados en Chile y los estándares de la Compañía.

Nuestra Gestión Ética

(HR4, HR11)

El **Código de Ética de Walmart Chile** prohíbe pagar, prometer, ofrecer o autorizar el pago de dinero o cualquier objeto de valor a un funcionario público, ya sea de manera directa, indirecta o de un tercero, con el propósito de influenciar un acto o decisión oficial, para obtener, mantener negocios o asegurar una ventaja indebida.

Durante 2011, en Walmart Chile se realizaron dos reportes de discriminación por sexo y por religión. A la fecha de edición de este Reporte de Sustentabilidad, ambos casos estaban en proceso de investigación y sus resultados serán reportados en el siguiente reporte.

CAPACITACIÓN DE PERSONAL DE SEGURIDAD EN TEMÁTICAS REFERENTES A DERECHOS HUMANOS 2011

FORMATO

Número total de personal de seguridad de planta 2011	9.096	14,3% del Personal de Seguridad participó en la capacitación del Código de Ética, que incluye aspectos relativos a derechos laborales y a evitar la discriminación de toda índole.
--	-------	--



Nuestro Negocio: El Desafío de los Precios Bajos

(EC6)

Ofrecer a nuestros clientes precios bajos siempre para que puedan vivir mejor, significa un desafío constante. Por un lado, debemos aumentar permanentemente la eficiencia de operación y mejorar continuamente la calidad de los productos y servicios ofrecidos, manteniendo siempre el respeto por los derechos de nuestros proveedores; y por otro, asegurar que los productos que ofrecemos cumplen la legislación ambiental, laboral y de salubridad de los países donde se producen.

Entendemos la relación con nuestros proveedores como una de mutua colaboración y crecimiento, por lo que desarrollarla es uno de los focos de nuestra gestión comercial. Para ello, contamos con diversos instrumentos:

JOINT BUSINESS PLAN (JBP):

Este programa está orientado a proveedores estratégicos y tiene como objetivo desarrollar planes conjuntos de negocio para alcanzar metas con beneficios compartidos. En promedio, 50 empresas proveedoras trabajan anualmente en JBP con Walmart Chile.

DESARROLLO DE PROVEEDORES LOCALES:

Mediante este programa buscamos el abastecimiento de frutas y verduras directamente desde el proveedor, generando con cada uno una relación permanente que nos permite incorporar altos estándares de calidad y prácticas más sustentables en el proceso productivo. De esta forma, accedemos a mejores productos a mejores precios, a la vez que ellos reciben un precio mejor del que recibían desde intermediarios. Este sistema nos permite lle-

gar con mejores precios a nuestros clientes, a la vez que reducir la huella de carbono de los productos, derivada del transporte de largas distancias.

PLAZOS DE PAGO ESPECIALES PARA PROVEEDORES DE MENOR TAMAÑO:

Hemos implementado un sistema de pago en plazos que varían entre los 30 y 45 días para los proveedores cuyas ventas a la Compañía sean iguales o inferiores a 60.000 UF (excluido el importe al IVA). Mediante este instrumento también beneficiamos a los nuevos proveedores, hasta el mes siguiente de la primera compra, siempre que facturen en ese mes una suma superior a 5.000 UF.

PLAZOS DE PAGO ESPECIALES PARA PROVEEDORES DE FRUTAS Y VERDURAS:

Si bien la norma general de la Compañía es que el plazo de pago es siempre mayor a los días de inventario, hacemos una excepción con los proveedores de frutas y verduras, quienes además cuentan con políticas especiales que buscan su desarrollo. Los plazos de pago de este tipo de proveedores bordea los 7 días.

ABASTECIMIENTO ÉTICO:

Mediante auditorías de estándares éticos a proveedores de importaciones directas y productos de Marcas Propias nos aseguramos de que nuestro abastecimiento provenga de fuentes responsables que cumplen con la legislación del país de origen

y con los estándares de Walmart Chile en asuntos laborales de derechos humanos y ambientales. Estas auditorías se realizan en todas las operaciones de Walmart Stores Inc. a nivel mundial, y en Chile sólo se aplican a las importaciones directas y productos de Marcas Propias. Por ahora, se excluye de estas auditorías a los proveedores chilenos para el mercado nacional, debido a restricciones derivadas de los acuerdos denominados Términos y Condiciones Generales de Aprovisionamiento de Mercaderías (TCGA) que rigen las relaciones entre Walmart Chile y sus proveedores y que cautela la Fiscalía Nacional Económica.

ENCUESTAS A PROVEEDORES:

Con el fin de mejorar continuamente la relación con nuestros proveedores, desde 2010 Walmart Chile participa en el programa ADVANTAGE MIRROR, herramienta que provee información comparativa de la Compañía desde el punto de vista de sus proveedores. En 2011 participaron 57 empresas abastecedoras de Walmart Chile, las que compararon a siete empresas del retail. Para ello, los encuestados (incluyendo directores comerciales, directores de ventas y key account managers) completaron cuestionarios y participaron en entrevistas donde evaluaron a Walmart Chile y a otros retailers. Algunos de los tópicos tratados fueron la calidad de las relaciones de negocio, calidad de los canales de comunicación, desarrollo de negocios, personal y procesos en la cadena de suministros, desempeño en tiendas, relaciones laborales e identificación de oportunidades de mejora.

DEFENSORÍA DEL PROVEEDOR:

Esta entidad, dependiente de la Gerencia Corporativa de Asuntos Legales, permite prevenir, acoger y resolver las dificultades o controversias que puedan surgir con nuestros proveedores. Los procesos se basan en la interpretación del cumplimiento de los Términos y Condiciones Generales de Aprovisionamiento de Mercaderías (TCGA) y los Acuerdos Particulares Complementarios (APC). Este proceso es gratuito y tiene una duración no mayor a 20 días laborales. Para optar a la Defensoría se debe escribir al mail defensordelproveedor@walmartchile.cl

Todos nuestro accionar se desarrolla dentro del marco que nos da nuestro Código de Ética, el cual ha permitido formalizar el trato con los proveedores profesionalizando las relaciones.

En 2011, Walmart Chile se posicionó por segundo año consecutivo como el retailer número uno de Chile respecto a su nivel de servicio frente a los principales proveedores de la industria del consumo masivo.

FUENTE: the advantage report 2010 – 2011 the advantage group international, inc. advantage Latin America. www.advantagegroup.com

Nuestro Compromiso con el Desarrollo Sustentable

La segunda parte de nuestra Misión: **vivir mejor**, nos compromete con el Desarrollo Sustentable. Es por ello que trabajamos por satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer las suyas. Este compromiso se traduce en nuestra Política de Sustentabilidad, la que se basa en cuatro pilares:



Energías renovables



Cero residuos



Productos más sustentables, saludables y accesibles



Trabajamos con y para las personas

ENERGÍAS RENOVABLES:

Trabajamos para optimizar nuestro consumo energético y lograr abastecer todas nuestras operaciones con energías renovables.

CERO RESIDUOS:

Trabajamos para disminuir la generación de residuos y para que aquellos que no logremos evitar, tengan una alternativa de reutilización o reciclaje, de manera de impedir que vayan a disposición final.

PRODUCTOS MÁS SUSTENTABLES, SALUDABLES Y ACCESIBLES:

Queremos que nuestros clientes puedan acceder a productos que pueden pagar y que, a su vez, sean buenos para su familia y el planeta. Buscamos permanentemente, tanto en nuestras Marcas Propias como con nuestros proveedores, la forma de

desarrollar productos cada vez más sustentables, saludables y accesibles para nuestros clientes.

TRABAJAMOS CON Y PARA LAS PERSONAS:

Estamos conscientes que nuestros objetivos se harán realidad si los desarrollamos con y para las personas. Es por ello que mantenemos permanente diálogo con todas nuestras partes interesadas y reportamos públicamente nuestro cumplimiento, desempeño y progreso en sustentabilidad. Asimismo, involucramos a nuestros proveedores y capacitamos a nuestros colaboradores fomentando su compromiso con el desarrollo sustentable del negocio.

Nuestra Política de Sustentabilidad es viable gracias al compromiso de toda la Compañía, desde la más alta gerencia, lo que nos permite proponernos objetivos desafiantes que involucren a todos los colaboradores y que nos lleven a liderar importantes cambios en nuestra sociedad.

Capítulo 02

GESTIÓN ECONÓMICA





Valor Económico Creado y Distribuido

(EC1, EC4)

	2010	2011
	MM\$	MM\$
VALOR ECONÓMICO DIRECTO CREADO		
Ingresos	2.276.702	2.604.483
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO		
Costos operativos	-1.912.538	-2.129.409
Salarios y beneficios sociales para los empleados	-223.674	-253.074
Pagos a proveedores de capital	-27.378	-34.285
Pagos a gobierno (tasas e impuestos)	-4.853	-22.559
Otros ingresos y egresos fuera del giro	1.312	35.978
Diferencia de cambio	-9.834	-22.507
Reservas, amortizaciones, depreciaciones, etc.	-57.969	-64.722
GANANCIAS	41.768	113.905

Cifras expresadas en millones de pesos. Los montos no son comparables a los presentados en los anteriores reportes de sustentabilidad, ya que se realizaron bajo una normativa contable distinta. Desde 2009 se utiliza la Norma Internacional de Información Financiera (IFRS por su sigla en inglés) en vez de ChileGAP.

DETALLE DE DONACIONES

DONACIONES 2010	TOTAL DONACION	CREDITO POR DONACION	GASTO POR DONACION
	MM\$	MM\$	MM\$
TOTAL	1.132,4	496,6	635,7
DONACIONES 2011			
TOTAL	911,5	335,8	575,7

Cifras expresadas en millones de pesos. Total donación = Crédito por donación + Gasto por donación.

COMPOSICIÓN DE INGRESOS DICIEMBRE 2011



Aseguramiento de Calidad para Nuestros Clientes

Un aspecto fundamental de nuestro negocio es entregar productos de calidad, que puedan ser consumidos por nuestros clientes con completa confianza.

Para ello, contamos con un Área de Gestión de Calidad, que trabaja para asegurar elevados estándares de inocuidad y calidad en productos y procesos de toda la cadena de suministro, implementando Manuales de Buenas Prácticas de Manufactura y Procedimientos Operacionales Estandarizados de Sanitización.

Permanentemente realizamos tres tipos de auditorías: Auditoría de Seguridad Alimentaria, Auditorías Buenas Prácticas de Manufactura de Procedimientos Operacionales Estandarizados (POE) y de Procedimientos Operacionales Estandarizados Sanitización (POES). Para lograr cumplir con los estándares, efectuamos permanentemente capacitaciones y fiscalizamos su control operacional.

AUDITORÍA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA (PRI)

La Auditoría de Seguridad Alimentaria de Walmart Chile (Auditoría Food Safety) es realizada por un tercero independiente que la aplica todos los meses en todos los formatos de la empresa. Ésta se basa en manuales de buenas prácticas (Global Food Safety Initiative), lo que nos ha permitido implementar estándares internacionales en los procesos de seguridad alimentaria durante los últimos dos años. En 2011, las tiendas sobre el 95% de cumplimiento crecieron en un 758,3%, representando el 20,6% del total. Nuestra meta para 2012 es que sobre el 80% de las tiendas cumpla el 95% de los requerimientos de la auditoría.

AUDITORÍAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA DE PROCEDIMIENTOS OPERACIONALES ESTANDARIZADOS (POE) Y PROCEDIMIENTOS OPERACIONALES ESTANDARIZADOS DE SANITIZACIÓN (POES)

Desde abril de 2008, en Chile se exige el cumplimiento del estándar internacional Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP por su sigla en inglés). Los establecimientos nuevos

deben iniciar sus operaciones cumpliéndolo, mientras que los existentes tienen plazos variables para lograrlo.

A partir de 2009, contamos con mediciones o resultados de la implementación de sistemas de Buenas Prácticas de Manufactura y Procedimientos Operacionales Estandarizados de Sanitización en nuestras tiendas. Nuestro objetivo es contar con el estándar HACCP implementado en las áreas de Perecederos: Carnicería, Panadería, Pastelería, Vegetales, Fiambrería, Deli y Pescadería de todas las tiendas. Estos procedimientos establecen normas que deben cumplir todos los establecimientos que elaboren alimentos, con el fin de prevenir la contaminación directa o la adulteración de los alimentos que allí se producen, elaboran, fraccionan y/o comercializan.

Nuestro objetivo es superar el 90% de cumplimiento de las Auditorías Buenas Prácticas de Manufactura y Procedimientos Operacionales Estandarizados de Sanitización durante 2012.

Las BPM, los POES y POE son indispensables para la aplicación del Sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), de un programa de Gestión de Calidad Total o de un Sistema de Calidad como ISO 9.000.



Nuestro objetivo es superar el 90% de cumplimiento de las Auditorías Buenas Prácticas de Manufactura y Procedimientos Operacionales Estandarizados de Sanitización durante 2012.



AUDITORÍAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA DE PROCEDIMIENTOS OPERACIONALES ESTANDARIZADOS (POE) Y PROCEDIMIENTOS OPERACIONALES ESTANDARIZADOS DE SANITIZACIÓN (POES) WALMART CHILE (2010 - 2011). CUMPLIMIENTO MÍNIMO ESPERADO: 85%

FORMATO	PROCEDIMIENTO OPERACIONAL ESTANDARIZADO DE SANITIZACIÓN (POES)		PROCEDIMIENTO OPERACIONAL ESTANDARIZADO DE ELABORACIÓN DE ALIMENTOS (POE)	
	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO 2010	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO 2011	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO 2010	PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO 2011
TOTAL GENERAL	87%	92%	90%	90%

* 2012 será el primer año en el que ekono reportará porcentaje de cumplimiento BPM POE.
FUENTE: Área Gestión de Calidad Walmart Chile.

RECALL Y RETIRADA DE MERCADO

Nuestro abastecimiento es un complejo sistema de flujos, en el que participan múltiples actores e involucra aspectos importantes de logística. Cuando se detecta que un producto no debe ser comercializado, se originan procesos inmediatos de retiro de los alimentos involucrados y se informa a los supermercados de los alcances del retiro. Esto puede ocurrir, por ejemplo, por la emisión de una orden de la autoridad sanitaria que considera que existe riesgo de que un producto pueda afectar la salud de los consumidores o no cumple con los requisitos de calidad para su venta, y es necesario retirarlo de la sala de ventas en el menor tiempo posible.

Durante 2011 se retiraron 101 productos, siendo el principal motivo la calidad deficiente de éstos según el estándar de proveedor y de Walmart (65 veces), razón que motivó la devolución de la mercadería al proveedor en 57 casos.

CASO MARGARINA ACUENTA

La confianza y transparencia son valores fundamentales en nuestro quehacer. Es por esto que en noviembre de 2011, cuando el Instituto de Salud Pública (ISP) detectó que dos margarinas nacionales y dos importadas superaban el margen permitido de

“grasas trans”, en Walmart Chile reaccionamos inmediatamente y retiramos las margarinas afectadas de todos los supermercados.

El recall se realizó en el plazo de 3 horas en todas las tiendas, excepto en Local SuperBodega aCuenta de Valdivia, donde el sistema de retiro no funcionó en el tiempo debido. Se revisaron los procedimientos y se tomaron todas las medidas internas para garantizar que el recall funcione en todo el país según los estándares de la Compañía.

