



2014

**REPORTE DE
RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA**

WALMART CHILE S.A.

Av. Presidente Eduardo Frei Montalva N° 8301,
Quilicura, Santiago, Chile.

www.walmartchile.cl

Valoramos tu opinión

Envíanos comentarios y sugerencias acerca de este reporte a:

contacto.chile@walmart.com

[Elaboración del Reporte de Responsabilidad Corporativa](#)

Dirección general: Gerencia de Asuntos Corporativos, Walmart Chile

Diseño: Baobab Diseño

Impresión:

2014

Reporte de
Responsabilidad Corporativa

Índice

01 Bienvenida

PÁG. 04

Carta del Gerente General	04
Nuestra historia	06
Hitos en Responsabilidad Corporativa	08

02 Nuestro Perfil de Liderazgo

PÁG. 10

La Compañía	10
Nuestra misión	12
Nuestros valores	13
Gobierno corporativo	14
Ética corporativa y gestión anticorrupción	16
Administración	17

03 Nuestro Modelo de Negocio

PÁG. 22

Principales impactos, riesgos y oportunidades	22
Foco estratégico de negocios	24
Una propuesta clara: Precios Bajos Todos Los Días	25
Estructura de Negocios: unidades, formatos y productos	25

05 Compromiso con el Entorno

PÁG. 42

Productos sanos, seguros y sustentables	42
Relación con clientes y calidad de servicio	42
Nuestra responsabilidad en la gestión con proveedores	45
Nuestro compromiso con la comunidad	48
Nuestro rol para aportar a la sustentabilidad ambiental	51

06 Elaboración del Reporte

PÁG. 56

Grupos de interés y temas materiales	56
Matriz de materialidad	57
Conclusiones materialidad	57
Indicadores GRI	58

04 Nuestra Cultura

PÁG. 34

Compromiso con la sustentabilidad	34
Integridad y actuación ética	34
Colaboradores: Oportunidad de crecimiento para todos	37



*Ahorrarles dinero
a nuestros clientes,
para que puedan
vivir mejor.*

01

Bienvenida



Carta del Gerente General

GRI 1.1

Este Reporte de Responsabilidad Corporativa 2014 viene a confirmar nuestro desafío por transparentar los avances que tenemos como Walmart Chile en los ámbitos económico, social y ambiental. Por sexto año consecutivo comunicamos las acciones concretas en las que diariamente trabajamos para cumplir con nuestra misión: Permitirle a nuestros clientes ahorrar dinero para que puedan vivir mejor.

Nuestro foco estratégico requiere que seamos capaces de mantener nuestra filosofía de precios bajos de manera sostenida en el tiempo. Para esto, contamos con una estructura multiformato que permite ofrecer una propuesta de valor diferenciada de acuerdo a las necesidades específicas de

nuestros clientes. Facilitarles el ahorro y entregar productos y servicios que mejoren su bienestar y calidad de vida está incorporado en nuestra esencia empresarial.

Para lograr lo anterior mantenemos una comunicación constante y franca con nuestros distintos grupos de interés, ante quienes evidenciamos nuestro compromiso para que cada uno de ellos pueda obtener beneficios de nuestras operaciones. Nuestros accionistas han notado cómo nuestra posición financiera se ha fortalecido y que “operar por menos” reditúa en el tiempo. Nuestros colaboradores conocen de sus amplias oportunidades de desarrollo así como del crecimiento constante de la empresa, lo que les permite trabajar en un lugar estable y con proyecciones. Los proveedores que nos acompañan saben que mantenemos reglas claras y transparentes, las que fortalecemos mediante distintos canales de contacto, consulta y reclamos. Y, finalmente,

nuestros clientes saben que en los diversos supermercados de Walmart Chile encontrarán productos de calidad, a bajos costos y que les servirán para vivir mejor.

Este Reporte de Responsabilidad Corporativa viene a confirmar nuestro compromiso sostenible con todos ellos, transparentando nuestros esfuerzos por mantener canales fluidos de información entre las partes interesadas. En este sentido, para nosotros resguardar la libre competencia resulta una tarea primordial, ya que nos interesa hacer lo correcto en nuestra interacción con la red de abastecimiento. En este documento se dan a conocer nuestras guías comerciales y diversas iniciativas tendientes a mantener un trato justo, implementar medidas anticorrupción y entregar información general sobre el cumplimiento de distintas normativas y regulaciones vigentes por parte de la empresa.



Sin lugar a dudas, nada de lo anterior sería posible de no ser por nuestros colaboradores, quienes son el pilar fundamental de Walmart Chile y cada una sus filiales. De todos nosotros depende el hacer de ésta una mejor empresa para trabajar. Somos conscientes que contar con trabajadores comprometidos ayuda a conseguir el éxito. Para esto promovemos un ambiente laboral inclusivo, conformando equipos humanos diversos. Por esta razón, en las siguientes páginas encontrarán las diversas alternativas de capacitación y desarrollo que les ofrecemos, informando sobre el sistema de beneficios, así como los mecanismos de evaluación que permiten alinear sus objetivos y metas con las de la Compañía.

Sin embargo, nuestras operaciones no sólo impactan a quienes trabajamos en Walmart Chile o entre quienes nos compran o venden. En este sentido, buscamos maximizar el impacto positivo de nuestra misión mediante

diversos programas que buscan contribuir a la erradicación del hambre y la pobreza, el empoderamiento de las mujeres empresarias y una mayor capacitación laboral. Además, respaldamos un gran número de proyectos que nacen desde los vecinos de nuestros locales a lo largo y ancho de todo el país. Cabe destacar que nuestra cultura fomenta el voluntariado y apoyo a quienes más lo necesitan. Todas estas acciones se enmarcan en nuestra visión de responsabilidad corporativa.

Finalmente, parte importante de nuestro rol como empresa es cuidar y respetar el medioambiente. Entendemos que para ser viables en el largo plazo debemos concentrar nuestras energías en disminuir nuestro impacto ambiental, lo que se ve reflejado en una serie de iniciativas prácticas para reducir, reutilizar y reciclar los residuos que generamos. Además, ponemos especial atención en aumentar los niveles de eficiencia energética,

promover desarrollos de productos más sustentables, sanos y seguros, así como de instalar nuevos puntos de reciclaje al servicio de la comunidad.

Sabemos que aún hay mucho por hacer, pero estamos orgullosos de los avances de los que hemos sido testigos en los últimos años. Agradecemos los premios recibidos durante 2014, entre los que destacan el Sello de Eficiencia Energética por las mejoras realizadas a nuestros locales, el premio Plenus por nuestras políticas de inclusión laboral de adultos mayores, además del premio Fundación Iguales por el respeto y promoción de la diversidad sexual. Estas señales nos alientan a seguir mejorando y a trabajar considerando siempre nuestra razón de ser: "Ahorrarle dinero a nuestros clientes, para que puedan vivir mejor".

Horacio Barbeito
Gerente General

Nuestra Historia

1954

Primeros almacenes de autoservicio con un surtido amplio de productos.

1957

Inauguración del primer supermercado de Chile y América Latina bajo la marca Almac. Este formato, con estacionamientos, un amplio surtido de mercadería y cajeras a la salida del local, permitió a la Compañía crecer en atención y calidad.

1984

Se inaugura el primer supermercado Ekono en Santiago, formato económico que consolida su presencia en el país.

1992

Se constituye la División Inmobiliaria Saitec y se inaugura el primer centro comercial de la Compañía: La Dehesa Shopping.

1996

D&S introduce el concepto de megamercado económico bajo la marca Lider con la inauguración del Hipermercado Lider Pajaritos en Santiago. Por otro lado se realiza la primera oferta pública de acciones en la Bolsa de Comercio de Santiago, transformándose en una sociedad anónima abierta. Adicionalmente se efectúa el lanzamiento de la tarjeta Presto.

1997

Inauguración de la Escuela de Servicio, unidad destinada a educar a proveedores y trabajadores internos de la Compañía. Comienza la operación en Santiago del centro de distribución, también conocido como LTS. Registro de la primera emisión de ADR en el New York Stock Exchange (NYSE: D&S).

2003

Supermercados e hipermercados son unificados bajo la marca Lider, distinguiéndose la marca Express de LIDER para los supermercados o hipermercados compactos. A fin de este año, la Compañía llegó a un acuerdo con la cadena francesa Carrefour para la compra de sus operaciones en Chile consistentes en 7 hipermercados.

2005

Presto se convierte en la primera tarjeta de crédito abierta no bancaria. Se crea la corredora de seguros Presto.

2006

Se abren los dos primeros centros comerciales bajo la marca Espacio Urbano, además de un local en Punta Arenas convirtiéndose en el más austral del mundo.

2010

D&S S.A. cambia el nombre de su razón social a Walmart Chile S.A. La Compañía lanza su nueva plataforma de comercio electrónico Mundolider.com que posteriormente pasará a ser Lider.cl.

2011

Continuando el proceso de consolidación, Walmart Chile pone fin al uso de múltiples razones sociales y estructura cada uno de sus formatos de supermercado bajo una única sociedad. Las divisiones que operan en otras industrias pasan a llamarse Walmart Chile Servicios Financieros S.A. y Walmart Chile Inmobiliaria S.A. Todos los locales Hiper Lider cambian su logo y nombre a Lider, dando mayor fuerza, cercanía, innovación y modernidad a la marca. Asimismo, se adquiere la totalidad de la propiedad de Aliserv, Aquapuro y Aquanatura, negocios que posteriormente pasarán a llamarse Walmart Chile Alimentos y Servicios, robusteciendo la propuesta de la Compañía en materia de platos preparados, panadería, pastelería, pescados y mariscos, además de flores y plantas.

2012

La Compañía fue reconocida como el retailer mejor evaluado entre sus competidores a nivel nacional por proveedores de la industria. Se inicia la operación integral del Centro de Distribución de Lo Aguirre, convirtiéndose en uno de los más modernos de Sudamérica. Además, dando un paso más en su compromiso con el entorno, en abril Walmart Chile impulsa la creación en el país del Consorcio por la Sustentabilidad, la organización global que promueve mejorar el desempeño de productos, servicios y hábitos de consumo, en un trabajo conjunto con proveedores, ONGs y organismos gubernamentales. Asimismo, Walmart Chile innova al lanzar la primera plataforma digital de Sudamérica para realizar pagos con teléfonos móviles, disponible en todos sus supermercados Lider y Express de LIDER del país. En tanto, Lider.cl fue el primer comercio en el mundo en tener cobertura de productos de mercaderías generales en la Antártica, Isla Juan Fernández e Isla de Pascua.



1990

Con la apertura del Hipermercado Ekono de Viña del Mar, primer local en regiones, comienza la estrategia de expansión por Chile.

1987

Abre sus puertas el primer Hipermercado Ekono, concepto inspirado en el supermercado económico, pero con superficies más amplias, incorporando surtido de productos no comestibles.

1985

Comienza a operar D&S, Distribución y Servicio S.A., como distribuidora y proveedora de servicios para los supermercados de la Compañía.

2000

Se inaugura el formato de Hipermercado compacto Lider Vecino.

2001

Inauguración de Farmalider. La explotación directa de farmacias culmina en 2006, fecha en que se suscribió un acuerdo comercial con Farmacias Ahumada S.A.

2002

La Compañía lista sus acciones en la Bolsa de Madrid en el mercado Latibex.

2007

Los hipermercados Lider se agrupan bajo el nombre de Hiper Lider, y los supermercados Lider Express pasan a llamarse Express de LIDER. Junto con ello, la Compañía lanza en Santiago el nuevo formato de descuento bajo la marca Ekono, y luego, un formato adicional de almacén de descuento bajo la marca SuperBodega aCuenta.

2008

En Diciembre, Wal-Mart Stores, Inc. llega a un acuerdo con D&S para adquirir una participación mayoritaria en la Compañía, iniciando así la incorporación de la cadena nacional a la empresa de ventas al detalle más grande del mundo y sumándose a la misión de ayudar a las personas a ahorrar dinero para que puedan vivir mejor.

2009

Comienza la integración de D&S y Walmart, proceso cuyo objetivo es la generación de valor en forma creciente a través de la implementación de buenas prácticas ya establecidas en otros países donde opera la transnacional. La sustentabilidad se integra como nuevo eje en la estrategia de negocios de la Compañía, en línea con el trabajo que desarrolla Walmart a nivel global.



2013

Se inaugura el primer local Central Mayorista, el nuevo formato de supermercado de nuestra Compañía dirigido especialmente a pequeños comerciantes, hoteles, restaurantes y casinos.

La diversidad e inclusión en Walmart Chile es reconocida. La Compañía recibe el premio Empresa Inclusiva 2013, por su trabajo con discapacitados, y participa del premio Plenus, por su aporte en la reinserción laboral de adultos mayores.

Walmart Chile se convirtió en la primera Compañía chilena en certificar su programa para instruir a su equipo sobre cómo resguardar activamente la libre competencia, ratificado por la consultora Feller Rate.

2014

Wal-Mart Stores, Inc. adquiere un nuevo porcentaje relevante de acciones de la Compañía, tras lo cual resulta controlador del 99,94% de la propiedad de Walmart Chile.

Se lanza la nueva tarjeta Lider MasterCard, combinando lo mejor de ambas marcas: la amplia cobertura nacional e internacional que caracteriza a MasterCard y una estructura de bajas tasas de interés y comisiones, alineada con la propuesta de Precios Bajos que identifica a Lider.

Se abre el primer local Lider CentroVisión, óptica que fortalece la estrategia "Todo en un mismo lugar" ofreciendo productos de alta calidad, sin que los clientes tengan que pagar de más.



Hitos en Responsabilidad

GRI 2.9, 2.10

Abril

La Compañía se suma a la campaña de apoyo a personas y comunidades de las regiones de Arica, Parinacota y Tarapacá afectadas gravemente por el terremoto. La ayuda entregada incluye 32.000 unidades de pañales para bebés y adultos mayores, 3.000 litros de agua embotellada y 2.000 unidades de frazadas.

Mayo

En las cadenas Lider, Express de LIDER, Ekono y SuperBodega aCuenta, se comienza a aplicar el programa "Producto Más Sustentable" cuyo objetivo es informar a los clientes sobre aquellos productos que cuentan con respaldos serios y comprobables, que reflejan el compromiso de sus proveedores con la protección del entorno.

Junio

Cuarenta colaboradoras de la Compañía finalizan con éxito su participación en el programa anual "Mujeres en Retail" que forma parte de la estrategia de excelencia en el servicio al cliente y promoción de la igualdad de oportunidades. Esta iniciativa –impulsada en conjunto con la organización Comunidad Mujer– incluye mentorías individuales, charlas junto a líderes y talleres de desarrollo de habilidades, entre otras actividades de desarrollo personal, laboral y corporativo.

Julio

Abren las postulaciones al fondo concursable del programa con alcance nacional "El Kilómetro de Mi Supermercado", destinado a organizaciones comunitarias que buscan financiamiento para proyectos de desarrollo local en ámbitos como educación, deporte, vida saludable, arte y cultura, infraestructura, seguridad, sustentabilidad y empoderamiento de la mujer, entre otros.

Agosto

Walmart Chile entrega su tradicional reconocimiento anual a los mejores proveedores, operadores y socios comerciales. La ceremonia de premiación se realiza durante el Holiday Meeting 2014 que reúne a representantes de la Compañía, proveedores de bienes y servicios y operadores de espacios comerciales.

Septiembre

La Compañía renueva por cuarto año consecutivo su alianza de cooperación con la Corporación Red de Alimentos, que promueve el trabajo conjunto entre productores, comercializadores y distribuidores con el objetivo de enfrentar la inseguridad alimentaria que afecta a familias chilenas. Walmart Chile es socio fundador de este programa que incluye a 124 organizaciones solidarias a las que apoya Red de Alimentos para ir en ayuda de más de 50.000 personas.

Octubre

Walmart Chile se suma como miembro colaborador de la organización Chile Transparente (capítulo chileno de Transparency International), que fomenta a través de distintas iniciativas una cultura de transparencia y probidad en el país. De esta manera, la Compañía refuerza su compromiso con la adopción de las mejores prácticas en estas materias.