Una de las margarinas cuestionadas era marca aCuenta (una de nuestras Marcas Propias). Revisamos los procedimientos internos que llevaron a que se produjera esta situación de incumplimiento de la normativa, gracias a lo cual se realizaron las correcciones necesarias para evitar que una situación de este tipo vuelva a suceder. Actualmente, la margarina aCuenta está fuera del mercado, y será relanzada en otro formato, cumpliendo con toda la normativa vigente.

CUMPLIMIENTO NORMATIVA LEGAL EN SEGURIDAD DE PRODUCTOS

El correcto funcionamiento de los supermercados incide directamente en la salud de la población. Por esta razón, la autoridad sanitaria está permanentemente controlando las condiciones hi-

RESUMEN MULTAS SANITARIAS RECEPCIONADAS 2010 - 2011

FORMATO	MULTAS RECEPCIONADAS AÑO 2010	MULTAS PAGADAS EN 2010 (\$)	MULTAS RECEPCIONADAS AÑO 2011	MULTAS PAGADAS EN 2011 (\$)
TOTAL GENERAL	97	42,4	70	37,7

*Corresponden a sentencias notificadas en los años 2010 y 2011. Estas multas corresponden a sumarios sanitarios de los años 2009, 2010 y 2011. Cifras expresadas en millones de pesos.

FUENTE: Área de Gestión de Calidad Walmart Chile

giénicas de las tiendas. Durante el año 2011 recibimos un total de 1.604 visitas de la autoridad sanitaria, de las cuales, 228 derivaron en sumario sanitario. Asimismo, durante 2011 se recepcionaron 70 multas y se sobreesayeron 61 casos, todos correspondientes a los años 2009, 2010 y 2011.

SEGURIDAD ALIMENTARIA EN MARCAS PROPIAS

Para Walmart Chile, la seguridad alimentaria es una obligación, no un valor añadido. Gran parte de nuestras Marcas Propias se fabrican en diferentes industrias nacionales, principalmente PyMEs. Por esto es nuestra responsabilidad definir estándares de calidad, que cumplan con altos parámetros en la gestión de seguridad alimentaria, inocuidad y sustentabilidad, así como con la normativa laboral vigente y la seguridad y salud ocupacional de los trabajadores.

Mantenemos relaciones comerciales sólo con proveedores que nos pueden asegurar que su sistema de seguridad alimentaria es consistente, seguro y que se va perfeccionando en el tiempo.

Debido a lo anterior, implementamos la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI por su sigla en inglés) que busca la mejora continua de los sistemas de gestión de seguridad alimentaria, con el objetivo de garantizar la confianza en el suministro de alimentos inocuos a los consumidores de todo el mundo. GFSI proporciona una plataforma para la colaboración entre algunos de los principales expertos en seguridad de alimentos del mun-

do, empresas de servicios minoristas, fabricantes, proveedores de servicios asociados a la cadena de suministro de alimentos, organizaciones internacionales, la academia y el gobierno.

La GFSI define requisitos de seguridad alimentaria a lo largo de la cadena de suministro de alimentos para cubrir ámbitos tales como aprovisionamiento, distribución y envasado, así como capacitación para las pequeñas empresas y/o menos desarrolladas y auditorías de seguridad alimentaria.

Para 2012, esperamos que nuestros fabricantes de Marcas Propias de mediano y mayor tamaño obtengan alguna de las siguientes certificaciones aprobadas por GFSI:

- * BRC Global Standard, Versión 5.
- * Dutch HACCP (Opción B).
- * FSSC 22000.
- * Global Aquaculture Alliance BAP, Issue 2.
- * Global Red Meat Standard, Versión 3.
- * International Food Standard, Versión 5.
- * SQF 2000 Nivel 2.
- * Synergy 22000

El siguiente cuadro muestra los requisitos de calidad para fabricantes de productos alimenticios en Marcas Propias y de seguridad alimentaria, y los plazos para los que desean y están interesados en suministrar alimentos a nuestra cadena de supermercados.

EMPRESAS GRANDES Y MEDIANAS



CUMPLIMIENTO DE NORMAS GFSI PARA FABRICANTES DE MM.PP.



FUENTE: Auditoría GFSI, gerencia Marcas Propias Walmart Chile

Las auditorías son realizadas por una empresa externa facultada para estos efectos según un plan anual. Los auditores son personas especializadas en las normas mencionadas anteriormente y capacitados en los estándares desarrollados por Marcas Propias - Walmart Chile. La certificación bajo lineamientos GFSI se puede lograr a través de cualquier organismo de certificación autorizado para ello.

Para el año 2012, el objetivo es que los fabricantes de Marcas Propias obtengan una certificación bajo las normas aprobadas por GFSI. Si un proveedor no cumple y la fábrica no presenta un riesgo de inocuidad en sus procesos, deberá realizar un plan de desarrollo orientado a lograr el cumplimiento. El desarrollo de nuestros proveedores de marcas propias nos ha permitido alcanzar un alto estándar de calidad en nuestros productos, elevando a la vez el estándar de las pequeñas y medianas empresas de nuestro país.

ETIQUETADO Y ROTULACIÓN DE ALIMENTOS (PR3)

Walmart Chile trabaja con aproximadamente 7.000 artículos que son pesables, correspondientes a los departamentos de Panadería, Carnicería, Vegetales, Deli, Pescadería y Fiambrería, los cuales son etiquetados en locales al momento de su venta. La información que rotula cada producto está definida de forma centralizada por el Área de Gestión de Calidad, de manera de que cada etiqueta cumpla cabalmente con el Reglamento Sanitario de los Alimentos Decreto N° 977/96, que indica todos los requerimientos referente a rotulación y publicidad de los alimentos.

El equipo de Gestión de Calidad de Walmart Chile, en conjunto con los locales, revisa periódicamente que las etiquetas de las balanzas cuenten con todos los datos reglamentarios vigentes, cerciorándose de la correcta rotulación e información de los alimentos. (PR4)



Satisfacción al Cliente

Queremos que nuestros clientes tengan la mejor experiencia de compra. Cuando esto no sucede, necesitamos saberlo, por lo que contamos con diversos canales mediante los cuales podemos conocer y solucionar la situación y que, a la vez, nos ayudan a perfeccionar nuestro servicio.

MODELO DE SERVICIO AL CLIENTE

Recepción de reclamos, consultas o solicitud de información de manera multicanal.



Locales con módulo Servicio al Cliente y sucursales o módulo Presto.



Administración del local para recepción de consultas



Sitios web de Walmart Chile



Call center 600 600 91 91 (Lider, Expressde Lider, aCuenta, Revive, otros)
600 600 19 90 (Ekono)
600 600 57 57 (Presto)
600 400 90 00 (Lider.com)



Contacto gerencias vía e-mail



Seguimiento en redes sociales



Sernac

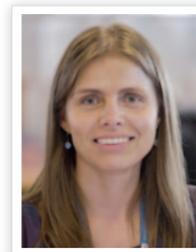


Otros medios



SEGURIDAD PARA NUESTROS CLIENTES

Un tema particularmente sensible para Walmart Chile es la protección de la información y el resguardo en la seguridad de los datos de clientes. Para controlar el correcto flujo de información contamos con un área de Seguridad Operacional que desarrolla diariamente distintos monitoreos, entre los que se encuentran la seguridad de redes y el control de fraude.



Pamela Tillemann,
Gerente Servicio al Cliente

“ Queremos entregar servicios que cumplan con los valores de Walmart de respeto a las personas, servicio al cliente y búsqueda de la excelencia, a través de la integridad y la transparencia en el día a día de nuestros colaboradores”.



Presto es la primera tarjeta de retail en Chile que cuenta con Certificación PCI (Payment Card Industry Data Security Standard) desde septiembre de 2010.

Esta certificación garantiza la protección de información de la tarjeta de crédito del cliente.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

En Walmart medimos la satisfacción del cliente mediante una muestra que se compone de 1.110 clientes mensuales, quienes efectivamente estuvieron en forma presencial en las sucursales Presto a nivel nacional (15 clientes por sucursal, al mes).

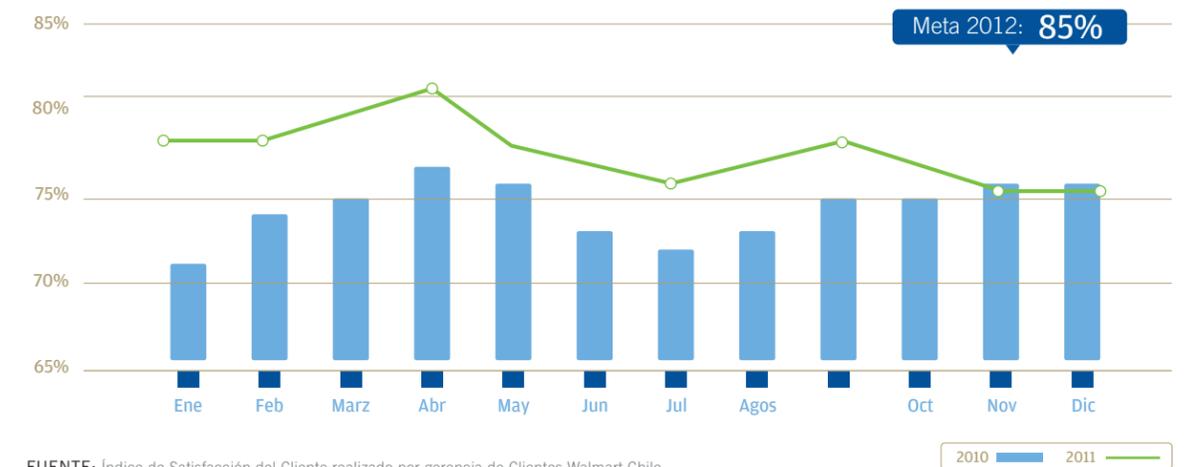
Nuestra meta para 2012 es contar con un 85% de satisfacción de nuestros clientes, considerando tanto la atención de los ejecutivos como las prestaciones de las sucursales.

El ISC tiene por objetivo medir las siguientes variables:

- * Tiempo de espera.
- * Agilidad y rapidez de la atención.
- * Asesoría brindada.
- * Cordialidad y buena disposición.
- * Número de ejecutivos atendiendo.

Además, mensualmente evaluamos el estándar operacional de los formatos Lider y Express de Lider mediante el llamado Cliente Incógnito, que consiste en que personal externo realiza un proceso de compra como si fuese un consumidor real y otorga un

ÍNDICE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE COMPARATIVO 2010 - 2011



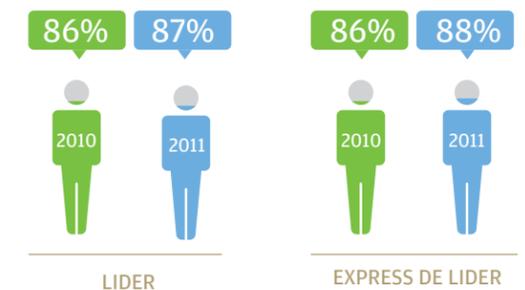
FUENTE: Índice de Satisfacción del Cliente realizado por gerencia de Clientes Walmart Chile.

porcentaje de evaluación de distintos atributos del proceso que ofrece cada local. Algunos de los tópicos medidos son la calidad de los baños, atención de Servicio al Cliente, trato en cajas, verificación de precios, experiencia de compra, entre otros.

Nuestro desafío en el mediano plazo es incorporar una evaluación estandarizada en todas las unidades de negocio, con el fin de entregar la mejor atención posible a nuestros clientes.

A pesar de nuestros esfuerzos, durante 2011 hubo condenas judiciales referidas a la Ley N° 19.496, por un importe de 153 millones de pesos.

PROMEDIO CLIENTE INCÓGNITO 2010-2011



FUENTE: Medición Cliente Incógnito, Gerencia Servicio al Cliente Walmart Chile.



MARKETING RESPONSABLE (PR6)

Walmart Chile adhiere al Código de Ética Publicitaria del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR) y a las Normas administrativas de la Superintendencia de Valores y Seguros de Chile (SVS) relacionadas con la comunicación y marketing.

ASEGURAMIENTO DE ABASTECIMIENTO RESPONSABLE: AUDITORÍA DE ESTÁNDARES ÉTICOS (HR2, HR5, HR6, HR7, RH10)

La periodicidad de la auditoría de estándares éticos queda determinada por el resultado que obtiene el proveedor.

Sin faltas	Se audita cada dos años.
Falta menor	Se audita anualmente.
Falta menos grave	Auditoría cada seis meses. Si se repite tres veces seguidas, la empresa deja de ser proveedor de Walmart Chile.
Falta grave	La empresa deja de ser proveedor de Walmart Chile.

En Chile, a diciembre de 2011, 98 fábricas habían sido auditadas, representando el 83,2% del total. De éstas, el 70,4% no tiene faltas o posee faltas menores.

A diciembre de 2013, esperamos tener el 100% de los proveedores internacionales y de Marcas Propias auditados.

FÁBRICAS DE PROVEEDORES ANALIZADAS POR WALMART CHILE

	SIN FALTAS	FALTA MENOR	FALTA MENOS GRAVE	TOTAL	PORCENTAJE SIN FALTAS + FALTA MENOR
Chile	5	64	29	98	70.4%

FUENTE: Resultados 2011 de Abastecimiento Ético Walmart Chile.

Las auditorías de Estándares Éticos incluyen los siguientes temas:

- * Cumplimiento de la totalidad de las leyes laborales locales.
- * Acreditación del carácter de voluntario del trabajo.
- * Prácticas de contratación y empleo éticas de acuerdo a estándares Walmart.
- * Remuneración que cumpla, como mínimo, con la normativa legal local.
- * Libertad sindical y de convenios colectivos de trabajo.
- * Seguridad e higiene laboral.
- * Cumplimiento de la normativa ambiental local.
- * No ofertar obsequios a trabajadores de Walmart.
- * No realizar operaciones en situaciones de conflictos de interés.
- * No permitir ni tolerar la corrupción.
- * Integridad financiera.

Nuestras Marcas Propias

La propuesta de valor de Marcas Propias es ofrecer los precios más bajos del mercado, asegurando estándares de calidad iguales o superiores a la marca líder del segmento.

Dependiendo de la categoría, los precios de las Marcas Propias son entre 15 a 25% más bajos que los precios del principal competidor, sin considerar períodos de ofertas especiales por parte de este último.

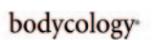
Para esto, desarrollamos relaciones de largo plazo con fabricantes medianos y pequeños a los cuales incentivamos para desarrollar tecnología y estándares productivos de nivel internacional, que nos permitan ofrecer productos de calidad a los precios más bajos.

Por otra parte, nos interesa que nuestros proveedores de Marcas Propias mantengan cierto grado de independencia, por lo que los apoyamos constantemente para favorecer su crecimiento y desarrollo.

TOTAL DE PRODUCTOS DE NUESTRAS MARCAS PROPIAS

1.893  1.981
Año 2010 Año 2011

MARCAS PROPIAS CONTROLADAS

 Productos: 1.214	 Productos: 320
 Productos: 68	 Productos: 43
 Productos: 153	 Productos: 133
 Productos: 27	 Productos: 23



Dependiendo de la categoría, los precios de las Marcas Propias son entre 15 a 25% más bajos que los precios del principal competidor, sin considerar períodos de ofertas especiales por parte de este último.

Capítulo 03

GESTIÓN SOCIAL



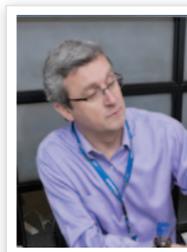
Álvaro Vargas y Adelaida Vargas,
Sociedad Servisur Ltda.,
Puerto Natales.



Manuel López,
Gerente Comercial Walmart Chile

“ Empezamos trabajando con Walmart Chile a partir de un Programa de Desarrollo de Proveedores Locales hace cuatro años atrás. Participamos más de 20 personas que abastecemos hortalizas, tomates, pepinos, zapallos italianos, rabanitos, cilantro y perejil. Desde entonces, hemos recibido capacitación en técnicas de producción y buenas prácticas; manejo de riego, de plagas, de productos fitosanitarios; almacenamiento; cadena de frío, entre otros temas. Desde diciembre de 2011, estamos recibiendo asesoría para aumentar la sustentabilidad en el ciclo de vida de nuestros productos, y esperamos mejorar año tras año”.

“ Entendemos que la rentabilidad, para proveedores y para Walmart Chile, debe darse en un contexto de mejora continua de procesos, de manera que podamos traspasar estos esfuerzos a precios más bajos”.



Jean Pierre Frigeni,
Gerente Marcas Propias Walmart Chile

“ Nuestro deber no sólo es ser responsables en la entrega final del producto a nuestros clientes; nuestra responsabilidad se extiende a toda la cadena de producción y abastecimiento. Es por esto que trabajamos con nuestros proveedores para que cumplan siempre la normativa laboral y ambiental, y para que sus procesos sean cada vez más sustentables”.





Durante el año 2010 se firmaron 105 contratos y convenios colectivos, con una vigencia promedio de dos años, que involucran directamente a 21.264 colaboradores.

Compromiso con los Colaboradores

La apertura de un supermercado Lider, Express de Lider, Ekono o SuperBodega aCuenta significa la creación de nuevos puestos de trabajo. Como una forma de aportar al desarrollo de las localidades donde nos emplazamos, en nuestras contrataciones del personal de contacto con los clientes privilegiamos a las personas que viven en la zona. Es así como alrededor del 80% de los colaboradores de los distintos formatos habitan en la misma comuna donde se emplaza el local en el que trabajan. (EC7)

Durante 2011, 40.218 colaboradores trabajaron en Walmart Chile. En comparación al año 2010, la relación de jornadas completas y planta total sufrió una variación del 3%. La mayor cantidad de nuestros colaboradores se concentra en el retail, la que a diciembre de 2011 sumó 37.680 trabajadores a lo largo de todo Chile. (LA1)

COLABORADORES DE WALMART CHILE POR TIPO DE CONTRATO

	2010	2011
Directivos	255	270
Mandos medios (soporte y operación)	2.736	2.934
Profesional	668	718
Administrativo	3.043	3.317
Operario	31.968	32.741
Técnicos	219	238
TOTAL	38.889	40.218

FUENTE: Gerencia de Compensaciones y Beneficios Walmart Chile.

COLABORADORES DE WALMART CHILE POR TIPO DE HORARIO

	2010	2011
Jornada completa	54%	57%
Jornada parcial	46%	43%

FUENTE: Gerencia de Compensaciones y Beneficios Walmart Chile.

Fomentamos la permanencia y desarrollo de nuestros colaboradores en la empresa mediante la realización de concursos internos, en los que se promueve el movimiento entre los diferentes formatos y la realización de carrera profesional. Para ello, contamos con un sistema de comunicación interna a través de intranet y de diarios murales, que permite a todos los colaboradores acceder a la información oportunamente para decidir su postulación a los llamados. En 2011, hubo 3.131 vacantes que fueron llenadas por colaboradores de Walmart Chile que se desempeñaban en otros cargos o áreas.

Movilidades internas por portal de desarrollo

2.903

Movilidades internas hunting (promoción de talentos)

228

Total de movilidades internas

3.131

FUENTE: Gerencia de Recursos Humanos Walmart Chile.

NUEVAS CONTRATACIONES Y ROTACIÓN MEDIA

La mayor rotación en la empresa corresponde a los menores de 30 años, que representan el 31,4% respecto del total de colaboradores. Esto quiere decir que uno de cada tres colaboradores jóvenes trabaja por un período menor al año en Walmart Chile, lo que se explica por las características del negocio del retail. Sin embargo, la proporción baja considerablemente a partir de los 30 años de edad, tanto para hombres como para mujeres

TASA MEDIA DE ANTIGÜEDAD 2011

RETAIL	SERVICIOS FINANCIEROS	INMOBILIARIA
2,38	4,03	4,21

FUENTE: Gerencia de Compensaciones y Beneficios Walmart Chile.

ROTACIÓN DE EMPLEADOS POR EDAD Y GÉNERO EN 2011

(LA2)

		2011		
		NÚMERO DE EMPLEADOS A DICIEMBRE 2011	NÚMERO DE EMPLEADOS QUE HAN DEJADO LA ORGANIZACIÓN	PORCENTAJE ROTACIÓN RESPECTO AL TOTAL DE EMPLEADOS DE LA EMPRESA
Género	Hombres	18.599	10.248	25,5%
	Mujeres	21.619	7.130	17,7%
Edad	Menos de 30	20.100	12.622	31,4%
	Entre 30 y 40	11.681	3.143	7,8%
	Entre 41 y 50	6.164	1.207	3,0%
	Entre 51 y 60	1.937	338	0,8%
	Sobre 60	336	68	0,2%

FUENTE: Gerencia de Compensaciones y Beneficios Walmart Chile.

RANGO ENTRE EL SALARIO INICIAL Y EL MÍNIMO LOCAL (EC5)

El 22% de los colaboradores con jornada completa recibe el sueldo mínimo, ya que éstos corresponden a contratos de plazo fijo. Esto representa un aumento de 6% respecto de 2010 con respecto al indicador (Colaboradores salario mínimo/ Colaboradores con jornada completa), lo que se explica por la mayor necesidad de trabajadores en los nuevos supermercados y centros comerciales. Una vez que el colaborador pasa a contrato indefinido, lo que ocurre no más allá de seis meses después de haber sido contratado, puede acceder a todos los beneficios de la Compañía,

lo que lo deja inmediatamente por sobre el sueldo mínimo. Las remuneraciones están acordes a los parámetros del mercado y a las responsabilidades asociadas. No hay colaboradores que ganen menos del sueldo mínimo.

BENEFICIOS QUE PERCIBEN LOS COLABORADORES

Los beneficios adicionales a la remuneración que perciben los colaboradores de Walmart Chile, tanto de jornada completa como parcial, son presentados y actualizados permanentemente a través de distintos medios de comunicación interna como intranet,



Nos ocupamos de cuidar la salud y seguridad de los colaboradores en todos los ámbitos de trabajo.

diario, TV, diarios murales o catálogos, y presentados de acuerdo a distintas categorías:

Beneficios y convenios orientados a la salud:

- * Seguro complementario de salud, dental, vida, oncológico y seguro especial para personal de seguridad.
- * Convenios con ópticas; centros dentales y farmacias a nivel nacional.

Beneficios y convenios orientados a calidad de vida familiar y personal:

- * Actividades deportivas y recreativas permanentes y convenio con gimnasios.
- * Iniciativas de exámenes preventivos y gimnasia de pausa.
- * Celebración y regalo de Navidad para hijos de colaboradores y campañas por temporadas de vacaciones.
- * Orientación y asesoría permanente con equipo de asistentes sociales.
- * Convenio con seguro automotriz y telefonía móvil.
- * Buses de acercamiento gratuitos; casino.
- * 5% de descuento por compras en supermercados Lider.
- * Aguinaldo de Fiestas Patrias y Navidad; bono por matrimonio y nacimiento.

Beneficios y convenios orientados a educación:

- * Estímulos por estudios para hijos de colaboradores y para colaboradores por concepto de excelencia académica.
- * Capacitación permanente.
- * Nivelación de estudios y convenios con descuentos en institutos y universidades.

COLABORADORES CUBIERTOS POR CONVENIO COLECTIVO (LA4)

Mediante las negociaciones colectivas, los colaboradores y la Compañía acordaron los derechos y obligaciones recíprocos, con el fin de generar mejores condiciones de trabajo.

Durante el año 2010, se firmaron 105 contratos y convenios colectivos, con una vigencia promedio de 30 meses, que involucraron directamente a 21.264 colaboradores. En 2011, se firmaron 65 contratos y convenios colectivos, con una vigencia promedio de 30 meses, que involucran directamente a 26.885 colaboradores.

COLABORADORES SINDICALIZADOS EN TRANSELEC 2010

Sindicatos	COLABORADORES SINDICALIZADOS EN TRANSELEC 2010		
	Nº REPRESENTANTES	Nº BENEFICIARIOS	% SINDICALIZACIÓN
67	284	21.264	54,68%

COLABORADORES SINDICALIZADOS EN TRANSELEC 2011

Sindicatos	COLABORADORES SINDICALIZADOS EN TRANSELEC 2011		
	Nº REPRESENTANTES	Nº BENEFICIARIOS	% SINDICALIZACIÓN
50	104	26.885	66,85%

FUENTE: Relaciones Laborales Gerencia Recursos Humanos Walmart Chile.

SALUD Y SEGURIDAD LABORAL (LA7)

Nos ocupamos de cuidar la salud y seguridad de los colaboradores en todos los ámbitos de trabajo. Para esto, trabajamos en desarrollar una cultura preventiva a todo nivel organizacional. Para 2012, esperamos reducir en un 7% los días perdidos en 2011 y alcanzar una tasa de siniestralidad de 64 puntos a nivel Compañía.

TASAS DE SALUD Y SEGURIDAD LABORAL POR UNIDAD DE NEGOCIO DE COLABORADORES DIRECTOS DE WALMART CHILE (2010 - 2011)

	ACCIDENTES CON TIEMPO PERDIDO ¹		DÍAS PERDIDOS ²		TASA ACCIDENTES ³		TASA SINIESTRALIDAD ⁴	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Lider	2.310	3.018	21.561	17.680	7,96	10,20	74,33	59,75
aCuenta	138	336	1.260	1.808	6,08	8,89	55,51	47,83
Ekono	188	228	3.429	5.591	13,93	13,29	254,00	326,01
Servicios Financieros	22	121	346	652	9,24	6,18	145,38	33,28
Inmobiliaria	46	51	613	492	8,47	9,39	112,89	90,61

1: Accidentes de trabajo que impliquen días de licencia. / 2: Días de licencia que tiene un trabajador por un accidente laboral. / 3: Corresponde a la cantidad de accidentes por cada 100 trabajadores / 4: Corresponde a la cantidad de días perdidos por cada 100 trabajadores.

FUENTE: Protección de Activos, sección Prevención de Riesgos, Incendio y Medioambiente Walmart Chile.

CAPACITACIÓN DE COLABORADORES (LA10)

Como una forma de aumentar el compromiso y prestar un servicio de excelencia, ofrecemos diversas alternativas de perfeccionamiento a nuestros colaboradores orientada a apoyar su desarrollo profesional.

HORAS HOMBRE DE CAPACITACIÓN (2010-2011)

CARGO	2010	2011
Mujeres		
Gerentes y ejecutivos	8.429	2.527
Técnicos o administrativos	36.860	147.709
Personal no calificado	117.866	44.013
Hombres		
Gerentes y ejecutivos	26.115	7.117
Técnicos o administrativos	46.894	186.281
Personal no calificado	168.813	58.623
Total general	404.977	446.269

Información no disponible producto de la reestructuración del área.
FUENTE: Capacitaciones Walmart Chile.

TOTAL COLABORADORES CAPACITADOS (2010-2011)

CARGO	2010	2011
Mujeres		
Gerentes y ejecutivos	122	119
Técnicos o administrativos	2.043	10.415
Personal no calificado	11.195	4.450
Hombres		
Gerentes y ejecutivos	528	380
Técnicos o administrativos	2.339	9.875
Personal no calificado	15.285	5.614
Total general	31.512	30.853

Información no disponible producto de la reestructuración del área.
FUENTE: Capacitaciones Walmart Chile.



Para Walmart Chile es importante apoyar la diversidad y contar con una amplia gama de colaboradores que aporten una mirada integral al negocio.

PROGRAMAS DE DESARROLLO DE HABILIDADES PROFESIONALES

Mediante estos programas corporativos, se ofrece a los colaboradores la posibilidad de finalizar o perfeccionar sus estudios, mediante un sistema de financiamiento compartido en el que Walmart Chile aporta entre el 30 y el 50% del arancel, y el estudiante la diferencia.

Universidad Lider

Permite a los colaboradores de Walmart Chile acceder a diplomados y especializaciones en Gestión de Retail, Innovación de Negocios, Dirección de Servicios y Supervisión Estratégica, dictados por E-class y la Universidad Adolfo Ibáñez.

Instituto Lider

Se realiza en conjunto con el Instituto Profesional DuocUC y tiene por objetivo potenciar el desarrollo de carreras técnicas. Por medio de este programa se puede acceder al Diplomado en Gestión de Ventas en la operación.

Nivelación de estudios

Programa que permite nivelación de estudios primarios y secundarios de los colaboradores que no han finalizado sus estudios formales, compatibilizando jornadas de trabajo y tiempos de estudio.

Estudios superiores

Apoyo a los colaboradores mediante la entrega de becas para optar a un título técnico o universitario en cualquiera de las instituciones educativas del país.

MEDICIÓN Y GESTIÓN DEL COMPROMISO

El compromiso es una variable estratégica que está directamente relacionada con la satisfacción de los colaboradores y que, finalmente, se refleja en una mejor rentabilidad del negocio. Se observa compromiso cuando los colaboradores hablan bien de la Compañía, quieren permanecer en ella y se esfuerzan por dar más de lo que está establecido en su rol.

Existe directa relación entre el grado de compromiso y la productividad, la retención, el ausentismo, la satisfacción del cliente y la calidad del trabajo desarrollado. Los colaboradores comprometidos que comprenden su rol y su importancia en la organización impactan positivamente en el logro de las metas de nuestra Empresa.

Walmart Stores Inc. mide el compromiso de los colaboradores en todos los países donde opera, mediante la metodología desarrollada por Hewitt, que compara los resultados de la medición con las empresas que miden esta variable a nivel local.

MEDICIÓN DEL COMPROMISO SEGÚN NORMA AON HEWITT EN WALMART CHILE (2010 - 2011)

UNIDAD DE NEGOCIO	2010	2011
Tasa de respuesta	97%	95%
Resultado de compromiso a nivel Compañía	68%	60%
Norma Aon Hewitt	69%	70%
Diferencia norma Hewitt versus resultado Walmart Chile	1%	10%

FUENTE: Encuesta de Opinión de Colaboradores con Norma Hewitt en Walmart Chile.

Nuestro desafío es seguir trabajando para aumentar el nivel de compromiso de nuestros colaboradores.