Diciembre

La Compañía recibe el Sello de Eficiencia Energética en reconocimiento al programa corporativo aplicado en más de 200 locales que ha permitido reducir significativamente el consumo de energía, a través de incentivos a la adopción de buenas prácticas en la materia. Esta distinción es entregada por el Ministerio de Energía.

Corporativa 2014

Seis ejes básicos de nuestra Responsabilidad Corporativa

GRI 2.10

Reformulación del Programa "Puntos Limpios" con la creación de la primera red de puntos de reciclaje, gestionada colectivamente por Walmart Chile en conjunto con Coca Cola, Nestlé, Unilever y PepsiCo y operada por TriCiclos

Certificación en Libre Competencia para Walmart Chile, la primera empresa chilena en acreditarse en esta área. El objetivo fue instruir a su equipo de colaboradores en cómo resguardar activamente la libre competencia. Dicho programa fue ratificado por la consultora Feller Rate.

Reconocimientos para Walmart Chile, como "Empresa Inclusiva" por su trabajo con discapacitados y Premio Plenus, por iniciativas de reinserción laboral de adultos mayores.

Creación de un Acuerdo Complementario Pronto Pago para las pequeñas empresas proveedoras de supermercados. La nueva modalidad opcional de pagos es de 15 días para dicho segmento.

Lanzamiento del programa de apoyo a la comunidad "El Kilómetro de Mi Supermercado", con una línea de fondos concursables disponible para financiar proyectos ideados por los vecinos.

Implementación del Programa "End to End" ("Punta a Punta"), iniciativa que impulsa el desarrollo por parte de nuestros proveedores de productos más sustentables en todo el ciclo de vida del producto.



Nuestro Perfil de Liderazgo

La Compañía

Walmart Chile S.A. es una empresa chilena cuyo principal negocio es la venta de alimentos y mercaderías en supermercados, el que desarrolla a través de sus formatos Líder, Express de LIDER, Ekono, SuperBodega aCuenta y Central Mayorista, distribuidos en todo el territorio nacional desde Arica a Punta Arenas.

Adicionalmente, Walmart Chile ha incursionado en el negocio financiero a través de la sociedad filial Walmart Chile Servicios Financieros y desarrolla proyectos inmobiliarios a través de su filial Walmart Chile Inmobiliaria, lo cual le permite ofrecer propuestas de valor integrales a sus clientes en todos los segmentos que atiende.

Walmart Chile cuenta con una estrategia permanente de precios bajos, acompañada de una completa oferta de servicios para sus clientes. A esto se suma un sostenido crecimiento de locales sobre la base de multiformatos, cada uno de ellos situado en ubicaciones estratégicas a lo largo del país.

Con presencia por más de 55 años en el mercado chileno, 380 locales de supermercado,

12 centros comerciales y más de 1,56 millones de cuentas vigentes en sus tarjetas de crédito Presto y Líder MasterCard, Walmart Chile se mantiene como el principal actor en la industria nacional de supermercados.

SUPERMERCADOS

La Compañía ha desarrollado diferentes formatos a fin de satisfacer las necesidades de todos los chilenos en los diversos estratos socioeconómicos. "Precios Bajos Todos los Días" es el lema que Walmart ha convertido en su sello distintivo alrededor del mundo.

En consecuencia, Walmart Chile trabaja diariamente para cumplir con su misión de ahorrarle dinero a sus clientes, para que puedan vivir mejor. De esta forma, la Compañía enfoca su estrategia en entregar productos de excelente calidad a los precios más convenientes del mercado.

Al término del año 2014, la Compañía contaba con 380 locales, compuestos por 80 locales Líder, 75 Express de LIDER, 125 Ekono, 97 Super Bodega aCuenta y 3 Central Mayorista.

SERVICIOS FINANCIEROS

La unidad de Servicios Financieros proporciona crédito a los clientes a través de las tarjetas Presto y Líder MasterCard, lanzada en mayo de 2014, alternativas que ofrecen distintos productos y servicios que agregan valor a la propuesta comercial.

Servicios Financieros está presente a nivel nacional desde Arica a Punta Arenas, con más de 150 puntos de atención disponibles en sucursales, módulos asistidos y autoasistidos, además de una red de cajeros automáticos.

Las tarjetas de crédito Presto y Líder MasterCard poseen 1,56 millones de clientes vigentes, permitiendo realizar avances en efectivo, compras con y sin cuotas en locales Walmart y comercios asociados, solicitar créditos de consumo y la contratación de diversos servicios en todas las empresas pertenecientes a Walmart Chile, incluyendo supermercados, Líder.cl, Presto Seguros y Servifácil.

La tarjeta Líder MasterCard posee 406,5 mil clientes, de los cuales 251,1 mil provienen de la tarjeta Presto y es aceptada en más de 200 mil comercios en todo el país y más de 4 millones en el mundo. Gracias a ella es posible realizar avances en efectivo nacional e internacional,



compras con o sin cuotas en comercios del país, compras internacionales, solicitud de crédito de consumo y la contratación de diversos servicios en todas las empresas pertenecientes a Walmart Chile.

Adicionalmente, ambas cuentan con diversos productos y servicios complementarios tales como seguros de vida, de salud, automotriz y de hogar, seguros con ahorro, servicios de pago de cuentas, entre otros.

NEGOCIO INMOBILIARIO

Walmart Chile Inmobiliaria desarrolla proyectos de acuerdo a los planes de crecimiento y a la estrategia multiformato de la Compañía. De esta manera, se encarga de la búsqueda de ubicaciones para la construcción de supermercados y centros comerciales, así como su desarrollo y posterior administración.

Al cierre del periodo 2014, administraba, de Arica a Punta Arenas, más de 1.900 locales comerciales, así como, 1,4 millones de metros cuadrados arrendables en 1,9 millones de metros cuadrados construidos en 380 supermercados y 12 centros comerciales Espacio Urbano, lo que la convierte en una de las principales operadoras inmobiliarias orientada a apoyar el desarrollo del retail en Chile.

Estado de flujo de ingresos y egresos 2012-2014

GRI EC1

VALOR ECONÓMICO GENERADO	2012 (M\$)	2013 (M\$)	2014 (M\$)
Ingresos por actividades del negocio	3.645.680.637	3.986.224.115	4.398.797.904
Importes procedentes de obligaciones financieras	1.320.154.376	870.625.908	445.626.821
TOTAL INGRESOS	4.965.835.013	4.856.850.023	4.844.424.725
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	2012 (M\$)	2013 (M\$)	2014 (M\$)
Pago a proveedores y otros gastos operativos	3.312.716.539	3.670.601.578	3.882.426.736
Salarios y beneficios sociales a colaboradores	238.566.531	249.310.184	283.135.884
Pagos de cuotas de leasing, bonos y préstamos	1.323.542.783	834.580.659	474.487.160
Pagos al Estado (tasas e impuestos)	55.439.291	45.432.688	(18.439.686)
Pagos de dividendos a los accionistas	34.305.339	34.814.985	189.558.742
TOTAL VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	4.964.570.483	4.834.740.094	4.811.168.836
INCREMENTO O DISMINUCIÓN NETO DE EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO (VALOR ECONÓMICO RETENIDO)	2012	2013	2014
	1.264.530	22.109.929	33.255.889



Nuestra Misión

“Ahorrarles dinero a nuestros clientes, para que puedan vivir mejor”. Esta fue la misión que Sam Walton tuvo cuando abrió las puertas de la primera tienda Walmart en Estados Unidos y hoy es la motivación que impulsa día a día todo lo que hacemos en Walmart Chile y que se traduce en que nuestros clientes pueden tener la confianza de encontrar precios bajos, todos los días.



*Ahorrarles dinero
a nuestros clientes,
para que puedan
vivir mejor.*



Nuestros valores



ACTUAR CON
INTEGRIDAD



RESPECTO POR LA
PERSONA



BÚSQUEDA DE LA
EXCELENCIA



SERVICIO A NUESTROS
CLIENTES



Gobierno Corporativo

GRI 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.7, 4.10 / LA13

DIRECTORIO

El Directorio de la Compañía es un órgano de administración societaria compuesto por cinco miembros titulares sin suplentes. Además 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 Compañía sea administrada en su mejor interés, cautelando los derechos de sus accionistas e inversionistas. Para esto tiene la responsabilidad adicional de designar un equipo ejecutivo de la más alta calificación.

Asimismo, le corresponde velar por la implementación de mecanismos adecuados de información, control y auditoría y el establecimiento de estándares de conducta acordes con los principios de la Compañía.

Este órgano puede recibir recomendaciones o indicaciones a través de la Administración de la empresa, que tiene la posibilidad de presentar distintos temas para su conocimiento o aprobación en cada una de sus sesiones mensuales o en cualquier momento que se produzca una situación de urgencia y relevancia.

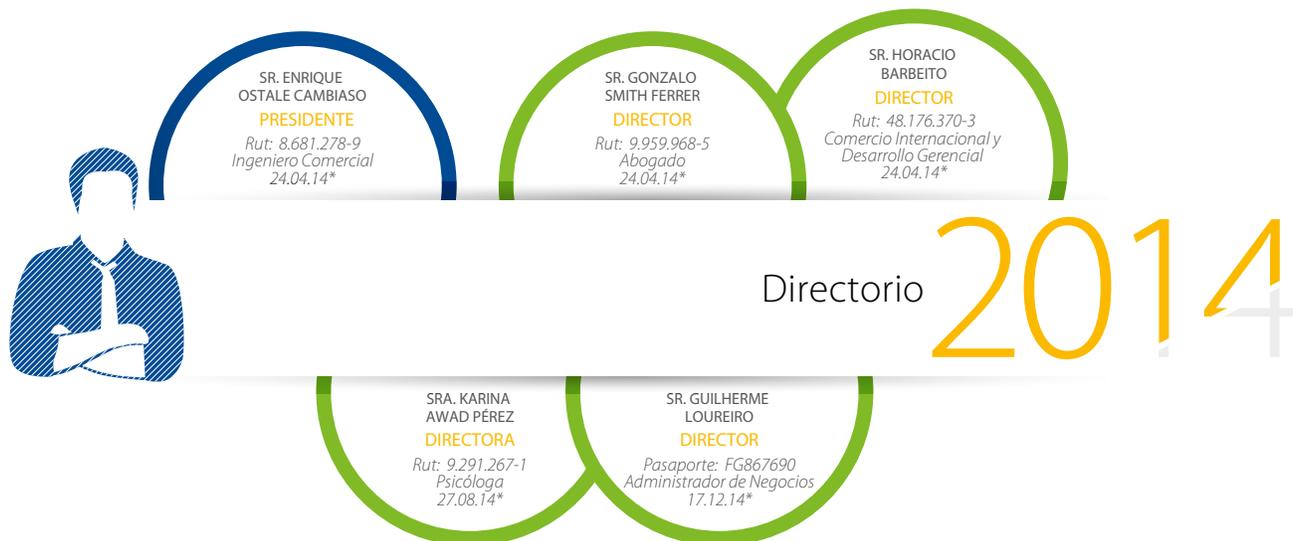
Las sesiones ordinarias del Directorio son mensuales, y existe la instancia de reuniones extraordinarias que se convocan cuando se provocan contingencias.

La evaluación de desempeño del Directorio se establece en conformidad con las "Normas para la Difusión de Información Respecto de los Estándares de Gobierno Corporativo Adoptados por las Sociedades Anónimas Abiertas" de la Superintendencia de Valores y Seguros de Chile (SVS).



Composición del Directorio

Al 31 de diciembre de 2014, el Directorio de Walmart Chile estaba compuesto por:



* Fecha desde la que se desempeña en el cargo o última reelección

REMUNERACIONES DEL DIRECTORIO

La siguiente tabla contiene las remuneraciones pagadas durante 2014 y 2013 por dietas y otros honorarios a los directores de la Compañía, en su calidad de tales:

NOMBRE	CARGO	31-12-2013			31-12-2014		
		DIETA DE DIRECTORIO M\$	DIETA DE COMISIÓN DE DIRECTORES M\$	PARTICIPACIÓN UTILIDADES M\$	DIETA DE DIRECTORIO M\$	DIETA DE COMISIÓN DE DIRECTORES M\$	PARTICIPACIÓN UTILIDADES M\$
Enrique Ostalé Cambiaso ⁽²⁾	Presidente	-	-	-	-	-	-
Gonzalo Smith Ferrer ⁽⁸⁾	Director	-	-	-	-	-	-
Horacio Barbeito ⁽⁸⁾	Director	-	-	-	-	-	-
Karina Awad ⁽⁹⁾	Director	-	-	-	-	-	-
Guilherme Loureiro ⁽¹¹⁾	Director	-	-	-	-	-	-
Felipe Ibáñez ⁽⁷⁾	Presidente	164.071	-	-	106.839	-	-
Eduardo Solórzano ⁽¹⁾	Director	-	-	-	-	-	-
Nicolás Ibáñez ⁽⁷⁾	Director	60.800	-	-	42.956	-	-
José María Eyzaguirre ⁽⁷⁾	Director	66.831	-	-	43.438	-	-
Alberto Eguiguren ⁽⁷⁾	Director	66.834	90.935	-	58.108	63.065	-
Jorge Gutiérrez Pubill ⁽⁷⁾	Director	72.854	-	-	54.144	3.524	-
Christian Philippe Schrader ⁽³⁾	Director	-	-	-	-	-	-
Claire Babineaux-Fontenot ⁽⁷⁾	Director	-	-	-	-	-	-
Pedro Farah ^{(4) (10)}	Director	-	-	-	-	-	-
José María Urquiza ⁽⁵⁾	Director	-	-	-	-	-	-
Kal Patel ^{(6) (7)}	Director	-	-	-	-	-	-
Sebastián Rozas ^{(8) (12)}	Director	-	-	-	-	-	-
TOTALES		431.390	90.935	-	305.485	66.589	-

(1) Fue Director hasta el 28 de febrero de 2013.

(2) Fue nombrado Director el 13 de marzo de 2013.

(3) Fue Director hasta el 31 de enero de 2013.

(4) Fue nombrado Director el 1 de febrero de 2013

(5) Fue Director hasta el 24 de septiembre de 2013.

(6) Fue nombrado Director el 24 de septiembre de 2013.

(7) Fue Director hasta el 24 de abril de 2014.

(8) Fue nombrado Director el 24 de abril de 2014.

(9) Fue nombrada Directora el 27 de agosto de 2014.

(10) Fue Director hasta el 27 de agosto de 2014.

(11) Fue nombrado director el 17 de diciembre de 2014.

(12) Fue Director hasta el 17 de diciembre de 2014.

Los directores pertenecientes a la administración de la Compañía no reciben dieta por su participación en el Directorio de Walmart Chile S.A., según lo aprobado en la Junta de Accionistas realizada el 24 de abril de 2014.

Ética corporativa y gestión anticorrupción

GRI 4.6, 4.9, 4.11 / HR5, HR6, HR7

Walmart Chile S.A. y sus filiales aplican la Política Global Anticorrupción de Wal-Mart Stores, Inc., la cual tiene como objetivo mantener los más altos estándares éticos así como cumplir con la legislación aplicable. Prohíbe pagos corruptos bajo cualquier circunstancia, ya sea en negociaciones con funcionarios públicos o con individuos del sector privado.

Es política de Walmart cumplir con todas las leyes anticorrupción aplicables, incluyendo, pero no limitándose, a la Ley Contra Prácticas de Corrupción en el Extranjero de los Estados Unidos de América (United States of America's Foreign Corrupt Practices Act o "FCPA", por sus siglas en inglés) y a la Ley Anti-Sobornos del Reino Unido (UK Bribery Act).

Adicionalmente, Walmart Chile S.A. cuenta con una Oficina y un Código de Ética que establecen los valores corporativos, principios y acciones que deben regir la conducta del personal, el que es entregado a cada uno de los colaboradores como una guía de la actuación profesional tanto interna como frente a los clientes.

Entre las principales funciones de la Oficina de Ética destacan: garantizar la difusión y cumplimiento del Código de Ética; velar para que los ejecutivos, así como todos quienes realicen actividades administrativas y aquellos que estén bajo su dirección, no incurran en actos reñidos con el referido Código; llevar a cabo un programa de entrenamiento continuo para promover la integridad en los negocios.

A partir de este compromiso permanente con la ética y la transparencia, todos los trabajadores tienen la obligación de reportar cualquier relación comercial, contractual u otra que pudiera generar algún conflicto de interés para la Compañía.

En el ámbito de la gestión de la información, Walmart Chile cuenta con un "Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado" que contiene las políticas y normas internas de la Compañía sobre el tipo de información que será puesta a disposición de los accionistas. Así también, dicho documento contempla los sistemas necesarios para que estos contenidos sean comunicados de manera oportuna, con el fin de regular el manejo de información confidencial, transacciones y temas relacionados.

De la misma forma, señala los sujetos a los cuales se aplican obligatoriamente sus disposiciones, entre los cuales se encuentran directores, ejecutivos y gerentes. En este sentido, el Gerente General de la Compañía es el encargado, personalmente o a través de un tercero debidamente autorizado, de la correcta implementación y ejecución del manual.

La Gerencia Corporativa de Cumplimiento es la encargada de garantizar que el marco regulatorio que determina la actuación de Walmart Chile sea aplicado integralmente. Al respecto, el incumplimiento de las normas establecidas deriva en la adopción de medidas disciplinarias, las que varían de acuerdo al tipo de infracción, las circunstancias, leyes y procesos reglamentarios.



Temas relevantes en gestión ética

Relaciones laborales: abuso de alcohol y drogas, violencia o amenazas, discriminación, acoso y represalias.

Conducta: conflictos de interés, recepción y entrega de regalos, integridad financiera, relaciones con proveedores, directivas poco éticas, sobornos.

Legales: conducta ilegal, robo interno o externo, medio ambiente, salud, seguridad, privacidad, información privilegiada, competencia justa.

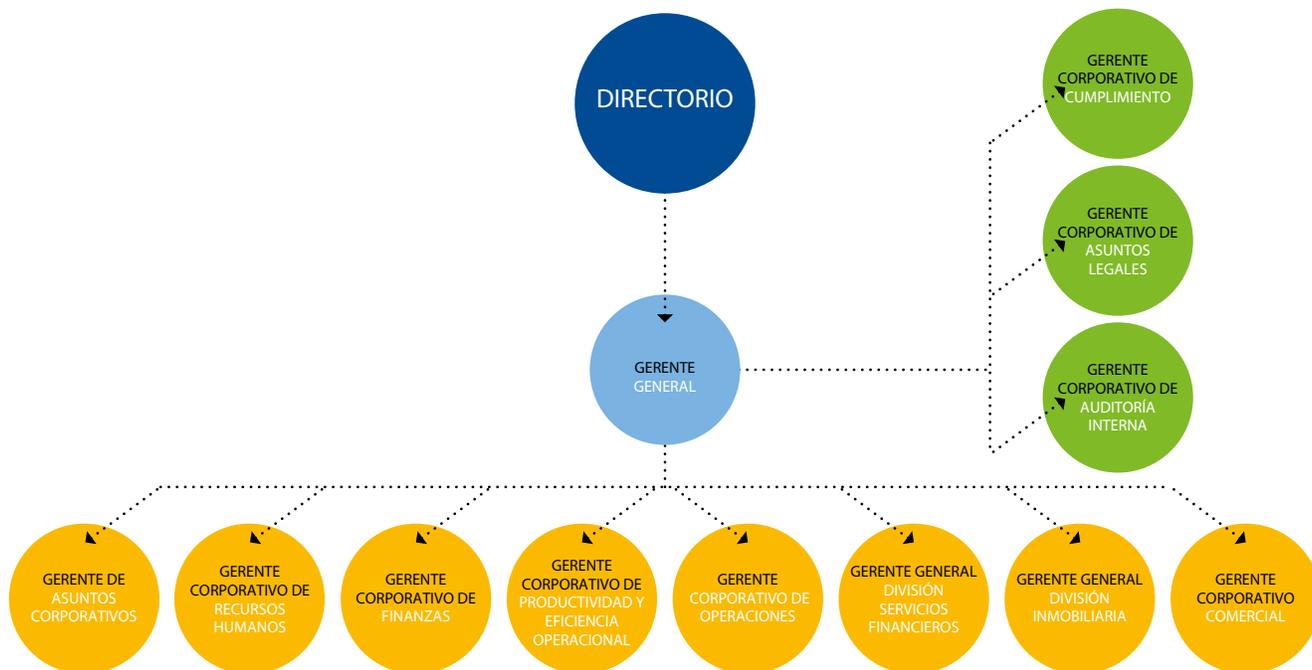
El contenido completo del Código de Ética de la Compañía está disponible en www.walmartchile.cl

Administración

GRILA13, EC7

La estructura de administración interna de Walmart Chile se muestra en el siguiente gráfico:

DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN INTERNA DE LA COMPAÑÍA





EJECUTIVOS PRINCIPALES

La plana ejecutiva de la Compañía es designada por el Directorio de acuerdo a criterios relacionados con la experiencia en cargos similares y su capacidad para liderar la aplicación de la estrategia corporativa en los alcances y plazos establecidos por el máximo órgano de gobierno corporativo.

NOMBRE	RUT	CARGO	PROFESIÓN	FECHA DESDE LA CUAL DESEMPEÑA EL CARGO
Gian Carlo Nuci Vidales	24.261.988-9	Gerente General Walmart Chile	Administrador de Empresas	Feb-13 ⁽¹⁾
Carmen Román Arancibia	10.335.491-9	Gerente Corporativo de Asuntos Legales	Abogado	Sep-09
Gonzalo Gebara Lasuen	23.053.801-8	Gerente Corporativo de Operaciones	Administrador de Empresas	Oct-13
Gonzalo Valenzuela Medina	12.651.463-8	Gerente de Asuntos Corporativos	MBA Administración Internacional	Jul-12
Jesica Duarte Barriga	9.618.426-3	Gerente Corporativo Comercial	Ingeniero Comercial	Dic-12
Manuel López Barranco	7.014.100-0	Gerente General División Inmobiliaria	Ingeniero Comercial	Dic-12
Michel Awad Bahna	5.864.156-1	Gerente General División Servicios Financieros	Ingeniero Comercial	Jul-09
Mónica Tobar	48.168.947-3	Gerente Corporativo de Productividad y Eficiencia Operacional	Máster en Administración de RR.HH.	Ene-14
Stefano Rosso	48.173.717-6	Gerente Corporativo de Finanzas	MBA Economía Internacional	Jul-14
Rubén Camarena T.	24.196.216-4	Gerente Corporativo de Recursos Humanos	Diseñador Industrial	Dic-12
Silvia Tapia Navarro	24.118.113-8	Gerente de Auditoría Interna	Ingeniero Comercial	Ago-12
Ximena Santibáñez Soto	10.909.227-4	Gerente de Cumplimiento	Abogado	Abr-13

(1) Reemplazado por Horacio Barbeito desde el 1 de marzo de 2015.

Remuneraciones de gerentes y ejecutivos principales

Las remuneraciones mensuales y otros beneficios pagados a los gerentes y ejecutivos principales de la sociedad durante el ejercicio se presentan en la siguiente tabla:

GERENTES Y EJECUTIVOS PRINCIPALES WALMART CHILE	31-12-2013 M\$	31-12-2014 M\$
Remuneraciones mensuales y otros beneficios pagados (bonos)	22.949.477	24.148.329
Pagos basados en acciones	0	0
TOTAL	22.949.477	24.148.329

PROPIEDAD Y CONTROL

El capital de Walmart Chile se encuentra representado por 6.520 millones de acciones íntegramente suscritas y pagadas, todas de una misma serie única y sin valor nominal. Al 31 de diciembre de 2014, dicho número de acciones se encontraba distribuido entre un total de 212 accionistas, entre personas naturales, personas jurídicas y corredores de bolsa.

Wal-Mart Stores, Inc. ejerce el control sobre Walmart Chile indirectamente a través de una serie de sociedades que se aglutinan finalmente en el accionista Inversiones Australes Tres Ltda.

Por su parte, Wal-Mart Stores, Inc. es una sociedad constituida el 31 de octubre de 1969 y es válidamente existente de acuerdo con las leyes del estado de Delaware, Estados Unidos de América, con domicilio en dicho estado.

La propiedad accionaria de Wal-Mart Stores, Inc. corresponde a Alice L. Walton, Jim C. Walton, S. Robson Walton, la sucesión de Helen R. Walton (por quien actúan los tres primeros nombrados), y la sucesión de John T. Walton (por quien actúan los mismos tres primeros nombrados) quienes comparten la propiedad de más del 40% de las acciones emitidas por Wal-Mart Stores, Inc. en forma directa o a través de Walton Enterprises, LLC (por quien actúan los mismos tres primeros nombrados).

Salvo las personas y sucesiones precedentemente señaladas, ninguna persona natural o jurídica es titular de acciones de Wal-Mart Stores, Inc. que representen un porcentaje superior al 5% del total de las acciones emitidas por Wal-Mart Stores, Inc.

De esta forma, al 31 de diciembre de 2014, Wal-Mart Stores, Inc. es tenedor directo e indirecto de 6.515.939.147 acciones emitidas por Walmart Chile, lo que equivale al 99,94% del total de sus derechos de capital.

A continuación se detallan los doce mayores accionistas de la Compañía al 31 de diciembre de 2014:

RAZÓN SOCIAL	CANTIDAD DE ACCIONES	PORCENTAJE DE PROPIEDAD
INVERSIONES AUSTRALES TRES LIMITADA	6.515.939.147	99,938%
ALICIA FINDEL WESTERMEIER	826.992	0,013%
SANTANDER S.A. C. DE B.	427.692	0,007%
BANCHILE C. DE B. S.A.	290.198	0,004%
RANCHO SUREÑO S.A.	189.243	0,003%
BCI C. DE B. S.A.	157.338	0,002%
EUROAMERICA C. DE B. S.A.	153.942	0,002%
CONSORCIO C. DE B. S.A.	138.605	0,002%
LARRAIN VIAL S.A. CORREDORA DE BOLSA	137.206	0,002%
MARIA TERESA GARCIA LAFUENTE	126.064	0,002%
MARGARET ELIZABETH MACDONALD JEFFREY	105.528	0,002%
RAMON LUIS SANCHEZ VEGA	100.000	0,002%

Interacción con los accionistas

GRI 4.4

Walmart Chile actúa con pleno apego a las disposiciones en materia de derechos de los accionistas que establece la legislación y disposiciones normativas y reglamentarias referidas al funcionamiento de las sociedades anónimas y el mercado de valores.

Al respecto, los accionistas de la Compañía se reúnen una vez al año en la Junta Ordinaria de Accionistas. El objetivo de este espacio es la aprobación de la memoria, el balance y los estados financieros, junto con la discusión y aprobación de otros temas de interés.

Junto a lo anterior, Walmart Chile ha dispuesto una sección dentro de su sitio en Internet (www.walmartchile.cl) destinada específicamente a entregar información actualizada y dar respuesta a los requerimientos y comentarios de los accionistas y el sector financiero en general.

GRUPOS DE INTERÉS, CANALES DE DIÁLOGO Y TEMAS ABORDADOS CONJUNTAMENTE

GRI 4.5

Para identificar a sus grupos de interés, Walmart Chile analiza los diferentes procesos y actividades que lleva a cabo, desde la planificación, la construcción de un supermercado y su posterior operación, hasta la gestión inmobiliaria de espacios comerciales, la provisión de servicios financieros y la elaboración y comercialización de alimentos.

A partir de ello, la Compañía identifica y caracteriza sus principales grupos de interés con los que se relaciona en la totalidad de sus operaciones, tanto de forma directa como indirecta.



Interacción activa con grupos de interés

GRI 4.14, 4.16, 4.17

La tabla que se presenta a continuación muestra los principales grupos de interés con los que se vincula Walmart Chile, así como los canales de diálogo más frecuentes y los principales temas abordados en dichos procesos de interacción:

GRUPOS DE INTERÉS

Colaboradores

CANAL DE DIÁLOGO:

- ◆ Intranet corporativa
- ◆ Diario Walmart Chile
- ◆ Walmart Chile TV
- ◆ Paneles y afiches corporativos
- ◆ Mailing (Walmart Chile Comunica, Destacados de la semana)
- ◆ Tarjetón guía
- ◆ Política de Puertas Abiertas
- ◆ Eventos corporativos (Holiday Meeting, reunión de colaboradores, Year Beginning Meeting)
- ◆ Reuniones
- ◆ Encuesta de opinión de colaboradores que mide compromiso
- ◆ Evaluación de desempeño
- ◆ Instancias de camaradería
- ◆ Marcha del negocio

PRINCIPALES TEMAS ABORDADOS:

- ◆ Condiciones salariales
- ◆ Posibilidad de desarrollo de carrera

Clientes

CANAL DE DIÁLOGO:

- ◆ Página web
- ◆ Focus group
- ◆ Encuestas de satisfacción
- ◆ Sistema de gestión de reclamos
- ◆ Atención de sucursales
- ◆ Estados de cuenta
- ◆ Campañas masivas en medios de comunicación
- ◆ Reporte de Responsabilidad Corporativa
- ◆ Redes sociales (Facebook, Twitter)
- ◆ Centro de atención telefónica

PRINCIPALES TEMAS ABORDADOS:

- ◆ Respeto a condiciones comerciales ofrecidas
- ◆ Calidad de los productos
- ◆ Disponibilidad de los productos
- ◆ Atención en los locales
- ◆ Precio de los productos

Fiscalizadores y Autoridades

CANAL DE DIÁLOGO:

- ◆ Reuniones y comités
- ◆ Entrega de reportes y documentación requerida
- ◆ Respuesta de oficios y otras solicitudes
- ◆ E-mail
- ◆ Memoria Financiera
- ◆ Reporte de Responsabilidad Corporativa
- ◆ Hechos esenciales enviados a SVS
- ◆ Publicación en página web de información requerida

PRINCIPALES TEMAS ABORDADOS:

- ◆ Respeto a normativas sectoriales en materia de inocuidad alimentaria y medio ambiente
- ◆ Respeto a condiciones comerciales ofrecidas a los clientes
- ◆ Respeto a los preceptos de la libre competencia
- ◆ Respeto en la obtención de permisos y patentes para la operación

Accionistas

CANAL DE DIÁLOGO:

- ◆ Junta de accionistas
- ◆ Reuniones de directorio
- ◆ Memoria Financiera
- ◆ Reporte de Responsabilidad Corporativa

PRINCIPALES TEMAS ABORDADOS:

- ◆ Resultados financieros de la Compañía
- ◆ Alineación de la Compañía a las prioridades de negocio de la corporación a nivel mundial
- ◆ Acceso a información financiera de la Compañía

Comunidad y ONG'S

CANAL DE DIÁLOGO:

- ◆ Página web corporativa
- ◆ Alianzas con instituciones sin fines de lucro
- ◆ Reuniones con representantes de organizaciones
- ◆ Comunicados públicos
- ◆ Reporte de Responsabilidad Corporativa
- ◆ Redes sociales (Facebook, Twitter)
- ◆ Blog Vivamos Mejor

PRINCIPALES TEMAS ABORDADOS:

- ◆ Alternativas para acceder a ayuda de la Compañía para proyectos comunitarios
- ◆ Oportunidades de empleo
- ◆ Mitigación de impactos locales de la operación (ruidos, tránsito de camiones, iluminación, etc.)