COMPOSICIÓN DE COLABORADORES POR FACTORES DE DIVERSIDAD (LA13)

Para nosotros es importante contar con una amplia gama de colaboradores que aporten una mirada integral al negocio. Walmart Chile ha potenciado el apoyo a la diversidad, y en esa línea creamos el Consejo de Liderazgo Femenino, que tiene como objetivo asesorar al gerente general en iniciativas que puedan promover y potenciar el desarrollo de liderazgo de las mujeres en posiciones de toma de decisiones.

En la Compañía trabajan más mujeres que hombres, representando el 54% del total. Sin embargo, el porcentaje disminuye en cargos que requieren de mayor impacto en la toma de decisiones. Nuestro desafío es aumentar el porcentaje de mujeres en estos últimos.

La mayor cantidad de colaboradores tiene menos de 30 años, los que trabajan principalmente en los locales como personal en contacto con los clientes. Sin embargo, entre los 30 y 45 años se concentra el mayor número de cargos ejecutivos, mandos medios, profesionales, técnicos y administrativos.



Karina Awad,
Gerente Recursos Humanos

“ Hoy en día ya somos tres mujeres las que reportamos directamente al gerente general, lo que es una evidencia clara de la importancia del proceso de integración de la mujer en la toma de decisiones. Es un cambio en la forma de pensar”.

CANTIDAD DE COLABORADORES PARTICIPANTES POR PROGRAMA (2010-2011)

	INMOBILIARIA		LTS		SOPORTE		SERVICIOS FINANCIEROS		RETAIL		TOTAL GENERAL	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Universidad Lider	1	9	2	4	7	17	12	4	37	44	59	78
Instituto Lider	0	0	1	0	1	0	0	0	47	17	49	17
Nivelación de estudios	6	4	16	19	4	2	0	0	80	64	106	89
Estudios superiores	12	15	13	26	20	74	1	29	174	208	220	352

FUENTE: Capacitaciones Walmart Chile.



COMPARACIÓN DE LA COMPOSICIÓN DE PUESTOS GERENCIALES POR SEXO Y EDAD

		2010		2011	
		N°	%	N°	%
Género	Hombres	220	86%	222	82%
	Mujeres	35	14%	48	18%
Edad	Menos de 30	5	2%	3	1%
	Entre 30 y 50	203	80%	222	82%
	Sobre 50	47	18%	45	17%

FUENTE: Gerencia de Compensaciones y Beneficios Walmart Chile.

DESGLOSE POR SEXO SOBRE EL TOTAL DE TRABAJADORES (2010-2011)

	HOMBRES		MUJERES	
	N°	%	N°	%
Año 2010	18.362	47%	20.527	53%
Año 2011	18.599	46%	21.619	54%

FUENTE: Gerencia de Compensaciones y Beneficios Walmart Chile.

DESGLOSE POR SEXO SEGÚN CARGO AÑO 2011

	HOMBRES		MUJERES	
	N°	%	N°	%
Ejecutivos	222	82%	48	18%
Mandos medios	1.687	57%	1.247	43%
Profesionales	383	53%	335	47%
Técnicos	140	59%	98	41%
Administrativos	1.728	52%	1.589	48%
Operarios	14.439	44%	18.302	56%
Total	18.599	46%	21.619	54%

FUENTE: Gerencia de Compensaciones y Beneficios Walmart Chile.

NÚMERO DE COLABORADORES POR CARGO Y EDAD

CARGO	AÑO	MENOS DE 30		ENTRE 30 Y 45		ENTRE 45 Y 60		SOBRE 60	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Ejecutivos	2010	5	2%	176	69%	71	28%	3	1%
	2011	3	1,1%	187	69,3%	77	28,5%	3	1,1%
Mandos medios	2010	621	23%	1.792	65%	315	12%	8	0%
	2011	638	21,7%	1.925	65,6%	363	12,4%	8	0,3%
Profesionales	2010	276	41%	358	54%	34	5%	0	0%
	2011	303	42,2%	378	52,6%	35	4,9%	2	0,3%
Técnicos	2010	85	39%	128	58%	6	3%	0	0%
	2011	81	34,0%	143	60,1%	14	5,9%	0	0%
Administrativos	2010	1.203	40%	1.547	51%	285	9%	8	0,1%
	2011	1.210	36,5%	1.748	52,7%	348	10,5%	11	0,3%
Operarios	2010	17.847	56%	10.549	33%	3.323	10%	249	1%
	2011	17.865	54,6%	10.793	33,0%	3.771	11,5%	312	1,0%

FUENTE: Gerencia de Compensaciones y Beneficios Walmart Chile.

CUMPLIMIENTO DE LEYES LABORALES (S08)

Durante 2011, la Gerencia de Asuntos Legales tuvo como principal preocupación realizar un seguimiento de las causas pendientes en patentes y permisos, además de realizar una revisión exhaustiva en temas de subcontratación y demandas asociadas. Para esto, cuenta con un sistema de automatización de procesos legales, el que permite reunir información de manera más eficiente sobre contratos y juicios, aumentando la eficiencia del área.

PAGO DE MULTAS CURSADAS POR LA DIRECCIÓN DEL TRABAJO* (2010 - 2011)

UNIDAD DE NEGOCIO	MULTAS 2010		MULTAS 2011	
	N° DE MULTAS	PAGO TOTAL (MM\$)	N° DE MULTAS	PAGO TOTAL (MM\$)
Retail	65	62,4	33	34,2
Presto	0	0	0	0
Inmobiliaria	0	0	0	0
TOTAL	65	62,4	33	34,2

* Corresponde al pago de multas reclamadas judicialmente, y no considera aquellas pagadas directamente por cada unidad de negocio. Cifras expresadas en millones de pesos.

FUENTE: Gerencia de Asuntos Legales Walmart Chile.

TOTAL DE CONDENAS JUDICIALES Y AVENIMIENTOS LABORALES PAGADOS (2010 - 2011)

UNIDAD DE NEGOCIO	SENTENCIAS LABORALES PAGADAS 2010 (MM\$)	SENTENCIAS LABORALES PAGADAS 2011 (MM\$)
Retail	582,1	792
Presto	53,1	46
Inmobiliaria	0,2	20
TOTAL	635,4	858

Cifras expresadas en millones de pesos

FUENTE: Gerencia de Asuntos Legales Walmart Chile.



Relaciones con la Comunidad

(S01, S09, S010, EC8, LA8)

Nos interesa aportar a la construcción de un Chile más justo y solidario, en el que cada uno de sus habitantes pueda gozar de una vida digna, en un entorno de paz y cuidado por los demás y el medioambiente.

En Walmart Chile desarrollamos programas que buscan mejorar la calidad de vida de los chilenos, en especial, la de las comunidades vecinas a nuestros supermercados y la de los grupos vulnerables de la sociedad. Asimismo, la Compañía apoya -con financiamiento y otros recursos- diversas iniciativas orientadas a potenciar el desarrollo económico de la mujer, la sustentabilidad y la erradicación del hambre y la desnutrición.

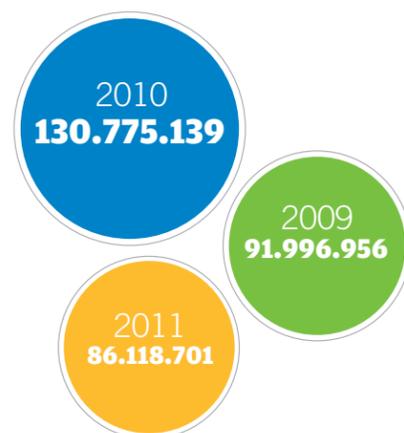
PROGRAMA CRECIENDO CONTIGO

A través del programa Creciendo Contigo (ex Codecos o Programas Sociales) la Compañía pone a disposición de los supermercados recursos para que estos identifiquen, seleccionen y apoyen proyectos desarrollados por la comunidad que los rodea (juntas de vecinos, centros de madres, clubes deportivos, etc.), obras del Hogar de Cristo y del Refugio de Cristo apadrinadas por los locales, u otras organizaciones sin fines de lucro.

Como empresa queremos que las comunidades a las que servimos no sólo se beneficien de nuestra propuesta de valor de precios bajos todos los días sino que además cuenten con nosotros como un vecino más al que le preocupa el desarrollo y bienestar de todos quienes la componen.

En 2011 la Compañía financió 177 iniciativas en el marco de este programa, con una inversión de \$86.118.701.

INVERSIÓN PROGRAMA CRECIENDO CONTIGO



En 2010 este programa experimentó un crecimiento del 42% en comparación con el año anterior, debido al aumento de iniciativas y proyectos de reconstrucción que los locales recibieron de parte de la comunidad y de entidades sin fines de lucro durante ese período, con ocasión del terremoto de febrero de ese año.

Durante 2011, el número de iniciativas apoyadas en este programa disminuyó levemente respecto del año 2009, debido a la necesidad de difundir y capacitar a los colaboradores de la Compañía en los requisitos y formalidades exigidos por el nuevo

MONTO Y NÚMERO DE PROYECTOS DEL PROGRAMA CRECIENDO CONTIGO

	MONTO TOTAL	PROYECTOS SOCIALES LÍDER	PROYECTOS SOCIALES EXPRESS DE LÍDER	TOTAL PROYECTOS SOCIALES
2009	91.996.956	185	27	212
2010	130.775.139	242	127	369
2011	86.118.701	125	52	177

FUENTE: Gerencia de Responsabilidad Social Walmart Chile.

procedimiento de donaciones vigente desde marzo de ese año, fecha en que comenzó a regir la Política de Anticorrupción de Walmart Chile.

HOGAR DE CRISTO Y REFUGIO DE CRISTO

En Walmart Chile queremos contribuir a la superación de la pobreza que aún existe en nuestro país, involucrándonos activamente desde hace más de 15 años con el trabajo que realizan dos importantes instituciones sin fines de lucro, Hogar de Cristo y Refugio de Cristo.

PROGRAMA DEJE SU VUELTO EN BUENAS MANOS

Desde 1996 la Compañía invita a sus clientes a realizar donaciones al Hogar de Cristo y al Refugio de Cristo, a través de las cajas de sus supermercados Líder y Express de Líder a lo largo de todo Chile.

Este programa constituye una importante fuente de financiamiento para ambas instituciones y aporta significativamente a la atención de sus más de 27.000 beneficiarios en todo Chile.

APORTES PROGRAMA DEJE SU VUELTO EN BUENAS MANOS

	2010	2011
Hogar de Cristo	1.161.672.664	838.741.022
Refugio de Cristo	80.495.119	73.893.633
TOTAL NACIONAL	\$1.242.167.783	\$912.634.655

FUENTE: Gerencia de Responsabilidad Social Walmart Chile.

La Compañía actúa sólo como intermediaria entre los donantes y ambas fundaciones, a las que mensualmente les entrega el 100% de lo recaudado. El procedimiento de recaudación cuenta con la aprobación del SII y la Compañía no recibe ningún beneficio tributario por los montos aportados por los clientes.

DONACIÓN INSTITUCIONAL AL HOGAR DE CRISTO



PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO

La Compañía incentiva y apoya a que sus colaboradores realicen Voluntariado Corporativo en obras del Hogar de Cristo y del Refugio de Cristo a lo largo de todo Chile.

Como fruto de esta iniciativa, 122 obras de ambas instituciones están apadrinadas por nuestros locales, y nuestros colaboradores realizan permanentes visitas a los adultos mayores, jóvenes y niños que viven en ellos, entregándoles su tiempo, preocupación y cariño.

APORTES A LA TELETÓN

En 2011 Walmart Chile no participó como auspiciador de la Teletón, pero realizó donaciones a través de la tradicional Campaña 1 + 1 en la que la empresa dobló la recaudación obtenida por los colaboradores a través de diversas iniciativas y actividades organizadas por ellos.

Asimismo, una vez más, la Compañía puso sus locales a disposición del Banco de Chile para la instalación de cajas auxiliares durante toda la jornada de la Teletón.



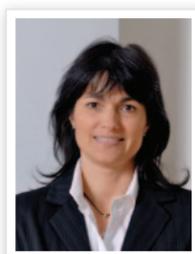
BANCO DE ALIMENTOS EC8

Walmart Chile es socio estratégico y fundador de la **Corporación Red de Alimentos** -primer banco de alimentos de Chile- que actúa de puente entre empresas que comercializan y distribuyen víveres a organizaciones sin fines de lucro que los necesitan para sus beneficiarios.

Desde 2010 la Compañía realiza una donación anual a la Corporación Red de Alimentos destinada a apoyar el establecimiento y posterior operación de su Centro de Distribución ubicado en San Bernardo, y a partir de octubre del 2011 comenzó a entregarle semanalmente alimentos perecibles y no perecibles.

Durante el 2011 las donaciones provinieron principalmente de nuestro centro de distribución de Quilicura y de las bodegas de Lider.cl, las que sumaron más de 18 toneladas de alimentos, avaluadas en casi \$25 millones.

Para 2012 esperamos extender esta iniciativa a otros centros de distribución de la Compañía, al Área de Marcas Propias y a otras áreas de la empresa.



Pierina Botic,
Directora de Asuntos Corporativos de
Corporación Red de Alimentos

“ Desde la fundación de Red de Alimentos en 2010, Walmart Chile ha sido un socio estratégico fundamental para la puesta en marcha de nuestra operación. Su compromiso no consiste sólo en entrega de alimentos y financiamiento, sino que también nos dan su respaldo y compromiso total a la hora de buscar nuevos socios”.

DETALLE DE DONACIONES DE PROGRAMA “POR UN CHILE LÍDER EDUCAMOS”



A través de este programa, la Compañía, junto a Fundación Vertical, Club Deportivo Santiago Oriente y Fundación Mar de Chile, promueve la alimentación saludable, la vida al aire libre y el deporte entre niños de colegios de sectores vulnerables vecinos a los supermercados Lider ubicados en todo Chile.

A esta iniciativa se han sumado colegios desde Arica a Punta Arenas, y se estima que desde sus inicios han participado más de 250.000 niños y sus padres.

DETALLE DE DONACIONES DE PROGRAMA “POR UN CHILE LÍDER EDUCAMOS”

	DONACIÓN 2010 (M\$)	DONACIÓN 2011 (M\$)
Club Deportivo Santiago Oriente	82.362.000	53.612.000
Fundación Mar de Chile	95.000.000	100.000.000
Fundación Vertical	80.000.000	40.000.000
TOTAL	257.362.000	193.612.000

FUENTE: Gerencia de Finanzas.

DESARROLLO DE NUEVAS PROVEEDORAS PARA LA COMPAÑÍA

En el esfuerzo por apoyar el desarrollo económico de la mujer, Walmart Chile en conjunto con Mujeres Empresarias, realizó una actividad destinada a incorporar nuevas proveedoras a la Compañía.

Esta consistió en invitar a más de 50 socias de Mujeres Empresarias a un encuentro con el área comercial, en donde se les explicó sobre los requisitos para ser proveedoras de la empresa y se las invitó a presentar sus productos y servicios a los compradores de Walmart Chile.



Jacqueline González P,
Dueña de Comercial Geraldine Ltda.,
del rubro textil y vestuario, proveedora
seleccionada en el Encuentro de
Mujeres Empresarias 2011

“ Walmart Chile, en su alianza con Mujeres Empresarias, brindó a nuestra empresa una gran oportunidad de integrarnos como proveedores de sus empresas, ofreciéndonos un trabajo estable con plazos de pago favorables en nuestra condición de PYME (30 días), lo que nos permite proyectar nuestro crecimiento y desarrollo en el mediano y largo plazo”.