Prensa

CANAL DE DIÁLOGO:

- ◆ Comunicados públicos
- ◆ Conferencia de prensa
- ◆ Página web
- ◆ e-mail
- ◆ Reuniones

PRINCIPALES TEMAS ABORDADOS:

- ◆ Oferta de productos y servicios innovadores
- ◆ Anuncio de nuevas líneas de negocio y planes de desarrollo de la Compañía
- ◆ Impresiones de los clientes sobre el servicio que entrega la Compañía

Proveedores

CANAL DE DIÁLOGO:

- ◆ Comunicados vía e-mail
- ◆ Sitio web corporativo
- ◆ Contact Center
- ◆ Pago a proveedores (www.pagoproveedores.cl)
- ◆ EDI (Intercambio Electrónico de Datos)
- ◆ Retail Link
- ◆ Jefe de desarrollo de proveedores
- ◆ Reuniones de Joint Business Plan
- ◆ Defensoría del proveedor

PRINCIPALES TEMAS ABORDADOS:

- ◆ Condiciones comerciales ofrecidas
- ◆ Fechas de pago
- ◆ Posibilidad de desarrollo de categorías en conjunto
- ◆ Posibilidades para formar una relación constructiva a largo plazo

Competencia y pares de la industria

CANAL DE DIÁLOGO:

- ◆ Reuniones y comités de asociaciones gremiales

PRINCIPALES TEMAS ABORDADOS:

Trabajo en conjunto para abordar técnicamente problemáticas comunes para el sector como:

- ◆ Seguridad en recintos comerciales
- ◆ Normativas de inocuidad alimentaria
- ◆ Fortalecimiento de la industria como fuente atractiva de empleo

MEMBRESÍAS Y PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES

GRI 4.13

- ◆ Acción RSE
- ◆ Asociación Chilena de Supermercados
- ◆ Cámara de Centros Comerciales
- ◆ Cámara Chilena Norteamericana de Comercio
- ◆ Cámara de Comercio de Santiago
- ◆ Cámara Nacional de Comercio
- ◆ Chile Alimentos
- ◆ Chile Transparente
- ◆ Comité Retail Financiero
- ◆ Consorcio por la Sustentabilidad
- ◆ Fundación Generación Empresarial
- ◆ Fundación Probono
- ◆ Icare
- ◆ Mujeres Empresarias
- ◆ Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS RECIBIDOS EN 2014.

GRI 2.10

Sello Eficiencia Energética 2014:

Otorgado por el Ministerio de Energía y la Agencia Chilena de Eficiencia Energética por haber desarrollado diversas iniciativas entre las cuáles se destaca el desarrollo de una campaña de sensibilización y competencia de mejora de indicadores energéticos entre más de 200 locales.

Premio Plenus:

Otorgado por la Asociación de AFP por el trabajo de la Compañía en materia de inclusión laboral de adultos mayores.

Supermercadista Mejor Evaluado 2014:

Reconocimiento obtenido a partir del estudio de opinión "The Advantage Mirror Report" que realiza anualmente la consultora internacional The Advantage Group entre proveedores que forman parte de la industria del retail.

Índice de Capital de Marca (ICM) 2014:

Lider se ubicó entre las 16 marcas más valoradas por los consumidores chilenos a partir del estudio "Chile3D 2014" realizado por la empresa especializada GfK Adimark.

Premio Fundación Iguales:

Reconocimiento otorgado a Walmart Chile por el respeto y la promoción de la diversidad sexual a nivel corporativo.



OR

Nuestro Modelo de Negocio

Principales impactos, riesgos y oportunidades

GRI 2.1

SECTOR SUPERMERCADOS

Walmart Chile participa en el sector supermercados tanto en la categoría tradicional de alimentos y bebidas, como en ámbitos que históricamente eran dominados por las tiendas de departamentos, tales como vestuario, calzado, productos electrónicos, líneas para el hogar y muebles.

En 2014, este sector se mostró afectado por el menor dinamismo que experimentó la economía chilena y continuó mostrando tasas de crecimiento real decrecientes iniciadas en 2012.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), que mide la evolución de la actividad de este sector a través del Índice de Ventas de Supermercados (ISUP), en 2014 se verificó un crecimiento real anual de 2,6%, mientras que en 2012 y 2013, este indicador alcanzó el 7,4% y 5,2%, respectivamente.

Las líneas de productos que más incidieron en la variación anual fueron productos electrónicos, para el hogar y tecnológicos; y la línea de vestuario, calzado y accesorios.

SERVICIOS FINANCIEROS

Esta industria realiza una importante contribución a la diversificación de las fuentes de crédito en los mercados financieros, así como a su profundización, tomando un rol importante en la actividad económica de Chile, así como también en el mejoramiento de la calidad de vida de un amplio segmento de la población, facilitándole el acceso a bienes y servicios que de otra manera les serían difícil de conseguir.

La industria chilena de servicios financieros se caracteriza por ser altamente competitiva debido a la participación de diversos actores ligados a la banca, al comercio, cooperativas, cajas de compensación y corredoras de seguros. Este segmento ha diversificado su oferta de productos incluyendo, entre otros, créditos de consumo e intermediación de seguros, lo que ha facilitado el acceso al crédito a sectores de la sociedad que experimentan limitaciones al solicitar financiamiento en el sistema bancario.

Específicamente en el caso de la oferta de servicios financieros de Walmart Chile, al cierre de septiembre de 2014, las Tarjetas Lider MasterCard y Presto contaban con 1.376.504 titulares vigentes, equivalentes a un 11,7% de participación de mercado en las casas comerciales locales. En cuanto a colocaciones de créditos, la participación obtenida al mismo cierre de mes fue de 12,3%, con una cartera de \$334.545 millones.

CENTROS COMERCIALES

En el contexto de la trayectoria de crecimiento de la economía chilena y el incremento del ingreso por hogar, se observa un cambio de tendencia en los hábitos de compra. Lo anterior, se expresa en el fortalecimiento de la "migración" de los clientes desde grandes malls construidos en las periferias de las ciudades, hacia centros comerciales de menor tamaño ubicados en zonas urbanas consolidadas, los cuales incluyen servicios médicos y espacios de oficinas, entre otros.

Respondiendo a esta tendencia, Walmart desarrolló el formato Espacio Urbano que se caracteriza por establecer centros comerciales



de alcance vecinal que ofrecen una experiencia de compra fácil, rápida y cómoda.

De acuerdo a estimaciones de la Compañía, correspondientes al primer semestre de 2014, la participación de mercado de Walmart Inmobiliaria a través de Espacio Urbano era de 10,91% de la superficie arrendable para estos fines, lo cual representó el 10,85% de los ingresos en el ítem arriendos.

ENTORNO REGULATORIO

Las áreas de negocios de Walmart Chile están sujetas a diversos cuerpos normativos de aplicación general, dentro de los cuales se encuentran la legislación de protección de la libre competencia, la legislación laboral y las normas sobre protección a los consumidores.

En el caso de su actividad financiera, la Compañía está sujeta a las regulaciones del sector establecidas y controladas por el Banco Central, la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF) y la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), principalmente.

Al respecto, la empresa ha tenido un comportamiento proactivo en cuanto al estricto

cumplimiento de este marco normativo y regulatorio, a través de diversas instancias de prevención y control que se aplican en los vínculos de distinta naturaleza que establece con proveedores, consumidores, actores del entorno competitivo y la sociedad en general. Entre ellas se encuentran:

- ◆ Programa de Cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia, el cual fue certificado por la clasificadora de riesgo Feller-Rate en diciembre de 2014.
- ◆ Términos y Condiciones Generales de Aprovechamiento de Mercaderías (TCGA), vigente desde 2007.
- ◆ Defensoría del Proveedor.
- ◆ Política de transparencia hacia el mercado y los clientes.
- ◆ Sistema de prevención y cumplimiento de las disposiciones de la Ley N°20.393, sobre responsabilidad penal de las personas jurídicas.

En el sitio en Internet de Walmart Chile (www.walmartchile.cl) está disponible la información completa y los sistemas de prevención, control y cumplimiento de los instrumentos antes mencionados y otras normativas al respecto.





Foco estratégico de negocios

La estrategia de crecimiento de Walmart Chile tiene como eje el éxito comercial sostenible, definido en seis pilares que permiten formular y alcanzar objetivos en las distintas áreas de negocios, detectar oportunidades y mantener su oferta de productos con los precios más convenientes.

PILARES DEL ÉXITO COMERCIAL SOSTENIBLE DE WALMART CHILE

Crecimiento continuo y rentable.	Entregamos una oferta diversificada a partir de distintos formatos de negocios, lo que nos permite conseguir altos niveles de competitividad, tasas de crecimiento sostenidas y convertirnos en una de las marcas de comercialización de productos de consumo masivo más confiable, eficiente y rentable de la industria.
Ofrecer la mejor experiencia de compra a precios imbatibles.	Además de ofrecer los precios más convenientes, nos esforzamos permanentemente por entregar una amplia variedad de productos, una atención cálida y cercana, y desarrollar una constante innovación.
Operar incansablemente con costos bajos todos los días.	Trabajamos con nuestros proveedores para detectar, desarrollar e innovar en aquellas áreas que nos permitan aumentar nuestra productividad y cumplir con nuestra propuesta de valor de Precios Bajos Todos los Días.
Comprometer y desarrollar a nuestros colaboradores.	Nos preocupamos de ofrecer a nuestros colaboradores un espacio de trabajo abierto a la diversidad, con la posibilidad de crecer y desarrollarse tanto profesional como personalmente.
Ser líder en materia de responsabilidad social y sustentabilidad.	En conjunto con nuestros colaboradores y clientes, nos comprometemos a convivir en armonía con nuestro medioambiente, de solidarizar y colaborar con la comunidad a la que pertenecemos, y de considerar la diversidad e incluirla para cumplir de una mejor forma nuestra misión.
Entregar los más altos niveles de cumplimiento a nuestros públicos de interés.	Velamos por el más estricto respeto de las distintas legislaciones, normativas, reglamentos y ordenanzas que regulan el actuar de nuestra Compañía.



Una propuesta clara: Precios Bajos Todos los Días

GRI 1.2,2.2,4.8

La misión de Walmart es facilitar el ahorro personal y familiar a partir de la accesibilidad a los productos y servicios que brinda la Compañía, de tal manera de aumentar su bienestar y calidad de vida.

La propuesta de valor "Precios Bajos Todos Los Días" se expresa en una estrategia multiformato, la cual implica la operación de distintas cadenas de supermercados que se desarrollan a partir de las características del servicio que ofrecen, y que van dirigidos a perfiles de clientes específicos según frecuencia y comportamiento de compra.

La sostenibilidad de esta oferta hacia los clientes está basada en la generación y fortalecimiento de relaciones que se expresan en la construcción de valor compartido entre la empresa y sus grupos de interés, con especial atención a sus colaboradores proveedores, el medioambiente y la comunidad.

Este enfoque fomenta una mayor competitividad en la industria lo cual genera beneficios para el mercado y todos los agentes que participan en él. El desarrollo de Walmart Chile contribuye al bienestar social a partir de nuevas categorías de productos, extensión geográfica y atención a distintos segmentos de clientes.

Estructura de Negocios: Unidades, Formatos y Productos

GRI 2.2,2.3

SUPERMERCADOS

El segmento supermercados es el negocio principal y eje de crecimiento de Walmart Chile. Opera siguiendo una estrategia de multiformatos, en la cual cada formato ofrece una propuesta de valor diferenciada de acuerdo a las necesidades específicas del grupo de clientes al que sirve.

Formatos Segmento Supermercados



LIDER

Hipermercado económico que responde al concepto "todo en un solo lugar". Se caracteriza por ofrecer una amplia y variada oferta que incluye productos de hogar, electrodomésticos, electrónica, textiles, ferretería y juguetes, además de las líneas tradicionales comestibles.



EXPRESS DE LIDER

Supermercado que ofrece, consistentemente, la solución más rápida, fácil y conveniente para las compras de reposición de las familias chilenas. Junto con ofrecer precios bajos constantemente, su principal foco es la venta de alimentación, asegurando una óptima calidad de productos y entregando una solución a las necesidades básicas del hogar a través de mercaderías generales.



SUPERBODEGA ACUENTA

Supermercado que satisface las necesidades de compra de los segmentos socioeconómicos de menores ingresos, desarrollando una propuesta de valor que se basa en ofrecer a los clientes los precios más baratos de Chile. Su foco es la venta de productos de alimentación, de apariencia simple y austera y con gran presencia de marcas propias.



EKONO

Formato que responde al concepto de supermercado de proximidad. Se caracteriza por estar orientado a la alimentación, estar ubicado en zonas densamente pobladas, por la rapidez de compra para el cliente y fácil acceso y precios convenientes.



CENTRAL MAYORISTA

Formato centrado en ventas al por mayor. Atiende exclusivamente a negocios que se asocian mediante un sistema de membresía gratuita. Dirigido a pequeños comerciantes como el de almacenes, botillerías, quioscos, así como empresas que ofrecen servicios de alimentación como hoteles, restaurantes y casinos.



LIDER.CL

Plataforma de comercio electrónico y televenta con despacho a domicilio que funciona a través de Internet y Call Center. Ofrece gran variedad de productos de alimentación, electrónica, computación, decohogar, deportes, juguetes, entre otros.

Hitos de gestión 2014

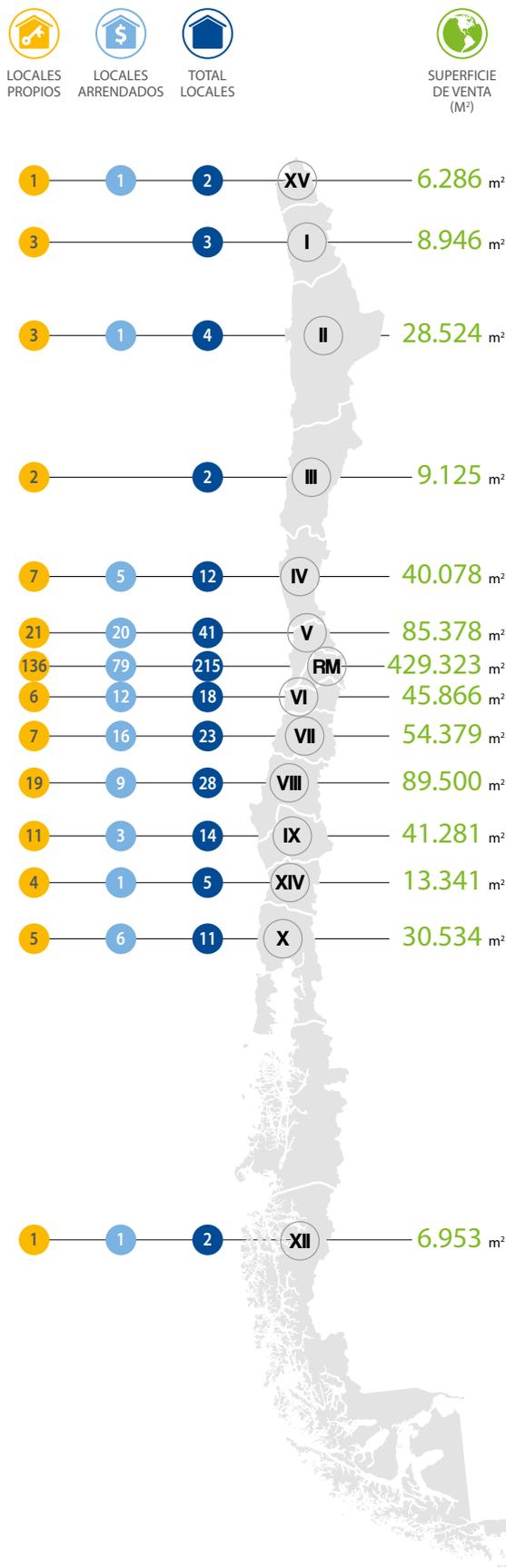
Durante 2014, Lider.cl creció a ritmo sostenido, superando las 23 millones de visitas, al mismo tiempo que aumentó sus transacciones y mantuvo una tasa de crecimiento de ventas superior a la del mercado del e-commerce de Chile en el mismo año.

En el año se registraron hitos relevantes para cimentar el crecimiento futuro del canal. Uno de los cuales fue la actualización de la flota de camiones de reparto para las compras de alimentación, mejorando en forma relevante el estándar de manejo de productos frescos y congelados para su correcta conservación.