Capítulo 04

GESTIÓN AMBIENTAL





Marina Hermosilla Diez,
Gerente de Sustentabilidad

“ Durante 2011 pusimos énfasis en el manejo eficiente de la energía y residuos - ,tanto sólidos como líquidos, - con el fin de lograr una operación sustentable. El beneficio es doble: nos permite disminuir costos y ofrecer mejores precios a nuestros clientes, además de mejorar nuestro desempeño ambiental”.

Nuestro gran desafío es que nuestros clientes no tengan que elegir entre un producto que pueden pagar y uno que es bueno para su familia y el planeta. Lograr esta meta nos inspira a buscar, junto con nuestros proveedores, alternativas eficientes para que los productos sean cada vez más sustentables y estén al alcance de todos.

Para conseguir este propósito incentivamos la instalación del Consorcio por la Sustentabilidad en Chile. Esta entidad, que existe desde 2009 en Estados Unidos, busca desarrollar metodologías de medición objetivas sobre la sustentabilidad de los productos que vendemos. De esta manera, las empresas productivas también se ven beneficiadas, ya que les permite tomar decisiones adecuadas para invertir en sustentabilidad, destinando recursos en aspectos que son realmente relevantes y evitando así pérdidas de tiempo y de dinero.

La preparación del Consorcio por la Sustentabilidad en Chile ocupó gran parte de nuestros esfuerzos en 2011, instalación que ocurrió en abril de 2012, lo que será informado en el siguiente Reporte de Sustentabilidad.

Para gestionar el uso de recursos y demostrar objetivamente el avance en las metas de sustentabilidad, necesitamos de sistemas de información que entreguen datos confiables, trazables y verificables. Es por esto que estamos desarrollando una plataforma computacional que nos permita contar con información

certera sobre el consumo de energía eléctrica, gas, agua, petróleo y refrigerantes, además de los residuos que generamos y que reciclamos mes a mes en cada una de nuestras operaciones. Esperamos contar con esta herramienta durante 2012.

Estamos capacitando a nuestros colaboradores, incentivándolos a participar activamente para conseguir el objetivo de ser una empresa sostenible. Destaca la capacitación en sustentabilidad al Área Comercial, instancia que está entregando las herramientas para que nuestros compradores entiendan cómo desafiar a nuestros proveedores para desarrollar productos más sustentables.

Las capacitaciones abarcan también a los nuevos subadministradores, quienes son los que a futuro estarán a cargo de las tiendas, y hemos iniciado planes piloto de capacitación a colaboradores de los supermercados para el manejo de residuos, incentivándolos a comprometerse con la sustentabilidad no sólo en su trabajo, sino también en su vida privada. **(EC2)**

En este capítulo describiremos las principales actividades relacionadas con el mejoramiento de los productos, el uso de la energía y la generación de residuos.

HACIA UN ÍNDICE DE SUSTENTABILIDAD

En 2009, Walmart Stores Inc. asumió el liderazgo en materia de sustentabilidad en el retail mediante la formación de The Sustainability Consortium. Esta entidad desarrolla formas de medición de atributos de sustentabilidad de productos, utilizando la metodología de análisis de ciclo de vida.

En 2011 Walmart Chile, en conjunto con Fundación Chile, trabajó para desarrollar Sistemas de Medición y Reporte de Sustentabilidad para ocho categorías: vinos, pasta, cerveza, leche, manzanas, arándanos, palta y uvas; todas relevantes para nuestro país.



Nuestro gran desafío es tener cada día más productos más sustentables en nuestras tiendas.

Huella de Carbono

(EN16, EN17, EN19, EN20)

El cálculo de la Huella de Carbono consiste en una medición de los procesos que generan emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en un producto o una organización. Involucra varias etapas de trabajo, entre ellas: definición de alcances y variables, inventario de las fuentes de emisión de GEI y finalmente en cálculo de la huella según la metodología elegida, ya que existen varios protocolos factibles de utilizar.

Desde 2005 estimamos las emisiones de GEI en Walmart Chile. En 2011 Deloitte auditó las emisiones de gases efecto invernadero

de Walmart Inc., entre las que se incluyó las de Walmart Chile, utilizando el inventario de GHG Protocol. Estas estimaciones consideran el alcance 1 y 2, es decir, nuestras emisiones directas y las producidas por el consumo de energía eléctrica.

Los datos con los que contamos no son lo suficientemente robustos para algunas variables, como por ejemplo, la cantidad de refrigerante. Esperamos que con la plataforma computacional que estamos desarrollando para el registro de la data de sustentabilidad de la compañía podamos disminuir considerablemente la necesidad de realizar estimaciones y contemos con mediciones.

EMISIONES DE GASES EFECTO INVERNADERO DE WALMART CHILE (2010 - 2011)

	TIPO DE EMISIÓN	TON CO ₂ eq	
		2010	2011
Alcance 1	Refrigerantes en camiones	130	130
	Combustible (gas natural y gas licuado)	14.863	16.998
	Refrigerantes (locales)	68.122	68.122
	Combustible para transporte (LTS)	39.815	46.123
Alcance 2	Energía eléctrica	158.371	161.186
Total		281.303	292.559

FUENTE: Reporte emisiones GEI Walmart Chile



Eficiencia Energética

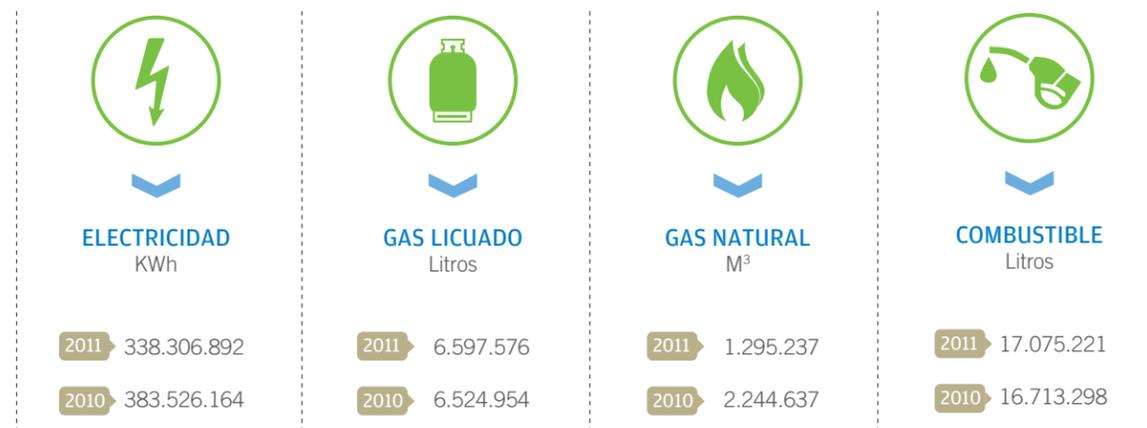
(EN18)

Nuestro principal objetivo es abastecer todas nuestras operaciones con energías renovables. Sin embargo, también queremos disminuir el consumo energético aumentando la eficiencia, factor clave dentro de nuestras operaciones. Esto responde a nuestra estrategia de negocio: operar por menos, de manera que podamos ahorrarle dinero a nuestros clientes, para que puedan vivir mejor.

Por esta razón contratamos los servicios de Fundación Chile para el levantamiento y análisis de información de eficiencia energética, que nos permitió conocer las ventajas y ahorros de las remodelaciones que hemos realizado en los supermercados Líder Alameda, Líder Macul y el efecto de inclusión en la construcción del Express de Líder La Plaza de tecnologías de eficiencia energética.

CONSUMO ENERGÉTICO (2010 - 2011)

(EN3, EN4)



* Estimación sobre la base de consumo promedio por kilómetros recorridos de proveedores de transporte del Centro de Distribución en Quilicura, asumiendo rendimiento de 2,5 km/lts. Esta cifra no incluye despacho a domicilio ni transporte de residuos.

** Refrigerantes estimados por Walmart Chile Inmobiliaria y Centro de Distribución en Quilicura en 2010, mediante recopilación de facturas por local. En 2011, se replicó la información.

FUENTES: Medición electricidad, gas natural y gas licuado en base a facturas en Gerencia de Servicios Generales.

EFFECTO DE LA INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA EN TRES TIENDAS WALMART CHILE

LOCAL	PROYECTO	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	ESTIMACIÓN DE AHORRO MWH/AÑO	PORCENTAJE DE AHORRO RESPECTO A CONSUMO DE ELECTRICIDAD TOTAL	PORCENTAJE DE AHORRO CON RESPECTO AL SISTEMA DE ILUMINACIÓN, REFRIGERACIÓN U OTRO, SEGÚN CORRESPONDA	ESTADO DEL PROYECTO
Lider Macul	Sistema de iluminación	Recambio de luminarias a tecnologías eficientes con nuevo layout	270	7%	21%	Finalizado (Dic 2011)
	Sistema de refrigeración	Renovación de vitrinas en sala de ventas.	75	1,8%	5%	
Lider Alameda	Sistema de iluminación	Recambio de luminarias a tecnologías eficientes con nuevo layout.	1.150	11%	40%	Finalizado (Dic 2011)
Lider Express La Plaza	Sistema de iluminación	Luminarias eficientes y sistema de control de iluminación.	208	11%	40%	Ejecutado durante la construcción
	Sistema solar agua caliente	Paneles solares térmicos para agua caliente.	14	1%	70%	
	Sistema de climatización	Equipos eficientes con sistema free-cooling.	35	2%	4%	

FUENTE: Programa piloto de Eficiencia Energética realizado por Fundación Chile, 2011.

PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

En la mayoría de los casos no se aprecia una reducción sustancial en el consumo eléctrico después de una remodelación en la que se ha incluido tecnología de eficiencia energética. Debido a la inexistencia de medidores independientes en los circuitos eléctricos de las tiendas, no fue posible tener una explicación tempranamente para esto. Luego del estudio realizado por Fundación Chile, hemos llegado a la conclusión de que lo anterior se debe a dos factores:

- * Aumento de la capacidad de frío: Considerando que ésta es responsable de alrededor del 75% del consumo eléctrico de las tiendas, el ahorro en el consumo del local producto de equipos más eficientes no se refleja en el consumo total del local.
- * Aumento en el Estándar de Iluminación: Este cambio implica que el uso de equipos más eficientes no redundan en un ahorro en el consumo de la energía eléctrica. Este estándar se ha redefinido con el fin de optimizar el recurso.

CONTROL CENTRALIZADO DE USO DE ENERGÍA

A diciembre de 2011, Walmart Chile implementó en 45 locales (40 Líder y 5 Express de Líder) el sistema Tracer-ES de Trane para eficiencia energética, que permite realizar mediciones en línea en cada circuito independiente dentro de la sala de venta, es decir: iluminación, equipos de clima, refrigeración, sistemas, panadería, entre otros, y así gestionar mejor el uso del recurso. Este sistema estará instalado en todas las tiendas de formato Líder a fines de 2012.

CASO EXPRESS DE LIDER LA PLAZA

Inaugurado en octubre de 2009, el local sustentable de Líder La Plaza se destacó en su momento por ser el primero de la compañía que utilizaba paneles solares, iluminación eficiente y mayor oferta de productos sustentables. Esto permitió sacar las siguientes conclusiones.

- * La calefacción de agua mediante paneles solares conectados significó un ahorro energético cercano al 70% respecto al sistema tradicional, lo que implica un retorno de la inversión inicial en un período menor a 5 años.



- * La iluminación eficiente permitió disminuir un 11% el consumo de electricidad total, por lo que se está replicando el modelo en todos los formatos

Los sistemas de refrigeración inteligente no funcionaron según lo proyectado. Los principales desafíos consisten en implementar mejores sistemas de monitoreo que permitan mejorar la gestión.

EFICIENCIA ENERGÉTICA EN NUEVAS TIENDAS Y REMODELACIONES

Las nuevas tiendas, y las 24 remodelaciones realizadas durante el período cubierto por la memoria, consideran equipamiento de uso eficiente de la energía.

- * Implementación de tubos fluorescentes T5 – 49W de alta eficiencia y dimeables.
- * Instalación de plataforma de control centralizado y control de refrigeración para Líder y Express de Líder.
- * Dispositivos de aire acondicionado eficiente con posibilidad de “Free Cooling” para los nuevos proyectos.
- * Instalación de LEDs en equipos de Congelados.
- * Sensores de movimiento para controlar el alumbrado en zonas de tránsito de personas o en espacios comunes.
- * Instalación de relojes horario en bodegas, sistemas de aire acondicionado, iluminación, escaleras mecánicas, etc., de tal forma que éstas sólo se enciendan cuando se usan.
- * Instalación de sensores volumétricos en cámaras de frío y salas de proceso.
- * En los proyectos nuevos, se utilizan: analizadores de red, luxómetros para determinar el nivel de iluminación en las distin-

tas zonas del supermercado; anemómetros, para determinar las velocidades adecuadas de las cortinas de aire en equipos de refrigeración; termómetros digitales láser de alta precisión, para determinar la temperatura de los productos en los muebles de refrigeración; Cámaras Termográficas, para determinar el correcto armado de muebles de frío y cámaras de refrigeración.

CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN LO AGUIRRE QUE LO HACEN MÁS SUSTENTABLE

En 2011 se inauguró el Centro de Distribución Lo Aguirre, con capacidad para 250.000 cajas diarias en 60.000 m², gracias a la automatización de sistemas, lo que se traduce en productividad y eficiencia logística.

Este Centro de Distribución se encuentra operando desde 2011 en la comuna de Pudahuel, en un terreno industrial colindante a la población del mismo nombre. Hubo especial cuidado en considerar las implicancias que podía tener su funcionamiento y construcción para la comunidad aledaña. Además, se llevan a cabo iniciativas orientadas a minimizar los impactos a los vecinos destacan:

Todo el material removido en la construcción se utilizó para crear una montaña cubierta de vegetación, la que además de servir de hermoso paisajístico impide el paso de ruidos molestos a vecinos.

Asociado a lo anterior, se disminuyó la frecuencia de camiones necesarios para mover material.

Se diseñó un sistema de comunicación con los transportistas a base de frecuencia AM, disminuyendo la contaminación acústica propia de la utilización de altoparlantes.

Adicionalmente se incorporaron las siguientes iniciativas orientadas a lograr un uso eficiente de recursos:

- * Utilización de energía solar térmica.
- * Puertas de despacho y recepción con aislamiento para mantener temperaturas óptimas tanto en invierno como en verano.
- * Lucarnas que permiten el ingreso de luz natural
- * Iluminación con tubos T5 – 49W.
- * Techos blancos que disminuyen el paso del calor.
- * Compactadoras de cartón y plásticos, que permiten reducir el transporte del reciclaje.
- * Sala de baterías eficiente. El almacenamiento vertical de baterías para uso en equipos del Centro de Distribución permitió maximizar el espacio y reducir la cantidad materiales de construcción.

La construcción del Centro de Distribución de Lo Aguirre se logró en un tiempo récord de 10 meses.



José Pablo Vilouta,
Gerente de Transporte Walmart Chile

(EN29)

“Asumimos nuestra responsabilidad de reducir los efectos que provoca el transporte, tanto en las ciudades como en el medioambiente, y por ello estamos permanentemente optimizándolo, por lo que hemos aumentado la capacidad de los trailers y buscamos dar mejor uso del espacio disponible en cada viaje. Por otro lado, hemos invitado a nuestros proveedores a trabajar en conjunto durante 2012, para buscar formas de aumentar la eficiencia de la operación y del mantenimiento de motores y equipos de frío. Además de reducir la contaminación producida por nuestra operación, estamos disminuyendo los costos, lo que nos permite ofrecer mejores precios a nuestros clientes”.

Nos preocupamos de que al llegar a un nuevo barrio seamos percibidos como un aporte, un buen vecino. Dentro de las posibilidades de inversión, todos nuestros proyectos tienen considerado desarrollo paisajístico, soluciones viales, de acera, arborización y otras, que generan nuevos espacios para las comunidades.

(EC8)



Sebastián Rozas,
Gerente de Walmart Chile Inmobiliaria

“La construcción y mantención de los supermercados y centros comerciales puede ser molesto para algunos vecinos, por la generación de ruido y tráfico, pero siempre nos esforzamos en implementar medidas que permitan minimizar esos impactos”.



Agua

El agua es un recurso cada día más escaso en nuestro planeta. Es por ello que en nuestras operaciones debemos usarla eficientemente y cuidando la calidad de las descargas al medio.

La totalidad de las operaciones de Walmart Chile cuenta con agua potable de red. Adicionalmente, extraemos agua de pozo en las operaciones de Walmart Chile Alimentos y Servicios para uso industrial.

TRATAMIENTO DE RESIDUOS INDUSTRIALES LÍQUIDOS (RILES) (EN21)

La gran mayoría de las descargas de Walmart Chile se realizan al alcantarillado, cumpliendo el DS 609 que las regula. El único local que cuenta con sistema de infiltración al suelo es el Express de Líder Maitencillo, el que se encuentra aprobado por la Seremi de Salud respectiva.

Nuestras tiendas cuentan con convenios para tratamiento de agua cuando no se cumple con la norma de descarga, según lo establecido por el DS 609, lo que implica un costo adicional a la operación. El desafío para los años siguientes es contar con un sistema de gestión operacional que permita cumplir con los parámetros de descarga, de manera de prescindir de los contratos de tratamiento con las empresas sanitarias.

Medidas de control operacional para la descarga de RILes

El programa de higiene de todas las tiendas y plantas de alimentos se rige por un manual elaborado por el Departamento de Gestión de Calidad e Inocuidad Alimentaria de la compañía, que define los procesos adecuados y los detergentes que están permitidos utilizar en la operación. Algunas de las medidas que se contemplan en este manual son:

- * Todos los aceites usados son retirados por una empresa externa autorizada.
- * Los residuos de productos grasos, cárneos y lácteos se eliminan como residuos sólidos.
- * Cualquier sustancia con un pH menor a 5,5 o mayor a 9, se trata como residuo sólido.
- * La temperatura máxima de las descargas no pueden superar los 35°C.
- * No se descargan residuos orgánicos al alcantarillado, tales como residuos de carnicería, panadería, pescadería, vegetales, deli, fiambrería, lácteos, todos los cuales son eliminados como residuos sólidos.

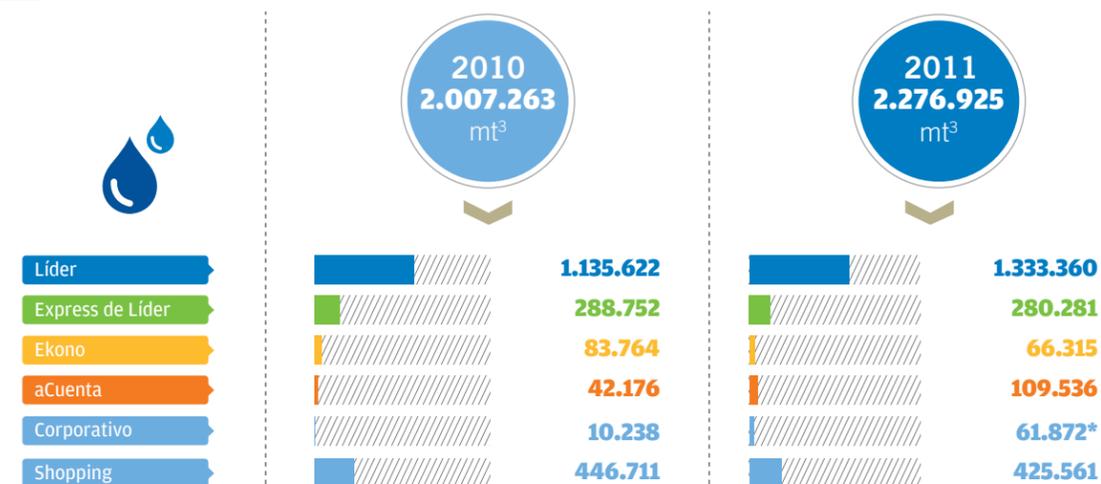
Para hacer un uso eficiente del agua y cumplir con los parámetros de la norma, todos los RILes pasan por cámaras de decantación previo a su descarga al alcantarillado.

RECICLAJE DE AGUA

Walmart Chile Alimentos y Servicios cuenta con un circuito cerrado para reciclar el agua utilizada en el enjuague diario de las máquinas de masa, que permite reducir el uso del recurso y evitar descargas al alcantarillado.

CONSUMO DE AGUA DE WALMART CHILE (2010 - 2011)

(EN8)



PROVEEDORES: Aguas Andinas | Aguas Araucanía | Aguas Décima | Essal | Essbio | Esval | Nuevo Sur | Smapa | Sembcorp Aguas Chacabuco Servicomunal S.A. | Aguas Antofagasta | Aguas Cordillera Aguas del Altiplano | Aguas del Valle | Aguas Magallanes | Aguas Manquehue | Aguas Chañar

*Durante 2011 se incorporó al control de cuentas de agua LTS y los edificios corporativos de Ciudad Empresarial y Pioneros.
FUENTE: Subgerencia de Compras Indirectas de Walmart Chile. Debido a un error en el registro de consumo de 2010 de los locales 69, 94, 99, 122, Shopping Gran Avenida y corregir local 89, se consideró un promedio basado en 2011.

Residuos Sólidos

Nuestro principal objetivo en el manejo de residuos es lograr reusar, reutilizar y reciclar todo lo que generamos, de manera que no llevemos residuos a disposición final. Actualmente la totalidad de las tiendas de los formatos Líder, Express de Líder y Superbodega aCuenta tienen incorporados sistemas de reciclaje en trastienda para los cartones y el stretch film.

Para perfeccionar nuestro manejo de residuos realizamos dos planes piloto en 2011, en los locales Líder de Puente Alto y Express Líder de Tomás Moro. Estos consistieron en capacitar al 75% de los colaboradores de ambos locales sobre separación y gestión de residuos y medidas de reciclaje. Como resultado, el local de Puente Alto aumentó de 37 a 55 toneladas la cantidad de cartón reciclado al mes siguiente de la capacitación. El local de Tomás Moro no mostró cambios significativos.

En un plazo de tres años se espera capacitar al 75% del total de colaboradores de las tiendas en sustentabilidad, enfocando en el manejo de los residuos líquidos y sólidos y eficiencia energética.

Se aumentó de 37 ton a 55 ton de reciclaje de cartón reciclado en un mes en Líder Puente Alto. El desafío es mantener este estándar.

Nuestro desafío para los años siguientes es implementar un sistema que permita aumentar el reciclaje en trastienda, tanto en cantidad como en el tipo de residuos, para acercarnos a nuestro objetivo de enviar cero residuos a disposición final.

Además de gestionar nuestros residuos estamos buscando alternativas que nos permitan tratar de mejor manera de los residuos de nuestros clientes en los llamados Puntos Limpios, que se encuentran en 53 locales de la Región Metropolitana y uno en la Quinta Región de Valparaíso.

Los residuos de Puntos Limpios son retirados por operadores externos que se contactan con una organización de beneficencia a la cual apoyan. Sin embargo, estos operadores no siempre cum-



plen con la frecuencia de retiro necesaria para que se mantenga el orden y la limpieza, que son indispensables en nuestras tiendas.

Walmart Chile sólo aporta con el espacio para la ubicación de las campanas recolectoras en estos puntos limpios, no pagando por el servicio de retiro así como tampoco obteniendo beneficios por los residuos retirados desde ellos.

RESIDUOS DE TRASTIENDA

Parte de los residuos generados por las operaciones de Walmart Chile se reciclan. El resto es enviado a disposición final autorizada.

RESIDUO	ORGANIZACIÓN BENEFICIADA	ENTIDAD RECICLADORA
Vidrio	- Coaniquem - Comité Nacional Pro Defensa de la Fauna y Flora	Cristalerías Chile Cristalerías Toro
Tetrapak	- Un Techo para Chile - Aldeas SOS	Comercial Imagen
Papel y cartón	- Fundación San José	SOREPA
PET	- Centro de la Familia	Recipet

RECICLAJE TOTAL POR TIPO DE RESIDUO EN PUNTOS LIMPIOS (2010 - 2011)



Información compilada mediante reportes mensuales que envía cada reciclador/proveedor por mes y local atendido.
FUENTE: Reportes de reducción de residuos sólidos Walmart Chile

TIPO DE TRATAMIENTO DE RESIDUOS POR FORMATO (TONELADAS)

	LIDER		EXPRESS		ACUENTA		EKONO		LTS		TOTAL	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Residuos reciclados	19.226	22.247	4.572	5.810	1.078	2.992	1.082	1.254	1.587	1.024	27.544	33.326
Residuos enviados a relleno sanitario	22.094	34.258	9.273	15.548	15.989	5.139	9.761	11.230	1.392	1.542	58.510	67.717
Residuos peligrosos con disposición segura	761	816	222	266	128	229	0	0	13	65	1.124	1.376

Para los formatos de Superbodega aCuenta y Ekono se realiza una estimación de la basura generada sobre la base de sus ventas mensuales, contrarrestando la información con el número de receptáculos que retira la municipalidad en donde se encuentran insertos.
*Considera: balast, tubos fluorescentes, ampollitas, sólidos contaminados, refrigerantes, catridges y tóner, Cd's y electrónicos
FUENTE: Reportes de reducción de residuos sólidos Walmart Chile.

Desarrollo de Productos Sustentables y Principales Iniciativas

(EN1, EN2)

Creatividad e innovación al servicio de la sustentabilidad

Nuestro gran desafío es tener cada día más productos más sustentables en nuestras tiendas, de manera que nuestros clientes no tengan que elegir entre un producto que pueden pagar y uno que es bueno para su familia y el planeta. Para ello trabajamos con nuestros proveedores, apoyándolos y desafiándolos para lograr que sus procesos y productos sean cada día más sustentables.

Este desafío también tiene una componente que depende de nosotros mismos, y es incorporar criterios de sustentabilidad en los insumos que utilizamos en nuestras operaciones, para que éstas sean también cada vez más sustentables.

Trabajamos a diario para incorporar nuevas iniciativas que harán que nuestra operación sea cada vez más sustentable. El Área de Servicios Generales está considerando variables de sustentabilidad en sus decisiones de compra y contratos, gestión que realizan con creativas iniciativas.

100% DE NUESTROS DETERGENTES LIBRES DE FÓSFORO

El fósforo es un elemento químico comúnmente utilizado como fertilizante para favorecer el crecimiento de las plantas. Sin embargo, su utilización en exceso produce una proliferación indiscriminada de las algas en los lagos, las que consumen todo el oxígeno disponible del agua e impiden el paso de luz solar y como resultado la vida de los lagos se consume poco a poco.

Para evitar este efecto, llamado "eutroficación", nos propusimos que todos los detergentes que se fabrican estén libres de fósforo. Nuestras Marcas Propias han sido líderes en esta iniciativa y, en abril de 2011, fabricamos el primer detergente en Chile libre de fosfato.

A fines de ese año todos los detergentes de nuestras Marcas Propias se produjeron libres de este químico. Sin duda, un gran aporte a la sustentabilidad de nuestro país.

BOLSAS PLÁSTICAS CON 75% DE MATERIAL RECICLADO

Desde 2011 nuestros formatos Lider y Express de Lider cuentan con bolsas con 75% de material reciclado. El objetivo es cambiar el total de bolsas de la compañía por éstas, como una forma de hacernos cargo de nuestra meta de lograr "cero desechos a disposición final". La dificultad radica que en Chile aún no hay material suficiente para fabricar el volumen que requerimos para abastecer todas las tiendas.

Esta bolsa es el resultado de un trabajo muy estrecho con nuestro proveedor, que comenzó en el año 2009. Inicialmente se logró fabricar bolsas con 70% de material reciclado, pero que no tenían buen desempeño, ya que se rompían con facilidad.

En 2011 se lograron excelentes resultados con las bolsas de 75% de material reciclado, y que resisten 10 kg de peso. Atributos certificados por el Centro de Investigación, Desarrollo e Innovación de Estructuras y Materiales de la Universidad de Chile (Idiem).

El uso de este material nos permite generar poder de compra de un residuo que antes iba a la basura o al medioambiente, que tiene una menor huella de carbono y cuyo costo es el menor que el de la bolsa con material virgen. Esto nos permite reducir los costos operacionales y ofrecer mejores precios a nuestros clientes.

Actualmente existen sectores de los océanos Pacífico y Atlántico donde las corrientes acumulan grandes cantidades de plástico, formando enormes superficies de residuos que afectan la vida marina y a nuestras futuras generaciones. El esfuerzo de lograr una bolsa con alto contenido de plástico reciclado es parte de nuestro compromiso con la sustentabilidad.



DISMINUCIÓN DE LA ALTURA DE LAS CÚPULAS PARA LAS TORTAS Y FILMS

Disminuir los materiales destinados a la fabricación de envases permite reducir los residuos que se generan y utilizar menor cantidad de recursos como energía, agua y materias primas. Además, muchas veces esto repercute en una menor emisión de gases de efecto invernadero. Es por ello que hemos desarrollado iniciativas tendientes a reducir los materiales de envases y embalajes (ver tabla).

La reducción de material debido a la modificación de formato en envases de tortas y films PVS fue de 82 ton en 2011, lo que significó disminuir significativamente la cantidad de residuos que se desecharon al medioambiente y, lo que es más significativo aún, se evitó utilizar recursos naturales no renovables y energía en su fabricación.

En el caso de los envases de torta de 20 personas, a pesar de la reducción de 8,6% del peso del insumo, hubo un aumento de materiales utilizados. Esto se debe al incremento de unidades utilizadas en 2011, producto de mayores ventas.

OPTIMIZACIÓN DE MATERIAL EN LAS BOLETAS DE LAS CAJAS REGISTRADORAS

En 2011 modificamos el formato de las boletas utilizadas en todas las cajas registradoras de los supermercados de Walmart Chile, las que ahora cuentan con 20% de papel reciclado certificado por Forest Stewardship Council (FSC).

Además, optimizamos el tamaño de las boletas de las cajas registradoras y de las máquinas impresoras de etiquetas en las sec-

ciones de pendederos, con el fin de evitar grandes espacios sin utilizar, evitando así el consumo innecesario de papel.