La implementación de la versión "mobile" de la tienda online significó llevar a los dispositivos móviles una experiencia de compra optimizada, que se reflejó en el hecho de que un tercio de las visitas de Lider.cl se originaron desde esta fuente.

Por otra parte, Walmart Chile Alimentos y Servicios Ltda. contribuyó con crecimiento rentable y sostenido a la propuesta de valor de alimentos perecederos con permanente foco en la eficiencia e innovación en las categorías pescadería, pastelería, carnicería y panadería. Adicionalmente, se iniciaron los trabajos para la expansión de la capacidad instalada de panadería y carnicería.

Locales y superficie de venta



Lider CentroVisión llega a Chile

Wal-Mart Stores, Inc. cuenta con la mayor presencia territorial en EE.UU. en ópticas, con más de 3.000 tiendas bajo las marcas Walmart Vision Center y Sam's Optical. Además, está presente en distintos países como Inglaterra, México, Puerto Rico, Argentina y Canadá.

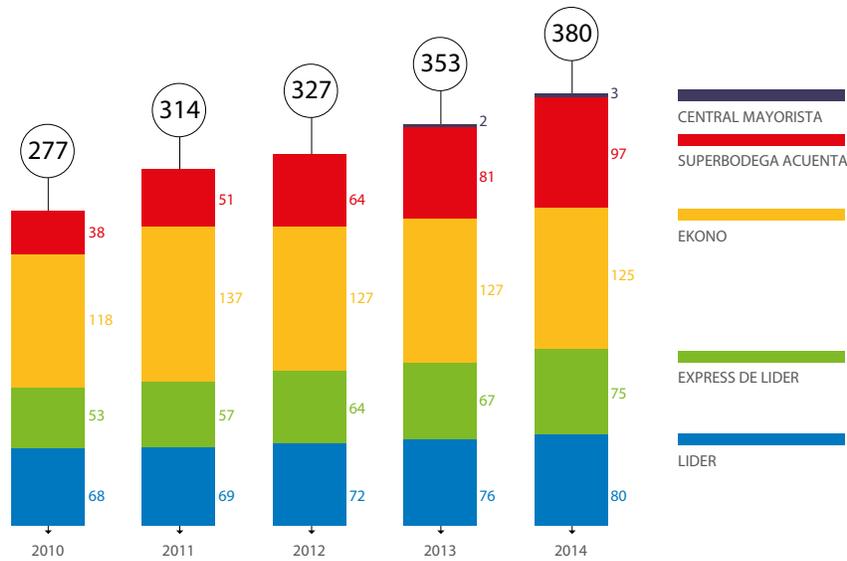
En noviembre de 2014, se inauguró el primer local Lider CentroVisión ubicado en Hiper Lider de Irarrázaval con una oferta de lentes ópticos, de sol y de lectura para niños y adultos.

El modelo de CentroVisión se traduce en precios bajos, marcas exclusivas, la existencia de colores, modelos, diseños y accesorios de otros países que por primera vez están disponibles en Chile.

En 2014, Walmart abrió un total de 3 locales Lider CentroVisión.



Evolución del número de locales por formato (# Locales)



Marcas Propias

Dentro del mercado de las marcas propias, Walmart Chile sigue manteniendo una posición de liderazgo. Durante 2014, se registró una mayor tasa de crecimiento que el resto de las cadenas de supermercado. El desempeño del programa destaca por la alta participación de las marcas Lider, Selección, aCuenta y Great Value en categorías de abarrotes. Por su parte, en consumibles, con las marcas Lider y aCuenta, es posible tener una diferenciación con respecto a la competencia. Finalmente, en Mundo Bebé, la marca Parent's Choice se ha posicionado fuertemente gracias a la lealtad de los clientes.

En 2014, se inició el proceso de renovación de imagen de marca, con el objetivo de mejorar la preferencia de los clientes además de acercarse a las actuales tendencias en imagen corporativa. En términos de lanzamientos, destacó la leche sin lactosa, aceite de canola, jugo néctar boca ancha, entre otros.

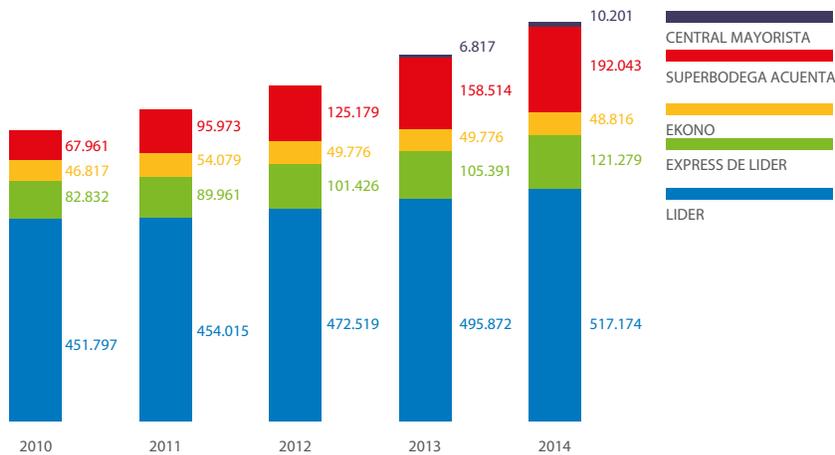
Asimismo, la marca Great Value tuvo importantes lanzamientos en el área de mercaderías generales. Cabe destacar, que el éxito del programa se basa en una sólida propuesta de valor: apoyar la estrategia de la Compañía, además de ofrecer productos de calidad a precios significativamente menores a los de las marcas tradicionales.

Logística Walmart Chile

Es la unidad encargada de la recepción, almacenamiento, distribución y transporte del 62% de los productos que se comercializan en todos los locales y formatos de la Compañía. En la actualidad, Logística Walmart Chile cuenta con nueve centros de distribución a lo largo del país.

Las actividades de compra de Walmart Chile son efectuadas principalmente a través del área de abastecimiento de Logística Walmart Chile, lo que permite determinar los pedidos necesarios para los locales tomando en consideración distintos factores como el tiempo de demora en la recepción de mercadería desde el proveedor, demandas peak en ciertas temporadas del año, estado de conservación de los productos, entre otros.

Evolución de la superficie de venta por formato (m²)



Superficie Centros de Distribución (m²)

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN	REGIÓN	SUPERFICIE (M2)
Mercadería seca, Quilicura	Región Metropolitana	31.500
Mercadería perecible, Quilicura	Región Metropolitana	45.000
Mercadería seca con sorter automático, Lo Aguirre.	Región Metropolitana	65.000
Bodega de marcas propias La Farfana, Pudahuel.	Región Metropolitana	17.000
Mercadería general, Pudahuel.	Región Metropolitana	100.390
Centro de distribución Ekono Antofagasta	Región Metropolitana	13.400
Chillán	Región de Antofagasta	5.500
Temuco	Región del Bío Bío	7.500
	Región de La Araucanía	7.450
TOTAL		292.740

Marcas propias

ALIMENTACIÓN	CONSUMIBLES	MUNDO BEBÉ	VESTUARIO
Lider	Lider	boulevard BABY	boulevard
Great Value	Great Value	George.	George.
Selección	equate	Kid Connection	MOTIVATION
acuenta	acuenta	Parent's Choice	B by boulevard
	SPRING VALLEY		ATHLETIC WORKS
CASA	HARDLINES	ENTRETENIMIENTO	CUIDADO CORPORAL
HAUS	Bonfire	groven	bodycology
MAINSTAYS	paragon	onn	
	Lider	slick	
	Holiday Time	Kid Connection	
	alquimia	ADVENTURE WHEELS	
	home works jardín		

Walmart Chile trabaja con más de 1.261 proveedores nacionales de forma centralizada y cuenta con importantes fuentes de abastecimiento en el extranjero a través de distintos acuerdos comerciales. Las adquisiciones de mercadería se realizan en su mayoría en forma inmediata y en un contexto de relaciones de largo plazo con los proveedores.

Entre los principales hitos de 2014 en esta área destaca la conversión total de los centros de distribución al sistema Walmart GLS (Global Logistic System), siendo el Centro de Mercadería General de Pudahuel el último en incorporarse en marzo 2014.





SECTOR INMOBILIARIO

Walmart Chile Inmobiliaria S.A. es una sociedad filial que tiene la misión de ejecutar desarrollos inmobiliarios para Walmart Chile S.A., además de rentabilizar los activos requeridos por la Compañía y sus filiales, por medio del desarrollo y utilización de modelos de negocios rentables y eficientes, el aprovechamiento de las ubicaciones existentes y la materialización de alianzas estratégicas con otros operadores del sector comercio.

Con más de 25 años de experiencia en el desarrollo y gestión de supermercados y centros comerciales, Walmart Chile Inmobiliaria cuenta con una cobertura a nivel nacional de Arica a Punta Arenas, y es uno de los principales operadores en Chile en el segmento de formatos vecinales.

Para el cumplimiento de sus objetivos, Walmart Chile Inmobiliaria divide su operación en cuatro áreas de negocios: Planificación y Estrategia, Desarrollo, Construcción, Arquitectura y Comercial.

Planificación y estrategia

Esta área tiene la misión de definir la hoja de ruta de la Compañía a través del estudio del mercado, evaluación de potenciales zonas de expansión, planificación de las nuevas ubicaciones y el análisis de las variables que impac-

tan en el desempeño financiero de los locales y su crecimiento a nivel nacional.

El trabajo del área se ejecuta en conjunto con las divisiones de Centros Comerciales, Líder, Express de LIDER, SuperBodega aCuenta, Mayorista y Ekono. De este modo, las decisiones de crecimiento se definen de acuerdo a un marco estratégico claro y alineado entre las diferentes áreas de la Compañía.

Desarrollo

El área de Desarrollo tiene la responsabilidad de validar las zonas potenciales de crecimiento, para posteriormente levantar y concretar las mejores ubicaciones dentro de las áreas de interés, acorde a las condiciones de mercado y plazos que requiere cada uno de los formatos de la Compañía.

En esta misma línea, esta área se encarga de realizar las gestiones y negociaciones necesarias para consolidar el crecimiento esperado por Walmart en Chile.

El proceso que lidera considera un análisis detallado de factores que impactan en el éxito del negocio. En cada uno de los sitios se analizan elementos clave como la accesibilidad peatonal, visibilidad potencial de la tienda, el entorno habitacional, seguridad y emplazamiento comercial. Todos los anteriores, se ponderan de acuerdo al conocimiento de

Walmart Chile respecto de su operación así como la propuesta de valor que ofrece cada uno de los formatos de la Compañía.

Construcción y arquitectura

Una vez definida la ubicación y características de un proyecto, comienza el proceso de su concepción que se realiza con los equipos de arquitectura e ingenierías. Durante 2014 y basado en la política de precios bajos, se aplicó la iniciativa WC4L (construir por menos), lo que se reflejó en mayor eficiencia y productividad en el uso de los recursos.

De esta forma, la división inmobiliaria abrió 32 nuevos locales para supermercados, y realizó 18 remodelaciones y ampliaciones de supermercados, como también la de dos centros de distribución. La apertura de estos nuevos supermercados aportó 102.064 m² construidos, de los cuales 73.850 m² corresponden a salas de venta, sin incluir ampliaciones.

Walmart Chile Inmobiliaria administró una inversión total en proyectos nuevos, ampliaciones y remodelaciones de supermercados y centros comerciales de aproximadamente US\$220 millones durante 2014.

Comercial

Arrendar y administrar los locales comerciales es la función principal del área Comercial de Walmart Chile Inmobiliaria S.A. Así, una vez



Desarrollo Servicios Financieros



TARJETA PRESTO

La tarjeta Presto nace en mayo de 1996 con el propósito de convertirse en la alternativa de pago más económica, conveniente y de fácil acceso para sus clientes. En 2005 se convierte en la primera tarjeta de crédito "abierto" no bancaria de Chile.

A diciembre de 2014, tenía presencia a nivel nacional desde Arica a Punta Arenas e internacional, con más de 150 sucursales y módulos de atención ubicados al interior de los supermercados de la Compañía, además de contar con una gran cobertura en cajeros automáticos. Posee una cartera de 1,16 millones de clientes que la prefieren como medio de pago.



La Tarjeta Lider de tus tarjetas

TARJETA LIDER MASTERCARD

Nace en mayo de 2014 con el propósito de convertirse en la alternativa de pago más económica y de fácil acceso para los clientes, junto con el objetivo de alinearse a la estrategia del segmento retail de ofrecer precios bajos todos los días y potenciando su propuesta de valor con la cobertura de MasterCard.

completado el desarrollo y la construcción de los inmuebles, esta área efectúa el emplazamiento y administración de los locales y espacios disponibles para el arriendo.

La división registra más de 68 millones de visitas anuales en sus centros comerciales, destacando Espacio Urbano 15 Norte en Viña del Mar, con cerca de 15,6 millones de visitas anuales.

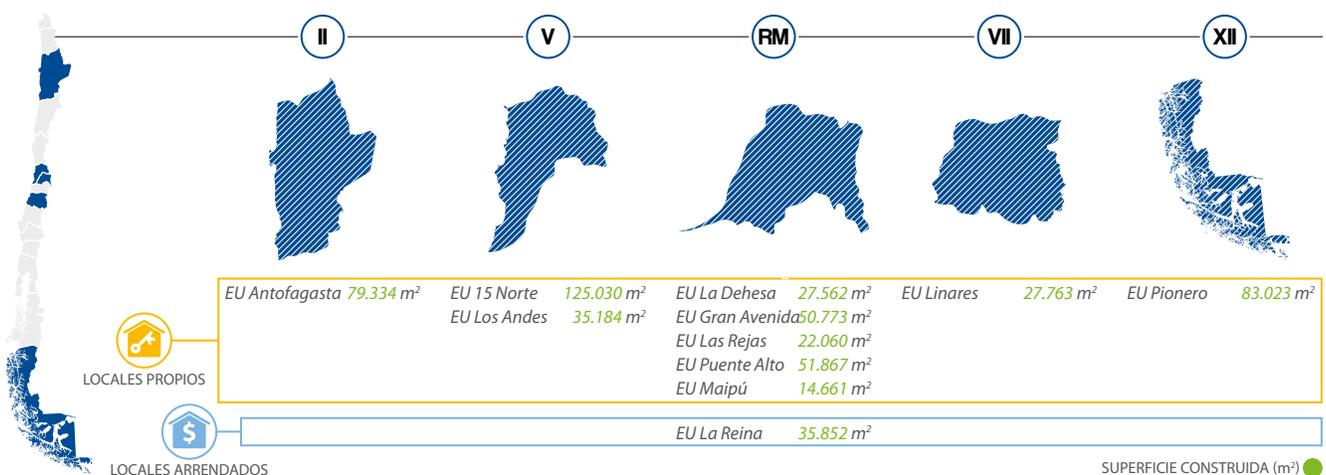
Actualmente Walmart Chile Inmobiliaria es uno de los principales operadores de la industria de shopping centers, con 12 ubicaciones distribuidas de Antofagasta a Punta Arenas, las que suman 593 locales comerciales destinados al arriendo en más de 624.142 m² construidos.

SERVICIOS FINANCIEROS

La división de Servicios Financieros (SS.FF) otorga financiamiento a sus clientes a través de las tarjetas de crédito Lider MasterCard y Presto, habilitadas para compras en los diversos formatos de supermercados de Walmart Chile, en más de 200 mil comercios asociados a lo largo del país y en más de 4 millones de comercios asociados en el mundo.

También permite solicitar avances en efectivo, créditos de consumo y el acceso a diversos productos y servicios, tales como seguros y pago de cuentas, entre otros.

Nuestros centros comerciales: Espacio Urbano



EU: Espacio Urbano
No considera Espacio Urbano Viña Centro por tener Walmart Chile Inmobiliaria únicamente la administración.

Al término del año 2014, Lider MasterCard tenía un parque de 406 mil tarjetas y ventas anuales por \$184,9 mil millones entre sus distintos formatos.