PAPEL DE REGALO CON CINTA IMPRESA

En conjunto con nuestro proveedor, hemos desarrollado una nueva bolsa de papel de regalo que lleva impresa la cinta. Esta medida permite evitar grandes cantidades de residuos plásticos y facilita la operación, especialmente en épocas de gran afluencia de público como Navidad, Día de la Madre y otras fiestas, ya que permite una atención más rápida.

A pesar de que este papel de regalo con cinta impresa tiene muy buena presentación, no ha sido suficientemente masificado y no está disponible en todas las tiendas. Nuestro desafío para 2012 es lograr mostrar sus beneficios para que tenga mayor demanda.

ACEITE DE PALMA SUSTENTABLE

El aceite de palma es un producto muy versátil, de alto rendimiento y que no contiene grasas trans. Se encuentra en múltiples productos envasados de los supermercados, incluyendo aceites de cocina, margarinas, helados, galletas, jabones, detergentes y cosméticos. Sin embargo, la explotación no sustentable de este aceite es la principal causa de deforestación de la selva tropical de Indonesia, afectando además el calentamiento global.

Estamos trabajando para asegurar un abastecimiento sustentable de aceite de palma en todos los productos de nuestras Marcas Propias, para lo cual hemos inventariado la procedencia del abastecimiento de cada uno de nuestros proveedores. Esperamos poder acreditar abastecimiento 100% sustentable para el año 2015.

INSUMO	FORMATO	UNIDADES		PESO FORMATO ANTERIOR (KG)	PESO FORMATO SUSTENTABLE (KG)	REDUCCIÓN EN PESO (%)	TOTAL REDUCCIÓN (KG)
		2010	2011				
Envase torta 20 personas	Unidades	992.320	1.106.420	0,105	0,096	8,6	-2.023
Envase torta 15 personas	Unidades	2.740.640	2.554.720	0,081	0,065	19,8	55.935
FILM PVC 15"	1400 METROS	19.559	22.340	8,26	6,98	15,4	5.624
FILM PVC 12"	1400 METROS	7.650	6.439	6,98	4,725	32,3	22.973
Reducción total							82.509

FUENTE: Gerencia de Compras Indirectas Walmart Chile.

REDUCCIONES DE PACKAGING MÁS SIGNIFICATIVAS EN MM.PP.

PRODUCTO	PESO ANUALIZADO EN TONELADAS	PESO ENVASE COMO % DEL TOTAL	PORCENTAJE REDUCCIÓN (%)	REDUCCIÓN ANUALIZADA (TON)	FECHA
Caja sorpresa niño	0,2	92%	22%	0,79	Nov-11
Agua sabor berries	7,77	8%	2%	0,19	Ago-11
Agua sabor mango	8,34	8%	2%	0,21	Ago-11
Detergente	2,73	11%	5%	0,13	Ene-11
Cepillo de pelo cuadrado	0,2	21%	80%	0,16	Jul-10
Cepillo de pelo rectangular	0,12	34%	80%	0,1	Jul-10
Cepillo de pelo tubular	0,14	36%	79%	0,11	Jul-10
Cepillo de pelo ovalado	0,54	38%	78%	0,42	Jul-10

FUENTE: Iniciativa reducción de packaging Gerencia Marcas Propias Walmart Chile.

Desarrollo de Nuestros Proveedores para la Sustentabilidad

(EC6, EN26)

En el entendido que los grandes proveedores tienen los recursos necesarios para abordar los desafíos a los que los estamos invitando, nos enfocamos en apoyar a nuestros proveedores de Marcas Propias y de Agricultura Sustentable mediante mejoras en sustentabilidad en toda su cadena de producción. Con este fin postulamos y nos adjudicamos un Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP), que durará 3 años y que es financiado en partes iguales por Corfo y por Walmart Chile, siendo gratuito para el proveedor.

Este se inició con una evaluación a 15 proveedores de Walmart Chile, cuyo objetivo era identificar los impactos ambientales relevantes en su cadena productiva, como por ejemplo consumo de energía, de agua, emisiones de material particulado y gases, emisiones tóxicas, generación de residuos, uso de pesticidas, entre otros. A partir de los resultados de la información recopilada se identificaron puntos críticos, llamados "hot-spots", que permitirán desarrollar propuestas de mejora en la producción a lo largo del ciclo de vida del producto, trabajando codo a codo con estos proveedores durante los próximos tres años.

Como resultado, esperamos mejorar la sustentabilidad del proceso productivo y de los productos finales, lo que, además, les

permitirá a los proveedores aplicar las experiencias positivas que deriven de estas mejoras. Con este modelo ganamos todos: los clientes, los proveedores y toda la sociedad con un medioambiente más saludable.

AGRICULTURA SUSTENTABLE: REDUCIENDO EL IMPACTO AMBIENTAL Y MEJORANDO EL INGRESO DE NUESTROS PROVEEDORES

Desde el año 2010, el Área de Perecederos ha trabajado para desarrollar proveedores locales, mediante la incorporación de altos estándares de calidad y prácticas más sustentables.

Durante 2011, en conjunto con Indap y Corfo, trabajamos con proveedores de las regiones del Maule, Arica y Magallanes, quienes recibieron asesoría técnica para incorporar altos estándares de calidad y prácticas más sustentables. Gracias a esto pueden comercializar sus productos a través de un canal de distribución formal, con precios justos y que les permite obtener mayores retornos.

Además de realizar una iniciativa socialmente responsable, comprar directamente al productor asegura costos y precios de



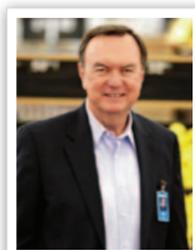
venta competitivos; lo que mejora la calidad y disponibilidad de los productos. Esto permite conseguir mejores precios a nuestros clientes, aumentar los ingresos de los pequeños agricultores, y reducir la huella de carbono gracias a las menores distancias de transporte.

RIEGO TECNIFICADO

Este programa abarca desde el norte del país hasta la región del Maule, zonas que se ven muy afectadas en tiempos de sequía. Mediante esta iniciativa apoyamos a las PyMEs con diseño, asesoría para postulación a fondos públicos y ejecución de obras que permiten optimizar y aumentar la superficie bajo riego.

BIODIVERSIDAD (EN11, EN12)

Todas las operaciones de Walmart Chile se desarrollan en zonas urbanas, por lo tanto no se considera un aspecto relevante gestionar los impactos relacionados con efectos en la biodiversidad.

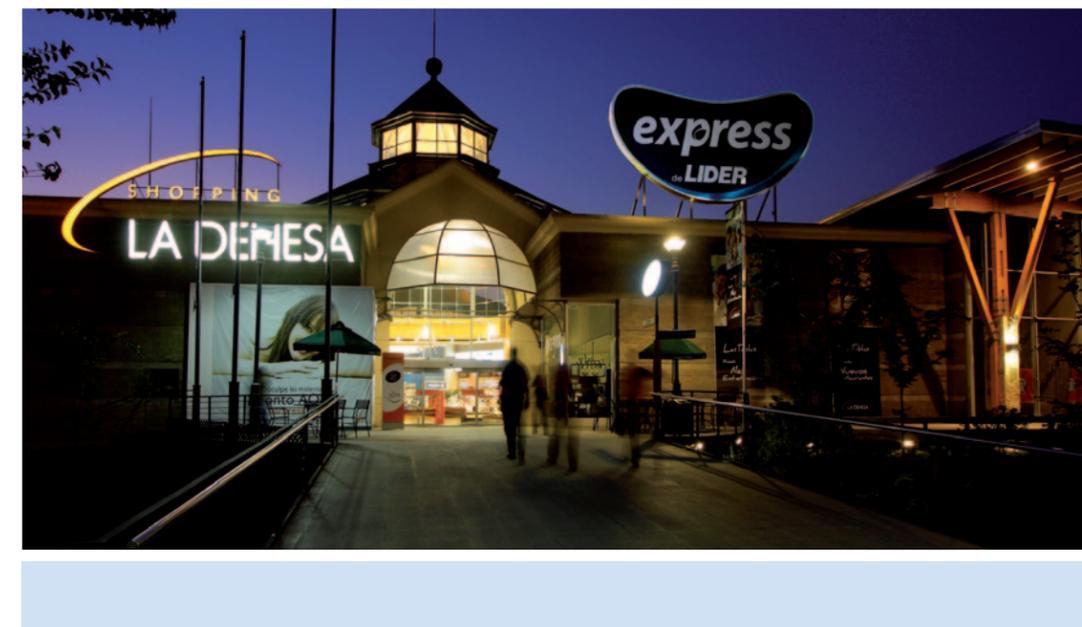
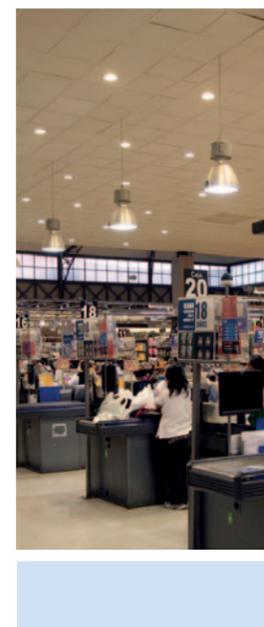


Mike Duck,
CEO de Walmart Stores Int.

“ A medida que Walmart continúe creciendo y se convierta en una empresa mejor y más sustentable, aquellos proveedores que se asocien con nosotros para construir una cadena de proveedores más responsable, serán los proveedores que crezcan con nosotros, y se convertirán también en una empresa mejor y más sustentable. Reduciendo desechos, siendo más eficiente y haciendo lo correcto, les disminuirán los costos a sus fábricas, a sus empresas, y al final, al cliente de Walmart”.

Capítulo 05

SOBRE ESTE REPORTE



Aspectos Técnicos y Metodología de Realización

(3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.6, 3.7, 3.8, 3.10, 3.11)

Este Reporte de Sustentabilidad comprende todas las unidades de negocio de Walmart Chile desde el 1 de enero de 2010 al 31 de diciembre de 2011, incluyendo los cuatro formatos de supermercados del Área Retail y las instalaciones de Walmart Chile Inmobiliaria, Centro de Distribución y Logística LTS y Walmart Chile Servicios Financieros.

Para garantizar la adecuada interpretación de datos en este reporte, consideramos sólo aquellas cifras anteriores a 2010 que hayan sido verificadas. Nos comprometemos a mejorar la calidad, profundidad y amplitud de los datos año a año.

Por esta vez elaboramos un reporte bianual. Nuestro compromiso es continuar informando la gestión en sustentabilidad con periodicidad anual a partir de 2012.

En la determinación de los grupos de interés y los temas de relevancia (materialidad) se encargó a una empresa externa, quien aplicó una metodología cualitativa y cuantitativa idónea al proceso.

METODOLOGÍA CUANTITATIVA (4.16)

Se aplicó una encuesta estructurada con evaluación en escala Likert, de los aspectos que establece la pauta GRI, basados en los resultados de materialidad.

METODOLOGÍA CUALITATIVA

Se aplicaron tres instrumentos semi-estructurados que profundizaron los contenidos más relevantes para reportar según metodología GRI:

- * Entrevistas en profundidad a gerencias.
- * Entrevistas a informantes clave.
- * Focus groups a grupos de interés.

GRUPOS DE INTERÉS

GRUPO DE INTERÉS	DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	TARGET	DISTRIBUCIÓN MUESTRAL
Cientes	Santiago	Cientes Presto y Mi Club Líder con 2 o más años de antigüedad.	40 clientes Híper y Express de Líder. 20 clientes Ekono. 20 clientes SuperBodega aCuenta.
Pares	Todo Chile	Miembros de la Asach y la CCS.	20 representantes miembros de la Asach y CCS de todo el país.
Colaboradores	Todo Chile	Colaboradores de Walmart con más de 3 años de antigüedad. Colaboradores Walmart con más de 3 años de antigüedad.	15 ejecutivos con cargos uno o dos grados menores que Gerencia. 40 trabajadores con cargos administrativos de los tres formatos de negocio.
Empaquetadores	Santiago	Empaquetadores de locales Walmart	15 empaquetadores de locales retail

FUENTE: Iniciativa reducción de packaging Gerencia Marcas Propias Walmart Chile.



ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD GERENCIAS CLAVE

NOMBRE	CARGO 2011 EN WALMART CHILE
Enrique Ostalé	Gerente General
Claudio Hohmann	Gerente Asuntos Corporativos
Felipe Rozas	Gerente Marketing y Clientes
Gonzalo Gebara	Gerente Formato Líder
Andrés Fernández	Gerente Formato Express
Karina Awad	Gerente Recursos Humanos
Pamela Tilleman	Gerente Servicio al Cliente
Pilar Aspillaga	Gerente Responsabilidad Empresarial
Marina Hermosilla	Gerente Sustentabilidad
Gonzalo Maureira	Gerente División Comercial e Intermediación Walmart Servicios Financieros Chile
Tina Rosenfeld	Gerente Cadena Abastecimiento
Carmen Román	Gerente Corporativo Asuntos Legales
Sebastián Rozas	Gerente Walmart Inmobiliaria

ENTREVISTAS A INFORMANTES CLAVES

NOMBRE	CARGO	EMPRESA / INSTITUCIÓN	CATEGORÍA
Susana Carey	Presidenta	Asach	Pares
Oscar Ibáñez	Encargado Área Supermercados	Seremi Salud Metropolitana	Fiscalizadores
Nicolás Corvalán	Jefe Depto. Participación Ciudadana	Sernac	Autoridad
Stefan Larenas	Director Organización de Consumidores	Odecu	Comunidad
María Emilia Correa	Casa de La Paz	Casa de La Paz	ONG
Peter Hill	Presidente CCS	Cámara de Comercio de Santiago	Pares
Pierina Botic	Presidenta	Red de Alimentos	ONG

FOCUS GROUPS A GRUPOS DE INTERÉS

GRUPO DE INTERÉS	LUGAR DE REALIZACIÓN DEL FOCUS GROUP	TARGET
Cientes	Santiago	Cientes Mi Club Lider, Ekono, SuperBodega aCuenta y Clientes Presto entre 25 y 59 años, con más de 2 años de antigüedad como cliente, residente en cualquiera de las comuna de la RM.
Cientes	Valparaíso	Cientes Lider, Ekono y SuperBodega aCuenta entre 25 y 59 años con más de 2 años de antigüedad como cliente residentes en la V Región.
Comunidad	Santiago	Vecinos (o clientes ocasionales y frecuentes) de barrios donde existan locales Ekono o Lider Express, entre 25 y 59 años.
Comunidad	La Serena	Vecinos o clientes ocasionales y frecuentes de barrios donde existan locales SuperBodega aCuenta e Hiper Lider, entre 25 y 59 años.
Proveedores	Santiago	Proveedores Marcas Propias y proveedores externos (productos alimenticios y no alimenticios), con contrato de 3 años de antigüedad.
Proveedores	Valparaíso	Proveedores locales de la V región, productores y comercializadores del rubro agrícola.
Sindicatos	Santiago	Directivos representantes de los sindicatos de trabajadores de los tres formatos de locales Walmart.

Determinación de Grupos de Interés y Temas de Relevancia

(3.5, 4.14, 4.15)

Vemos al Reporte de Sustentabilidad como una herramienta de gestión interna que, tomando en consideración los intereses de los diferentes grupos relacionados, nos guíe hacia la mejora continua. Para ello, hemos realizado por primera vez una investigación de tipo cualitativa y cuantitativa que nos permita ir alineando los objetivos de la Compañía con los de sus principales grupos de interés.

Para asegurar la incorporación de las demandas de todos los grupos de interés, así como la identificación de los riesgos y oportunidades relacionadas a la sustentabilidad, realizamos encuestas, entrevistas y focus group que nos permitieron conocer las principales inquietudes de quienes son parte relacionada a la compañía.

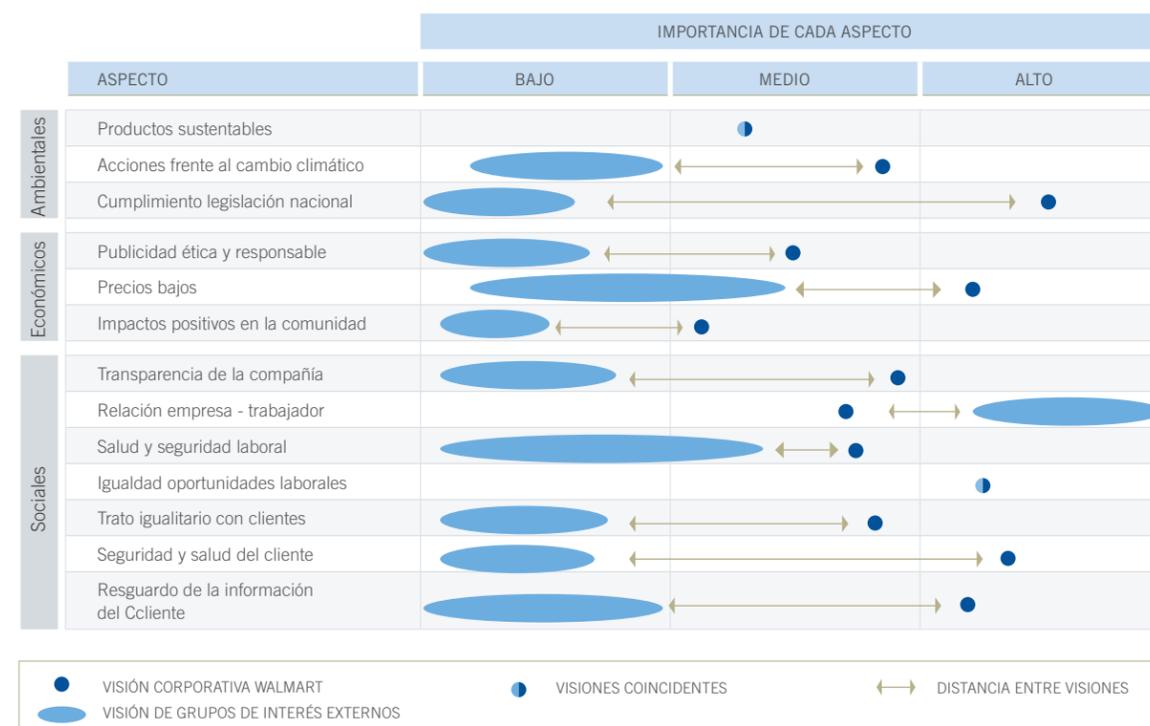
El trabajo investigativo se encargó a una empresa externa para asegurar la imparcialidad de todo el proceso.

GRUPOS DE INTERÉS

Nuestras operaciones tienen impactos sociales, ambientales y económicos, los que afectan a diferentes grupos de interés. Con el fin de conocer sus opiniones se consideraron las siguientes partes interesadas: **colaboradores, fiscalizadores, prensa, autoridades, clientes, competencia, proveedores, pares, comunidad y ONGs**. El resultado del proceso, y la distancia entre la percepción de Walmart Chile y la de los grupos de interés puede verse en la figura siguiente. (3.9)



ASPECTOS DE RELEVANCIA EN SUSTENTABILIDAD PARA WALMART CHILE 2011



Visión de Walmart Chile: es el resultado de encuestas y entrevistas a cinco grupos de interés internos, en todos los niveles de la Compañía, incluyendo colaboradores, dirigentes sindicales y alta gerencia. Se consideró el mayor puntaje obtenido por aspecto, con el fin de aumentar la exhaustividad de la información entregada en el reporte.

Rango de visión de los grupos de interés externos: es el resultados de encuestas y entrevistas a siete grupos de interés externos, incluyendo autoridades de gobierno y fiscalizadores, clientes, comunidad, ONG's, pares y proveedores.

Bajo: escaso nivel de preocupación de los grupos de interés o evaluación de bajo impacto para Walmart Chile.

Alto: elevado nivel de preocupación de los grupos de interés o evaluación de alto impacto, actual o potencial, para Walmart Chile.

Conclusiones del proceso de consulta a públicos de interés

Las mayores distancias se aprecian en: cumplimiento de normativas; salud y seguridad del cliente; y transparencia de la Compañía. Los públicos de interés externos que formaron parte de la consulta explicaron que asumen que Walmart Chile cumple con elevados estándares en estos apartados, debido, principalmente, a la injerencia de la Casa Matriz.

En tanto, los temas más relevantes para los stakeholders internos y externos son la igualdad de oportunidades y la relación empresa-trabajador.

Los principales resultados cualitativos, recogidos en los focus group y entrevistas en profundidad, fueron los siguientes: (4.17)

Económicos

- * La Compañía es **percibida con mucho poder e influencia** en el ámbito económico nacional.
- * La llegada de Walmart a Chile generó la expectativa de **estándares de calidad internacional para sus productos y servicios**.

Ambientales

- * Se destaca la influencia de la Casa Matriz en Walmart Chile para provocar un aumento de la preocupación por contar con **buenas prácticas medioambientales**.
- * Se considera clave incorporar a la **cadena de suministro** en la estrategia de sustentabilidad corporativa.

- * Existen expectativas de un mayor desarrollo de **productos y servicios que sean más sustentables**.

Sociales

- * Se espera que la Compañía promueva **políticas equitativas y justas con colaboradores y proveedores**.
- * Existe expectativa de que **Walmart Chile adopte conductas de ética que favorezcan sus buenas relaciones con colaboradores y proveedores**.
- * La **inclusión y diversidad de los colaboradores** es uno de los aspectos más valorados por los grupos de interés.
- * Se espera que, debido a la naturaleza del negocio, se continúen y profundicen las campañas de **educación financiera**.

ESTÁNDARES DEL REPORTE WALMART CHILE 2010-2011 (3.13)



Este reporte fue elaborado de acuerdo a la metodología de la pauta G3.1 del Global Reporting Initiative (GRI). Los contenidos declarados cumplen con los requisitos para responder al nivel A.

Tablas de Indicadores Pauta GRI

(3.5, 3.12, 4.14, 4.15)

INDICADOR	PÁGINA	COMENTARIOS	
Enfoque de Gestión			
1.1	Declaración del Presidente o Gerente General	8	
1.2	Principales impactos, riesgos y oportunidades	8	
2.1	Nombre de la organización	2; 7	
2.2	Principales marcas, productos y servicios	7	
2.3	Estructura operativa	7	
2.4	Localización sede principal	2; 9	
2.5	Países en los que opera	9	
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	2	
2.7	Mercados servidos	9	
2.8	Dimensiones de la organización	6; 8	
2.9	Cambios significativos	6; 7; 9	
2.10	Premios y distinciones	9	
3.1	Período cubierto por la memoria	56	
3.2	Fecha de la memoria más reciente	56	
3.3	Ciclo de presentación de memorias	56	
3.4	Punto de contacto en relación a la memoria	2; 56	
3.5	Definición de contenidos	58; 61	
3.6	Cobertura	56	
3.7	Límites de alcance	56	
3.8	Tratamiento de información de filiales y otros	56	
3.9	Técnicas de medición de datos	58	
3.10	Efecto de reexpresiones de memorias anteriores	56	
3.11	Cambios significativos en el alcance	56	
3.12	Índice de contenidos GRI	61	
3.13	Verificación	60	
Enfoque de Gestión			
4.1	Estructura de gobierno	10	
4.2	Presidente del Directorio en cargo ejecutivo	-	Los miembros del directorio no pueden ostentar cargos ejecutivos al interior de la empresa.
4.3	Número de miembros del Directorio independientes	10	
4.4	Mecanismos de comunicación con el Directorio	-	Los accionistas minoritarios pueden dar su opinión mediante mecanismos formales de comunicación con el directorio como sesiones ordinarias y extraordinarias de accionistas.
4.5	Vínculo entre remuneraciones y desempeño	10	
4.6	Procedimientos para evitar conflictos de interés	10	
4.7	Capacitación y experiencia de los directores	-	Los directores han sido escogidos por sus características de liderazgo y trayectoria empresarial, respondiendo a las necesidades de la Compañía.
4.8	Misión, valores y principios	12	
4.9	Supervisión de gestión de desempeño y riesgos	-	Contenido presente en la Memoria Financiera, capítulo Administración del Riesgo Financiero, disponible en http://www.walmartchile.cl/
4.10	Evaluación de desempeño de directores	-	Memoria Financiera.
4.11	Planteamiento o principio de precaución	-	Memoria Financiera.
4.12	Principios o programas suscritos	11	
4.13	Principales asociaciones a las que pertenece	11	
4.14	Relación con los grupos de interés	58; 61	
4.15	Base para la selección de los grupos de interés	58; 61	

INDICADOR	PÁGINA	COMENTARIOS
4.16	56	Enfoque utilizado para la inclusión de grupos de interés
4.17	56; 60	Principales preocupaciones de los grupos de interés
Enfoque de Gestión		
EC1	18	Valor económico generado y distribuido
EC2	42	Consecuencias financieras debido al cambio climático
EC3	-	Cobertura de obligaciones de programas sociales No existen planes de jubilación especial de la empresa con sus trabajadores, fuera de lo exigido por la ley.
EC4	18	Ayudas financieras recibidas de gobiernos
EC6	14; 53	Proveedores locales: políticas, prácticas y gasto
EC7	30	Contratación local
EC8	38; 39; 47	Inversiones en infraestructuras y servicios de uso público
Enfoque de Gestión		
EN1	51	Materiales utilizados, por peso y volumen
EN2	51	Materiales valorizados
EN3	44	Consumo directo de energía
EN4	44	Consumo indirecto de energía
EN8	44; 49	Captación total de agua por fuentes
EN11	54	Descripción de terrenos y su valor en biodiversidad Todas las operaciones de Walmart Chile se desarrollan en zonas urbanas, por lo tanto no se considera un aspecto relevante gestionar los impactos relacionados con efectos en la biodiversidad.
EN12	54	Descripción de impactos en la biodiversidad Todas las operaciones de Walmart Chile se desarrollan en zonas urbanas, por lo tanto no se considera un aspecto relevante gestionar los impactos relacionados con efectos en la biodiversidad.
EN16	43	Emissiones totales de gases de efecto invernadero (GEI)
EN17	43	Otras emisiones indirectas de GEI
EN19	43	Emissiones de sustancias destructoras de la capa de ozono
EN20	43	Otras emisiones significativas al aire
EN21	48	Vertimiento de aguas residuales
EN22	50	Peso de residuos gestionados
EN23	-	Derrames accidentales más significativos No se registraron derrames accidentales de residuos peligrosos significativos.
EN26	53	Mitigación de los impactos ambientales de los productos
EN27	50	Porcentaje de productos vendidos que son recuperados
EN28	47	Multas y sanciones por incumplimiento de normativa ambiental No hay multas ambientales significativas
Enfoque de Gestión		
LA1	30	Trabajadores por tipo de empleo, contrato y región
LA2	31	Empleados y rotación media por sexo y región
LA4	32	Porcentaje de empleados cubiertos por un seguro colectivo
LA5	-	Períodos de preaviso ante cambios organizacionales Si bien la Compañía no ha determinado un periodo estandar de preaviso para cambios organizacionales, se define un plazo en virtud de cada situación particular, y es comunicado a través de un flujo continuo de entrega de información liderado por el área de Comunicaciones Internas.
LA7	33	Ausentismo, días perdidos y víctimas mortales
LA8	38	Programas de formación en prevención y control de riesgos
LA10	33	Horas de formación al año por empleado
LA13	35	Composición de órganos de gobierno
LA14	-	Relación salario base hombres y mujeres Los salarios, tanto para hombres como mujeres, varían dependiendo de la evaluación de desempeño.
LA15	-	Niveles de reincorporación al trabajo postnatal La reincorporación por paternidad y maternidad se encuentran dentro de los márgenes de la industria, considerando los niveles de rotación y movilidad presentados, así como otras razones personales de cada individuo

INDICADOR	PÁGINA	COMENTARIOS
Enfoque de Gestión		
HR1	13	Cláusulas de DD.HH. en acuerdos
HR2	26	Análisis de DD.HH. en proveedores
HR4	13	Número total de incidentes de discriminación
HR5	26	Proveedores con riesgos de derecho a la libertad de asociación
HR6	26	Proveedores con riesgos de incidentes de explotación infantil Walmart Chile cumple con la normativa chilena por lo que no cuenta, ni tolera, el trabajo infantil de ningún tipo. A nivel de proveedores existe una preocupación constante por seleccionar sólo aquellos que cumplan a cabalidad la ley nacional.
HR7	26	Proveedores con riesgos de trabajo forzado u obligatorio
HR10	26	Número total de operaciones en las que se haya evaluado los DD.HH. El 100% de los colaboradores de Walmart Chile tienen acceso al Código de Ética. Este regula el comportamiento de quienes trabajan en la Compañía según altos estándares de cumplimiento, abarcando diversas temáticas entre las que se incluyen derechos humanos. Adicionalmente, se cuenta con un Canal de Denuncia que se utiliza para realizar seguimiento de los principales incumplimientos observados en la empresa".
HR11	13	Número de quejas relacionadas con DD.HH.
Enfoque de Gestión		
SO1	38	Impacto de las operaciones en las comunidades
SO2	13	Riesgos de corrupción en unidades de negocio El 100% de los colaboradores de Walmart Chile tienen acceso al Código de Ética. Este regula el comportamiento de quienes trabajan en la Compañía según altos estándares de cumplimiento, abarcando diversas temáticas entre las que se incluyen riesgos de corrupción
SO3	13	Porcentaje de empleados formados en anticorrupción El 100% de los colaboradores tienen acceso al Código de Ética de Walmart Chile. Este regula el comportamiento de las personas dentro de la Compañía, sirviendo de guía en caso de existir dudas en el procedimiento anticorrupción de la empresa, así como en las otras temáticas que abarca.
SO4	13	Medidas adoptadas ante incidentes de corrupción
SO5	-	Posición en políticas públicas Walmart Chile no aporta dinero a partidos políticos ni interviene en actividades públicas que busquen conductas favorables de las autoridades.
SO8	37	Valor monetario de multas y sanciones de incumplimiento de leyes y regulaciones
SO9	38	Operaciones con impactos negativos posibles o reales en las comunidades
SO10	38	Medidas de prevención y mitigación de los impactos negativos en las comunidades
Enfoque de Gestión		
PR1	19	Salud y seguridad del cliente
PR3	22	Etiquetado de productos y servicios
PR4	22	Incumplimientos relativos al etiquetado
PR6	26	Comunicaciones de marketing
PR9	-	Multas significativas a la normativa relativa a productos y servicios No hubo multas significativas



Walmart  **Chile**