En 2014, las tarjetas Lider MasterCard y Presto fueron las principales tarjetas de crédito empleadas como medio de pago dentro de los comercios Walmart Chile, logrando ventas anuales sobre los \$381.152 millones entre sus distintos formatos.

SegurosPresto

PRESTO CORREDORES DE SEGUROS Y GESTIÓN FINANCIERA S.A.

SEGUROS PRESTO

El año 2014 se caracterizó por la consolidación en venta y permanencia de los productos de seguros, luego de los importantes cambios de norma en esta industria con la implementación del nuevo Código de Comercio en 2013.

Durante este año se logró afianzar la venta de seguros con ahorro, obteniendo más de 43.000 asegurados vigentes al final del periodo. Además, se continuó mejorando en la simplicidad y transparencia de los productos junto con la gestión de sucursales.

Finalmente, 2014 concluyó con un crecimiento sostenido en el stock de pólizas, especialmente en los productos de Líneas Personales,

lo que significó un aumento del 41,7% respecto del 2013.

Durante este periodo, la corredora logró un volumen de más de \$30.694 millones de primas intermediadas.

Recaudación

En 2014, el negocio de recaudaciones de Servifácil continuó mejorando sus servicios e incorporando nuevas empresas para que los clientes de Walmart Chile puedan pagar sus cuentas.

Adicionalmente, se concretó el recambio completo del parque de autoservicios a pantallas de última generación, lo que permitió entregar una mejor experiencia de uso al cliente.

Además, se mantuvo un crecimiento sostenido, recaudando más de 5,7 millones de pagos que representaron un monto superior a \$142.000 millones. De esta forma, Servifácil continúa con un crecimiento de doble dígito alcanzando 25% sobre las transacciones y 23% en comisiones respecto de 2013.

Créditos

A través de su programa de avances y súper avances, la división de Servicios Financieros ofrece créditos de consumo a los clientes de las tarjetas Lider MasterCard y Presto. Este mecanismo de crédito facilita al usuario girar dinero en efectivo con cargo al cupo de sus tarjetas.

OTROS NEGOCIOS



GRUPO RESTAURANTE DE WALMART CHILE

Grupo Restaurante de Walmart Chile desarrolla y opera restaurantes, autoservicios y cafeterías. Ofrece 25 puntos de ventas (2 Parrillas del Buen Corte, 7 Cafeterías Buffet, 9 Restaurantes Revive Lunch, 4 Pio y 3 Revive Restaurante), ubicados principalmente en supermercados y centros comerciales.



MI CLUB

Mi Club es el programa de fidelización de Walmart Chile. Cada vez que un cliente compra en Lider o Express de LIDER y entrega su RUT en caja acumula Pesos Mi Club que se suman al Cheque Ahorro, que es emitido cuatro veces al año y que puede ser canjeado por lo que el cliente desee en Lider o Express de LIDER, en relación 1 Peso = 1 Peso Mi Club. Durante el año 2014 se emitieron más de 3 millones de Cheque Ahorro a más de 6 millones de socios.

Consolidación del nuevo modelo de atención en sucursales

Desde 2012 la división de Servicios Financieros ha desarrollado un nuevo modelo de atención en sucursales para sus clientes. Esta estrategia está alineada con los pilares de crecimiento sostenible y operación de bajo costo, generando importantes ahorros operacionales. Estos cambios incidieron positivamente en los niveles de venta, sin poner en riesgo la calidad de la atención de los clientes.

A diciembre de 2014, más del 60% de las sucursales del formato Lider operaban bajo este modelo lineal en cajas y tras cajas. Esto se complementó con la puesta en marcha de la integración en los servicios de atención de clientes en los locales Express de LIDER, con el fin de otorgar una mayor cobertura y atención más cercana e integral.

43.383
PÓLIZAS DE SEGUROS
CON AHORRO



1.047.966
PÓLIZAS DE SEGUROS
VIGENTES

MM\$ 358.201
EN STOCK DE
COLOCACIONES



200.000
COMERCIOS
ASOCIADOS A LO
LARGO DEL PAÍS



Nuestra Cultura

04



Compromiso con la sustentabilidad

GRI 1.2

Su misión y valores Corporativos comprometen a Walmart Chile con el desarrollo sustentable desde la perspectiva económica, social y medioambiental, teniendo en cuenta la satisfacción de las necesidades y demandas actuales sin comprometer la capacidad de responder a las exigencias del desarrollo futuro.

Al respecto, la Política de Sustentabilidad de Walmart Chile establece que su actuación corporativa tiene que basarse en cuatro aspectos fundamentales:

- ◆ **Energías renovables:** Optimizar el consumo energético y fortalecer el uso de energías renovables.
- ◆ **Cero residuos:** Disminuir la generación de residuos y fomentar la aplicación de sistemas de reciclaje y reutilización.
- ◆ **Productos más sustentables, saludables y accesibles:** Ampliar el acceso de los clientes a productos con bajos precios y a la vez, que sean sanos para sus familias y el plane-

ta, tanto en el desarrollo de marcas propias como en el trabajo con proveedores.

- ◆ **Trabajo con y para las personas:** Fomentar el diálogo y comunicación permanente con los públicos de interés respecto del cumplimiento, desempeño y progreso en sustentabilidad. Lo anterior también se extiende a la difusión y formación respecto de la Política de Sustentabilidad de Walmart Chile destinada a colaboradores y proveedores.

Integridad y actuación ética

GRI 4.6

Walmart Chile ha definido que la integridad es el valor central de su cultura y comportamiento corporativo desde la perspectiva de sus directrices internas y la vinculación con sus clientes, proveedores y el medio social y comunitario.

En consecuencia, la empresa cuenta con herramientas específicas enfocadas a garantizar que todos sus procesos y actividades reflejen

una forma de actuación ética y responsable, orientada a la sustentabilidad corporativa desde el punto de vista económico, social y medioambiental.

COMPORTAMIENTO ÉTICO

La Declaración de Ética Global de Wal-Mart Stores, Inc., aplica a todos los directivos y colaboradores en cada uno de los niveles de la organización alrededor del mundo, lo cual también incluye a las subsidiarias controladas por la Compañía.

En este sentido, Walmart Chile adhiere plenamente a la Declaración de Ética Global de Wal-Mart Stores, Inc., que actúa como código de conducta en la materia.

En el caso de los colaboradores de la empresa, su comportamiento debe estar regido por los siguientes principios básicos:

- ◆ Actuar con integridad y esperar que otros trabajen con integridad.
- ◆ Seguir la ley en todo momento.
- ◆ Ser honesto y justo.
- ◆ Respetar y fomentar la diversidad y nunca discriminar.



- ◆ Evitar cualquier conflicto de interés.
- ◆ Pedir a su gerente o a la Oficina de Ética ayuda si tiene alguna pregunta acerca de nuestro código de ética, o si enfrenta un problema ético.
- ◆ Informar a la Oficina de Ética cualquier sospecha de violación a nuestro código ética. En caso que se requiera, recurrir a la Oficina de Ética a nivel global.
- ◆ Informar con veracidad, sin manipulación o falsedad.
- ◆ Cooperar y mantener la privacidad de cualquier investigación sobre presuntas violaciones del código ético.
- ◆ Al participar en una investigación de ética, debe revelar e informar verazmente todos los hechos sin opinión personal, prejuicios o sentencia.

A la vez, la Compañía espera que todos sus proveedores, consultores, firmas legales, firmas de relaciones públicas, contratistas y otros proveedores de servicios actúen de forma ética y de una manera consistente con los principios y contenidos de la Declaración de Ética Global y de todas las políticas, normas y guías de comportamiento relacionadas tanto a nivel internacional como en el ámbito local.

La Gerencia de Ética de Walmart Chile cuenta con una oficina especializada que proporciona orientación en la toma de decisiones en este ámbito, además de garantizar un proceso confidencial y anónimo vinculado a la recepción e investigación de denuncias en la materia. Esta instancia actúa en coordinación directa con la Gerencia Corporativa de Cumplimiento que vela por el estricto cumplimiento de las distintas legislaciones, normativas, reglamentos u ordenanzas aplicables a la Compañía y sus actividades.

En los sitios en Internet walmartethics.com y www.walmartchile.cl está disponible públicamente la información completa sobre los canales de comunicación y el proceso específico de consulta, asesoría y reporte de situaciones asociados a la Declaración de Ética Global de Walmart tanto a nivel internacional como en el caso local de Chile.

ANTICORRUPCIÓN Y LIBRE COMPETENCIA

Walmart Chile adscribe a la Política Global de Anticorrupción de Wal-Mart Stores, Inc., a través de la cual la Compañía busca prevenir cualquier acción que pudiera parecer impropia por

parte de sus directores, asociados, empleados, agentes o representantes, a la hora de interactuar con funcionarios públicos.

Esta política prohíbe a todas las personas actuar en nombre de Walmart, de manera directa o indirecta, para realizar o recibir pagos improcedentes, alineándose así con el estricto cumplimiento de distintas normativas y regulaciones vigentes en la materia que aplican a la Compañía en los niveles global y nacional.

Walmart Chile lleva a la práctica las directrices de esta Política a través del estricto cumplimiento de las exigencias del Programa Anticorrupción Global, cuya efectividad está basada en la determinación de niveles de riesgo que, a su vez, sirven para establecer planes operativos cuyos objetivos son prevenir, detectar y remediar cualquier tipo de transgresión al respecto.

En forma complementaria a la operación de su sistema de gestión anticorrupción, Walmart Chile se compromete con el respeto y fomento de la libre competencia. Al respecto, la Compañía cuenta con un programa específico de cumplimiento de las normas que la Fiscalía Nacional Económica dicta y aplica en esta materia.



El programa de Libre Competencia de Walmart Chile contempla:

- ◆ La disposición y difusión de una política de resguardo de la Libre Competencia.
- ◆ Un decálogo práctico para orientar a los ejecutivos de la Compañía.
- ◆ Un programa de inducción para nuevos colaboradores.
- ◆ Un procedimiento establecido de denuncia.
- ◆ Una matriz de riesgo para identificar oportunidades de mejora.
- ◆ Realización de auditorías periódicas.

La Gerencia Corporativa de Cumplimiento coordina este programa que contempla un sistema de capacitaciones que se aplica desde 2009 y que cuenta con la certificación de la firma especializada Feller Rate desde noviembre de 2013.



Exigencias para la aplicación efectiva de la Política Anticorrupción

Las principales herramientas que Walmart Chile aplica en materia de anticorrupción se relacionan con:

- ◆ Controles efectivos en el desembolso de fondos y otros activos.
- ◆ Medidas para garantizar el correcto registro e información sobre la gestión de activos.
- ◆ Un sistema integral de reporte respecto de los procedimientos de cumplimiento.
- ◆ Programas de difusión y capacitación sobre materias de anticorrupción destinados a directivos, ejecutivos y colaboradores y, en caso de que sea pertinente, terceras partes que interactúan con la Compañía.
- ◆ Aplicación de procesos de auditoría interna y externa respecto de las actuaciones corporativas anticorrupción.
- ◆ Existencia y difusión de medios de reporte y respuesta respecto de asuntos de anticorrupción existentes o potenciales.
- ◆ Incentivos y castigos apropiados para los colaboradores, ejecutivos y terceros por su grado de adhesión o por violaciones, según sea el caso, a las políticas y procedimientos aplicables.
- ◆ Revisión periódica y adaptación pertinente y oportuna de las directrices y procedimientos anticorrupción ante cambios legales, regulatorios o de la propia industria.



Colaboradores: Oportunidad de crecimiento para todos

DOTACIÓN LABORAL

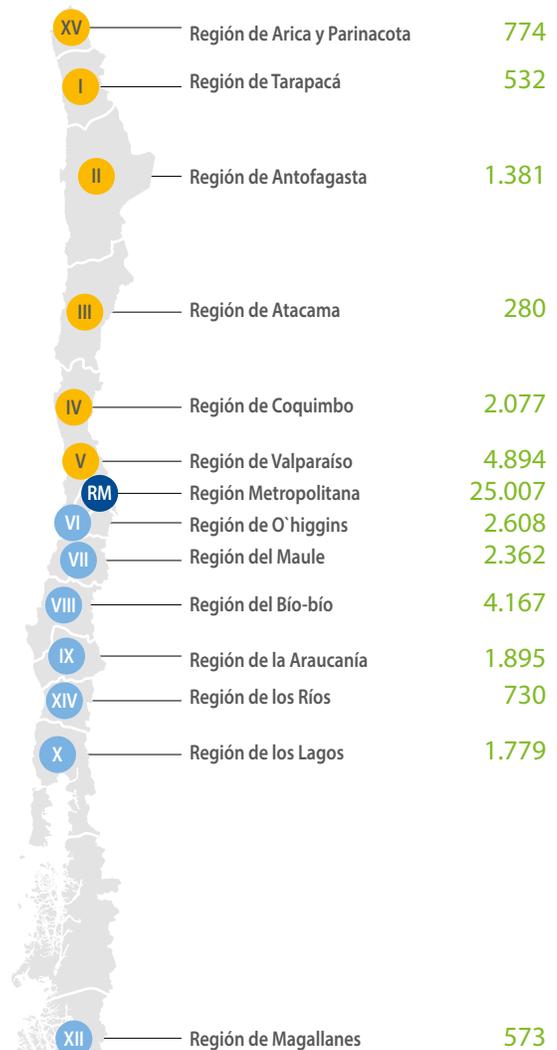
GRILA1, LA4, LA2

Las personas son un pilar fundamental para Walmart Chile y sus filiales, y es por esto que la Compañía cuenta con una sólida cultura de Recursos Humanos, que busca siempre beneficiar y potenciar las capacidades y desarrollo de sus colaboradores.

En este ámbito la Compañía ha desarrollado programas de capacitación y prácticas que permiten lograr un excelente clima laboral y contar con un capital humano cada día más calificado.

A diciembre de 2014, Walmart Chile contaba con una dotación total de 49 mil 59 colaboradores, distribuida de acuerdo a la siguiente tabla:

Dotación Walmart Chile por región a diciembre de 2014



DOTACIÓN 2014	GERENTES Y EJECUTIVOS PRINCIPALES		PROFESIONALES Y TÉCNICOS		COLABORADORES		TOTAL
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	
Walmart Chile S.A.	3	8	0	0	1	0	12
Walmart Chile Comercial	34	73	303	316	428	399	1.553
Negocio Retail	65	196	1.364	1.573	22.888	17.116	43.202
Negocio Inmobiliario	3	22	51	138	131	214	559
Negocio Financiero	10	12	243	100	854	453	1.672
Alimentos y Servicios	0	5	17	34	1.453	552	2.061
TOTAL	115	316	1.978	2.161	25.755	18.734	49.059

DOTACIÓN WALMART CHILE POR RANGO DE EDAD			
RANGO DE EDAD	2012	2013	2014
Menor a 30 años	21.821	21.604	21.409
Entre 30 y 50 años	20.244	21.427	22.915
Mayor a 50 años	3.085	3.859	4.735
TOTAL GENERAL	45.150	46.890	49.059

DOTACIÓN WALMART CHILE POR GÉNERO			
AÑO	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
2012	25.030	20.120	45.150
2013	26.429	20.461	46.890
2014	27.848	21.211	49.059

Programas y logros en diversidad, inclusión y equidad de género en 2014

- ◆ Walmart Chile es una de las diez Compañías líderes que integran el programa “+Diversidad” impulsado por la organización Acción RSE. Su objetivo es posicionar públicamente la adopción de buenas prácticas en diversidad e inclusión en el sector empresarial nacional.
- ◆ Desarrollo de la segunda versión del programa de desarrollo laboral “Mujeres en Retail”, con la participación de 64 colaboradores de distintos niveles jerárquicos de la Compañía.
- ◆ El programa “Champion” para la inclusión laboral de personas con discapacidad se extendió a nuevos locales del formato Express de LIDER.
- ◆ En 2014, Walmart Chile comenzó el proceso de implementación de la norma chilena para la adopción de un sistema de gestión de calidad en materias de género y conciliación de la vida laboral, familiar y personal.
- ◆ Participación de 25 jóvenes infractores de ley en condiciones de vulnerabilidad en la iniciativa “Escuela de Panadería”, que busca apoyar la inclusión social y laboral de este sector de la población.
- ◆ 80 personas en condiciones de vulnerabilidad socioeconómica participaron en la segunda versión del programa “Escuela Social del Retail”.



La Compañía se ha preocupado por el crecimiento y desarrollo de la población joven chilena, entregando opciones laborales a personas entre 18 y 24 años, como en el caso del programa “Café Carrera” el cual estaba dirigido a jóvenes talentos. Lo anterior, se ve reflejado en que un 25% de los trabajadores de Walmart Chile pertenecen a este segmento al cierre de 2014.

Durante los últimos tres años, Walmart Chile ha potenciado la participación y liderazgo femenino en la Compañía a través del programa “Mujeres Retail”, cuyo objetivo es entregar las herramientas necesarias para que desarrollen una carrera dentro de la empresa, lo cual se refleja en que el 57% de la dotación total son mujeres.

Asimismo, la Compañía tiene el compromiso de entregar un trabajo estable y de calidad a todos sus colaboradores. Esta responsabilidad se refleja en que el 81% de su dotación cuenta con contratos a plazo indefinido y el 66,9% de los trabajadores está cubierto por un convenio colectivo asociado a la negociación empresa-sindicatos.

DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y EQUIDAD DE GÉNERO

La Política de Diversidad, Inclusión y Equidad de Género de Walmart Chile se basa en tres pilares estratégicos: equipos de trabajo, lugar de trabajo, y mercado y entorno.

Tanto el nivel directivo como ejecutivo de la empresa es responsable de incorporar esta Política a su estrategia corporativa, para lo cual existe la Gerencia de Diversidad e Inclusión. Además, existe un Consejo integrado por representantes de todas las áreas corporativas con el objeto de establecer programas y metas específicas en cada una de ellas.

SISTEMA INTEGRAL DE BENEFICIOS

GRILAS

Con el objetivo de optimizar y fortalecer la efectividad del sistema de beneficios, Walmart Chile estableció un modelo basado en la agrupación bajo cuatro categorías, de acuerdo a la siguiente estructura:

CATEGORÍAS DE BENEFICIOS

PARA MÍ	YO Y LOS MÍOS	SALUD	ENTRETENCIÓN
5% de descuento en compras.	Actividades recreativas de invierno.	Convenios de salud.	Celebración Fiestas Patrias.
Actividades deportivas.	Actividades recreativas de verano.	Convenios dentales.	Convenios con centros culturales.
Aguinaldo Fiestas Patrias.	Campaña vacunación preventiva.	Convenios en farmacias.	Convenios entretenimiento.
Aguinaldo navidad.	Celebración de navidad hijos de colaboradores.	Convenios ópticos.	Preventas para eventos.
Alimentación.	Convenio telefonía móvil para tu familia.	Evaluaciones preventivas.	Convenio viajes.
Asistente social.	Estímulo escolar para hijos de colaboradores.	Seguro complementario de salud.	
Becas estudios superiores.	Días de permiso matrimonio colaborador(a).	Seguro catastrófico.	
Bono movilización.	Bono matrimonio.	Seguro dental.	
Buses de acercamiento.	Mi Día Contigo.	Gimnasia pausa, activación.	
Convenio telefonía móvil.	Nacimiento hijo de colaborador.	Convenios de salud.	
Convenio belleza.	Seguro de vida.		
Convenios deportivos.	Regalo navidad hijos.		
Educación financiera.	Sala cuna.		
Estímulos escolares colaborador.	Seguro automotriz para los vehículos de tu familia.		
Flexitime.			
Nivelación de estudios.			
Seguro automotriz.			
Seguro de guardias.			
Subsidios de licencia médica.			





Durante el ejercicio 2014, se destacan los siguientes beneficios por áreas:

Salud:

- ◆ Seguro complementario de salud, dental, de vida, oncológico y de guardias.
- ◆ Convenios con centros médicos, dentales, ópticos y gimnasios.
- ◆ Reembolsos en línea de seguros de salud.

Calidad de vida personal y familiar:

- ◆ Iniciativas para promover la realización de exámenes preventivos y gimnasia de pausa.
- ◆ Servicio de asistentes sociales en todos los locales.
- ◆ Bono de movilización para todos los colaboradores que tienen un sueldo base menor a \$500.000.
- ◆ Actividades de invierno y verano para los hijos de los colaboradores.
- ◆ Actividades deportivas y recreativas para colaboradores durante todo el año.

Educación y capacitación:

- ◆ Estímulos escolares para colaboradores y sus hijos que estudian enseñanza básica, media, técnica o universitaria.
- ◆ Diplomados de especialización en ámbitos relacionados con perfiles laborales.

- ◆ Programa de becas de estudios superiores.
- ◆ Financiamiento del 100% para la continuidad de estudios de aquellos colaboradores que no han completado su enseñanza primaria y/o secundaria.



Programa Vida Saludable

Esta iniciativa está orientada a la promoción de hábitos y conductas de autocuidado y prevención en salud de acuerdo a tres ejes de acción:

- ◆ **Come Sano (alimentación saludable):** Busca generar conductas de autocuidado en los colaboradores a través de distintos mensajes en los casinos, resaltando la importancia de una alimentación saludable como herramienta fundamental para disminuir los niveles de sobrepeso y obesidad.
- ◆ **Cuídate (actividades preventivas):** Entrega herramientas sobre la importancia del autocuidado para prevenir distintas enfermedades, accidentes y factores de riesgo que se puedan presentar en nuestra vida laboral y personal.
- ◆ **Diviértete (break laboral):** Contempla actividades inclusivas de carácter recreativo y deportivo con el fin de mejorar su experiencia laboral y aportar en el compromiso con la Compañía.



EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

GRI LA12

El sistema de evaluación de desempeño de Walmart Chile busca orientar, revisar, mejorar y dar seguimiento a la gestión de los colaboradores, permitiendo alinear los objetivos y metas individuales con las de la Compañía. Esta instancia se aplica a todos los trabajadores que llevan más de seis meses en la empresa.

Junto con contribuir al logro de los objetivos corporativos, este instrumento permite fortalecer el compromiso laboral, el liderazgo y la cultura organizacional a través de los canales de retroalimentación. También aporta a identificar talentos con el objetivo de apoyarlos en su desarrollo de carrera en la empresa. La evaluación de desempeño contempla entre 9 y 13 competencias, dependiendo del nivel de cargo del colaborador.

El proceso de retroalimentación es la instancia formal de conversación que tiene la jefatura para evaluar el desempeño de sus colaboradores. Se lleva a cabo en los locales y tiene como propósito reconocer y valorar el trabajo bien hecho; destacar logros, fortalezas y habilidades; identificar oportunidades de mejoramiento; y construir en conjunto los compromisos que orientarán su trabajo y desarrollo durante los próximos meses.

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

GRI LA10, LA11, HR8

En 2014, el trabajo de Walmart Chile tuvo su foco en el programa de liderazgo. Lo anterior, se materializó en el desarrollo de talentos a través de los programas de estudios y las actividades de las academias funcionales, cuyo objetivo es apoyar y proyectar a los actuales y futuros líderes de las distintas áreas de negocios.

También se trabajó en conjunto con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) con especial atención en las capacitaciones en situaciones de emergencia, y el manejo de maquinaria y herramientas en la operación. En total se capacitó a más de 8 mil colaboradores a través de este programa.

WALMART CHILE: NÚMERO DE HORAS DE CAPACITACIÓN

2012	507.260
2013	641.661
2014	570.876

Las horas de capacitación durante 2014 disminuyeron en 11% respecto de 2013 debido a los cambios en los focos de acción del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) y la menor cantidad de cursos dictados en modalidad e-learning.

Fomento del liderazgo femenino en Walmart Chile

Durante 2014, la iniciativa corporativa "Mujeres en Retail" desarrolló un programa intensivo de fortalecimiento del liderazgo femenino que contó con la participación de 40 colaboradoras.

Esta iniciativa, en la cual se trabajó en conjunto con la organización Comunidad Mujer, incluyó mentorías individuales, charlas con reconocidas líderes, talleres de desarrollo de habilidades y sesiones de escucha y retroalimentación.

De esta manera, Walmart Chile busca incrementar la participación femenina en puestos de liderazgo intermedio, lo cual es coherente con su compromiso con la diversidad e igualdad de oportunidades en el trabajo.

Este programa se suma a otras iniciativas de Walmart Chile para impulsar el empoderamiento de las mujeres, tales como las Becas que financian la participación de proveedoras y potenciales proveedoras en el programa "Compite +1000" de la Universidad Adolfo Ibáñez.

Nuestro Compromiso con el Entorno



Productos sanos, seguros y sustentables

GRI 2.2

CALIDAD Y SEGURIDAD EN PRODUCTOS

GRI PR1

La estrategia de sustentabilidad de Walmart Chile responde a las directrices de Wal-Mart Stores, Inc. en cuanto a ofrecer a sus clientes productos accesibles económicamente y que, a la vez, cumplan estándares de excelencia en calidad, seguridad y pleno respeto con el entorno social y medioambiental del cual la Compañía participa activamente.

Al respecto, todos los productos disponibles en los puntos de venta de Walmart Chile, están sujetos al estricto cumplimiento de la normativa local vigente y los parámetros internacionales a los cuales adhiere Wal-Mart Stores, Inc. y que son exigibles en todas sus filiales.

Además, la Compañía aplica herramientas de aseguramiento de calidad en líneas específicas de negocios. Entre ellas se encuentran:

- ◆ Procedimientos operacionales estandarizados de sanitización (POES).
- ◆ Aplicación y control de los sistemas de buenas prácticas de manufacturas, de procedimientos operacionales estandarizados (POE) y de procedimientos operacionales estandarizados de sanitización (POES).
- ◆ Auditoría de seguridad alimentaria y desarrollo de proveedores (Global Food Safety Initiative, de acuerdo a su denominación en inglés).
- ◆ Auditoría interna de Walmart Chile en supermercados (Food Safety Audit, en inglés).

Específicamente en 2014, la Compañía estableció la Subgerencia de Product Safety (seguridad de productos) la cual reporta a la Gerencia Corporativa de Cumplimiento. Su objetivo es resguardar el pleno cumplimiento de la normativa y regulación en materia de seguridad en el consumo, con responsabilidades como el diseño y aplicación de un sistema de gestión de reclamos en aspectos de seguridad, calidad y servicio técnico.

En el caso de la garantía de seguridad alimentaria en Marcas Propias, Walmart Chile exige a sus proveedores estándares de clase mundial

en la materia, que van más allá del ámbito legal y normativo local.

En el marco de aplicación del sistema de Auditoría de Seguridad Alimentaria (GFSI, según su sigla en inglés), la Compañía apoya a sus proveedores en el logro de su certificación en acuerdos y directrices como: BRC Global Standard; FSSC 22000; Global Aquaculture Alliance BAP; Global Red Meat Standard; International Food Standard; y SQF 2000 y/o Synergy 22000.

Relación con clientes y calidad de servicio

La construcción de una relación a largo plazo basada en la confianza con sus clientes es uno de los pilares de la propuesta de "Precios Bajos Todos Los Días" de Walmart Chile, entendida como un esfuerzo sistemático y permanente para lograr su plena satisfacción cuando acuden a los puntos de venta de la Compañía.

Este vínculo de confianza también se basa en la permanente preocupación por la calidad en el servicio; la disponibilidad y accesibilidad de la oferta de productos; la seguridad en la



gestión de información de los clientes; y la aplicación de políticas de marketing responsable.

CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

GRI PR5

Walmart Chile trabaja diariamente en facilitar la comunicación y atención de sus clientes, a través de plataformas y canales que responden a la diversidad de sus perfiles y las distintas motivaciones para acceder a ellos: consultas, requerimientos de información sobre productos, reclamos y sugerencias. A la vez la Compañía garantiza que cada uno de estos mensajes será analizado de tal manera de generar una respuesta efectiva, cercana y en el menor plazo posible.

Durante 2014, Walmart Chile estableció una serie de iniciativas con el fin de reforzar estándares en el servicio a través de capacitación y herramientas de apoyo para el personal de contacto que representa a la Compañía.

Entre ellas destaca la formalización de la Política de Servicio al Cliente que contiene los compromisos corporativos en materia de Derechos del Consumidor y consecuentemente,

los procedimientos establecidos para dar cumplimiento efectivo a lo declarado.

Otro hito anual en la materia fue la implementación de un sistema de indicadores referido a la percepción de los clientes respecto de su experiencia de compra, el cual se canaliza a través de una encuesta voluntaria disponible en Internet. Este modelo de consulta y medición se activa mensualmente en los formatos Lider, Express de LIDER, Ekono y SuperBodega aCuenta, y Servicios Financieros.

Lo anterior, se complementa con el constante estudio de las cifras y contenidos de los reclamos recibidos en relación al número de transacciones realizadas, con el objetivo de establecer indicadores confiables que puedan ser revisados periódicamente y sirvan para establecer planes y acciones de mejora, tanto internos como respecto al entorno competitivo.



GESTIÓN DE CONSULTAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS

GRI 4.16, PR5

Walmart Chile cuenta con diversos canales de comunicación con el objetivo de gestionar en forma amplia y efectiva las inquietudes de sus clientes.

Una vez recibida una consulta de alguno de los canales disponibles, se establece un registro en el sistema con que cuenta la Compañía, para luego asignar un especialista del equipo de soporte del área de servicio al cliente. Él, a su vez, aplica una serie de protocolos que lo llevan a interactuar con otras áreas corporativas para analizar y solucionar el requerimiento, junto con dar curso a la respuesta formal correspondiente.

Cada consulta cuenta con un número de folio único que permite conocer y controlar la capacidad y plazo de respuesta, junto con realizar seguimiento permanente.

Atención presencial en tiendas o supermercados.	Tiendas de cada formato. Específicamente en módulos de Servicio al cliente en Lider, Express de LIDER y Central Mayorista. Por su parte, en SuperBodega aCuenta y Ekono, atención corresponde a Gerente de venta o Jefe de ventas .
Atención presencial en sucursales de Walmart Chile Servicios Financieros..	Sucursales ubicadas en el mismo supermercado Lider o Express de LIDER.
Atención telefónica.	600 600 9191 (Lider y Express de LIDER, Ekono, SuperBodega aCuenta) 600 600 1990 (Ekono) 600 600 5757 (Presto) 600 400 9000 (Lider.cl)
Atención web "Contáctenos".	www.walmartchile.cl www.lider.cl www.presto.cl www.superbodegaacuenta.cl www.ekono.cl www.espaciourbano.cl
Contacto directo a gerencias de cada negocio vía e-mail.	Contacto directo vía e-mail o llamado.
Organismos reguladores de intermediación con consumidores.	SERNAC, SVS, SBIF, medios de comunicación, entre otros.
Redes sociales	Lider.cl en Facebook Lider.cl en Twitter VivamosMejor en Facebook VivamosMejor en Twitter

Acciones de protección de información privada y comercial

El Código de Ética de Walmart Chile establece acciones concretas mediante las cuales sus colaboradores deben contribuir a la seguridad de la información. Entre ellas se encuentran:

- ◆ Acceder a la información y compartirla con otros colaboradores únicamente con fines comerciales legítimos.
- ◆ Evitar el acceso no autorizado a información de estas características.
- ◆ Devolver a la Compañía toda la información privada y confidencial al dejar de trabajar para la misma.
- ◆ Si no existe la necesidad comercial o de retención de información para propósitos legales, debe ser entregada al área correspondiente.
- ◆ Si se requiere compartir información fuera de la Compañía, es necesario contar con la aprobación de la autoridad superior o la Gerencia de Asuntos Legales si así fuese necesario.

SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN DE LOS CLIENTES

GRI PR6, PR8

Walmart Chile garantiza a sus clientes la seguridad y confidencialidad de la información que recibe de ellos a través de los distintos soportes de comunicación.

A lo anterior, contribuye la existencia de políticas y sistemas de control que realizan un monitoreo permanente de las redes y flujos de información, controlando los riesgos de filtración o fuga de datos personales de los clientes. Estas acciones también tienen alcance respecto de las transacciones y relaciones comerciales con asesores, proveedores, entre otros públicos sensibles.

A la vez, la Compañía realiza auditorías de verificación de la calidad, funcionalidad tecnológica y capacidad de respuesta de estos sistemas a través de procesos de certificación en estándares reconocidos y validados internacionalmente.

Específicamente, Walmart Chile cuenta con certificaciones externas vigentes de su sistema de gestión de seguridad de la información en la norma ISO 27.000 y el estándar PCR DSS (Payment Card Industry Data Security Standard). En el caso del área de Servicios Financieros, la Compañía aplica el protocolo de seguridad DLP (Data Lost Prevention) reconocido por su efectividad en el resguardo de bases de datos y otros recursos tecnológicos.

Wal-Mart Stores, Inc. controla globalmente la efectividad de la aplicación de estos estándares y recursos tecnológicos a través del Security Operation Center (SOC) localizado en Bentonville, Arkansas. Cada vez que el equipo de trabajo de este centro detecta alguna vulnerabilidad, emite una alerta temprana que debe ser atendida de forma inmediata por los responsables locales de esta área.



MARKETING Y ENDEUDAMIENTO RESPONSABLE

GRI PR6

Walmart Chile ha establecido que su oferta de servicios financieros debe estar vinculada directamente a la promoción en sus clientes de prácticas responsables en materia de endeudamiento y capacidad de pago. Lo anterior se refleja en la permanente supervisión de estas operaciones a través de mecanismos de control para prevenir y erradicar prácticas contrarias a este enfoque en que pudiera incurrir la Compañía.

Durante 2014 un hito relevante para el proceso de ventas fue el declarar en forma abierta y explícita la voluntariedad en la contratación de seguros por parte del cliente a través de su registro en todos los contratos de servicios financieros.

También se reforzó la información clara y accesible de los contenidos y alcance de los servicios financieros contratados por el cliente, a través de la entrega de un documento resumen en el cual también está consignada la voluntariedad de contratación de productos adicionales como seguros.

Además, las distintas áreas de Walmart Chile relacionadas con servicios financieros han trabajado en conjunto para corregir o adaptar los mensajes de información y comunicación

de marketing, con el objetivo de asegurar su claridad y garantizar su plena comprensión de acuerdo a los distintos perfiles de clientes.

A este trabajo se incorporaron activamente las Gerencias Corporativas de Asuntos Legales y de Cumplimiento Normativo, las cuales cuentan con mecanismos de supervisión permanente del mapa de valorización de riesgos, el cual otorga alta prioridad al resguardo de los Derechos del Consumidor.

Nuestra responsabilidad en la gestión con proveedores

Walmart Chile tiene el interés de forjar una relación constructiva y de confianza con sus proveedores. Por ello, cuenta con términos transparentes, objetivos y conocidos con antelación por todos ellos y que se encuentran descritos en el documento Términos y Condiciones Generales de Aprovisionamiento (TCGA).

Los TCGA constituyen un verdadero manual de buenas prácticas donde se explicita, entre otros puntos, qué está estrictamente prohibido a los proveedores, y a todo su personal o representantes, ofrecer, entregar o facilitar, directa e indirectamente, a cualquier empleado o representante de Walmart Chile, comisiones,

regalos, prestaciones o incentivos, tengan o no valor comercial, que pretendan obtener un trato comercial más favorable.

Asimismo, con el fin de favorecer de los proveedores de menor tamaño, se regulan las fechas de pago de las facturas de venta de mercaderías. "A más tardar, en la primera fecha de pago de Walmart Chile siguiente al transcurso del plazo de 30 días corridos, contando desde la fecha de su recepción conforme".

En cuanto al resto de los proveedores, el documento define que "el pago de las facturas de los proveedores que no sean proveedores de menor tamaño debidamente acreditados como tales, se efectuará en la primera fecha de corte siguiente al plazo que de común acuerdo se determine y que conste en los respectivos Acuerdos Particulares Complementarios (APC)".

Los APC son documentos suscritos voluntariamente entre Walmart Chile y un proveedor en particular, los cuales fijan aspectos comerciales específicos en materias como las condiciones de aprovisionamiento, los conceptos bajo los cuales se efectuarán cobros al proveedor y su cuantía, así como los descuentos que se le apliquen.

Estos convenios se suscriben en el contexto de la aplicación de los TCGA, tienen un periodo de vigencia definido y no pueden ser modificados unilateralmente por una de las partes.





BUENAS PRÁCTICAS: CONTACT CENTER Y DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR

GRI 4.6

Para aclarar cualquier duda que surgiera sobre el proceso definido para proceder al pago de proveedores, la Gerencia Corporativa de Finanzas cuenta con una plataforma especializada denominada Contact Center, que se encarga de prestar asistencia, orientación y procurar una resolución expedita a sus inquietudes.

Adicionalmente, en el marco de la aplicación de los Términos y Condiciones Generales de aprovisionamiento (TCGA), la Gerencia Corporativa de Cumplimiento coordina la operación del mecanismo formal y abierto de Defensoría del Proveedor de menor tamaño cuyo objetivo es prevenir, acoger y resolver imparcialmente dificultades o controversias entre Walmart Chile y los proveedores de productos para sus supermercados.

Con el objetivo de facilitar el acceso y uso efectivo de este mecanismo, el portal corporativo de Walmart Chile cuenta con una sección especialmente dedicada a informar sobre las características de la Defensoría del Proveedor y la forma de presentación de reclamos.

Definición y acreditación de proveedores de menor tamaño

GRI EC6

¿Qué se entiende por proveedores de menor tamaño?

Son aquellos proveedores que, por concepto de aprovisionamiento, realicen ventas de mercaderías a Walmart Chile o sus filiales por un monto anual total, igual o inferior a 60.000 UF, excluido el importe que corresponda al IVA.

También incluye a los nuevos proveedores, hasta el mes siguiente a aquel en que, por concepto de venta de mercaderías a los supermercados, facture una suma superior a 5.000 UF.

No será considerado proveedor de menor tamaño aquel proveedor cuyas ventas totales anuales excedan las 100.000 UF.

¿Cómo se acredita la condición de proveedor de menor tamaño?

Los proveedores de menor tamaño deberán acreditar ante Walmart Chile, en forma previa y una vez por año, su calidad de tales, mediante una solicitud por escrito a la Defensoría del Proveedor y con las copias de las doce últimas declaraciones mensuales del pago de IVA.

¿Cuánto tiempo demora este proceso?

Desde la recepción hasta la acreditación, si cumple con los requisitos, el tiempo promedio del proceso no es mayor a 10 días hábiles.



La información completa sobre las políticas, sistema de gestión y programas corporativos de Walmart Chile en el área proveedores está disponible en:

www.walmartchile.cl/wps/wcm/connect/corporativo/home/proveedores

PRINCIPALES PROVEEDORES DE MERCADERÍAS DE WALMART CHILE (A DICIEMBRE DE 2014)

- EMPRESAS CAROZZI S.A.
- WATTS COMERCIAL S.A.
- AGROSUPER COMER. DE ALIM. LTDA.
- NESTLÉ CHILE S.A.
- PRODUCTOS FERNÁNDEZ S.A.
- COOP AGRÍCOLA Y LECHERA DE LA UNIÓN
- EVERCRISP SNACK PRODUCTOS DE CHILE
- CMPC TISSUE S.A.
- UNILEVER CHILE S.A.
- IMPORTADORA CAFE DO BRASIL S.A.
- SAMSUNG ELECTRONICS CHILE LTDA.
- SOC. COMER. DEL SUR LTDA.

Ninguno de los proveedores señalados en el listado anterior concentró más del 10% de las compras de la Compañía en 2014.



DESARROLLO SUSTENTABLE EN PROVEEDORES

GRI ECG

Desde 2012, el Centro de Producción y Consumo Sustentable de Fundación Chile, opera como capítulo local de The Sustainability Consortium (TSC), a través del Consorcio por la Sustentabilidad. (www.consorcioportalasustentabilidad.cl).

Este espacio colaborativo está integrado por actores del ámbito público, privado y de la sociedad civil, los cuales trabajan en conjunto para establecer estándares comunes para la evaluación de la sustentabilidad en el ciclo de vida de los productos.

Actualmente, Walmart Chile es uno de los 51 socios del Consorcio por la Sustentabilidad, en el marco del cual impulsa desde 2012 su programa de desarrollo de proveedores que busca fortalecer las capacidades de autodiagnóstico y autogestión en la sustentabilidad de las empresas, teniendo como prioridad a las pequeñas y medianas firmas que trabajan con la Compañía.

Esta iniciativa ha permitido el avance conjunto en el reconocimiento de los procesos productivos claves en la cadena de valor de estos proveedores, lo cual implica la identificación y caracterización de los impactos socioambientales que se generan en cada uno de ellos, de tal manera de establecer un sistema de gestión responsable.

Basado en lo anterior, Walmart Chile ha apoyado a estas empresas en la aplicación de planes

Liderazgo en la industria

Al igual que en 2013, Walmart Chile fue reconocido a nivel nacional como el retailer mejor evaluado entre sus principales competidores en 2014.

Este liderazgo está basado en el estudio realizado por la consultora internacional The Advantage Group (www.advantagegroup.com), la cual por quinto año consecutivo realizan la medición "The Advantage Mirror Report".

El estudio considera la evaluación de 73 proveedores que forman parte de la industria del retail y permite evaluar diferentes aspectos en cada uno de los retailers, logrando posicionar al mejor operador de supermercados entre las cadenas líderes de la industria.

Las áreas de desempeño evaluadas corresponden a: relación de negocios, personal y organización, categorías y desarrollo de negocios, desempeño en tiendas y finalmente personal y procesos de la cadena de abastecimiento. En todas ellas, Walmart Chile obtuvo el primer lugar.

de mejoramiento del ciclo de vida de sus productos, los cuales cuentan con objetivos claros cuyo cumplimiento se verifica a través de indicadores cuantitativos y cualitativos.

Además, se espera que estos proveedores puedan reportar a sus grupos de interés más relevantes respecto de los programas y acciones que están aplicando para mejorar su oferta de productos.

Nuestro compromiso con la comunidad

GRI EC8, SO1, SO9, SO10

Walmart Chile mantiene una permanente preocupación por los impactos que generan sus actividades, teniendo en cuenta las características específicas de cada uno de los grupos de interés con los cuales se vincula buscando relaciones de diálogo, colaboración y trabajo conjunto.

Al respecto, la estrategia de vinculación con la comunidad de Walmart Chile establece tres líneas de acción fundamentales:

- 1) **Favorecer el desarrollo de la comunidad:** La Compañía impulsa una serie de iniciativas de responsabilidad social que aportan a la superación de la pobreza y la exclusión a nivel local y nacional. Las características de estos programas se ajustan a las demandas y necesidades específicas de las comunidades y el medio en el cual se desarrollan.
- 2) **Favorecer el empoderamiento económico de la mujer:** La mayor parte de los clientes y colaboradores de Walmart Chile son mujeres, por lo que la Compañía cuenta con programas específicos para favorecer su desarrollo personal y familiar.
- 3) **Contribuir a erradicar el hambre y la desnutrición:** Dadas las características de su actividad comercial, para Walmart Chile resulta indispensable generar una oferta de productos y servicios básicos de alta calidad y accesibles para la comunidad. Este enfoque permite que la Compañía contribuya a mejorar la calidad de vida de las familias, especialmente en cuanto a la satisfacción de las necesidades de alimentación y nutrición saludable.

En 2014, la gestión social de Walmart Chile en 2014 estuvo marcada por la ejecución de distintas iniciativas vinculadas a la estrategia Vivamos Mejor (www.vivamosmejorwalmartchile.cl), que integra y coordina los esfuerzos que la Compañía hace en materia de sustentabilidad, responsabilidad social y diversidad e inclusión. A continuación, se reporta sobre la gestión y resultados de los principales programas.

EL KILÓMETRO DE MI SUPERMERCADO

Esta iniciativa busca la focalización de la inversión social de la Compañía al establecer un área geográfica de un kilómetro alrededor de los locales comerciales de Walmart Chile. De esta manera, las comunidades que se encuentran dentro de este territorio son prioridad para la Compañía.

En alianza con estas comunidades, el programa lleva a cabo acciones de:

- ◆ Promoción de Puntos Limpios locales.
- ◆ Incentivo al reciclaje de bolsas plásticas y uso de material reutilizable.
- ◆ Fomento de las donaciones con fines sociales en las cajas de pago.
- ◆ Oferta y oportunidades de trabajo a vecinos de los supermercados.
- ◆ Voluntariado corporativo en conjunto con organizaciones sociales locales.
- ◆ Financiamiento de proyectos presentados por la comunidad.
- ◆ Educación y promoción de alimentación y nutrición saludable.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

A través de la plataforma digital "Yo Ayudo", Walmart Chile contribuye a canalizar la participación de sus colaboradores en proyectos sociales liderados por reconocidas organizaciones de la sociedad civil.

Este canal de solidaridad incluye opciones como la donación de dinero o especies, el acompañamiento a personas en situación de pobreza o exclusión social y el apoyo profesional voluntario a través del aporte de horas de trabajo en funciones relacionadas con el ámbito laboral en el que la persona se desempeña.

Algunas de las instituciones con las cuales trabaja el programa "Yo Ayudo" de Walmart Chile son Fundación TECHO, Fundación Mar de Chile, Red de Alimentos y Fundación Pro Bono.

POLÍTICA DE BUEN VECINO

Dentro de la cultura de Walmart Chile está el contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades en donde la Compañía está presente. Este compromiso nace de la convicción de que nuestra Misión "Ahorrarle dinero a nuestros clientes, para que puedan vivir mejor" no sólo nos invita a trabajar para ofrecer precios bajos todos los días, sino que también a preocuparnos activamente por el bienestar de las personas y comunidades a las que servimos.

La Política de Buen Vecino consiste en una serie de procedimientos que deben seguir quienes participan en las etapas de desarrollo, construcción y operación, cuando están frente a un proyecto que potencialmente puede afectar a la comunidad.

EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LA MUJER

La contribución de Walmart Chile al desarrollo social de nuestro país identifica a la población femenina como un grupo prioritario, teniendo en cuenta su importancia como público de interés de la Compañía, así como la necesidad de terminar con las barreras que enfrenta desde la perspectiva de su desarrollo personal, laboral y social.

El programa "COMPITE +1000 Mujeres" responde a este enfoque estratégico en cuanto entre-

Fondo concursable para proyectos comunitarios

En 2014, por segundo año consecutivo, Walmart Chile convocó al Fondo Concursable "El Kilómetro de Mi Supermercado", con el objetivo de financiar proyectos de organizaciones sociales que actúan en el área de influencia de algún supermercado Lider, Express de LIDER, Ekono, SuperBodega aCuenta o Central Mayorista.

En esta oportunidad, se adjudicó financiamiento por hasta 1 millón de pesos a 74 organizaciones comunitarias que presentaron proyectos en temas como desarrollo de la mujer, diversidad e inclusión, cuidado del medio ambiente, alimentación saludable y seguridad.

De esta manera, organizaciones de 10 Regiones de Chile ejecutarán programas que beneficiarán a más de 50 mil personas durante 2015.

ga un apoyo integral a pequeñas y medianas empresas proveedoras de la Compañía que son lideradas por mujeres. La iniciativa se basa en la aplicación de un modelo desarrollado por el Centro de Innovación, Emprendimiento y Tecnología de la Universidad Adolfo Ibáñez y que cuenta con la colaboración de Walmart Chile, entre otras empresas.

Durante un periodo de 9 meses, este programa trabaja con cada una de las empresas seleccionadas a través de un equipo profesional y técnico especializado que aporta al fortalecimiento de distintos ámbitos de gestión estratégica y operativa (modelo de negocios, finanzas, marketing y ventas, entre otras). Junto con lo anterior, las líderes trabajan en todas aquellas competencias personales, sociales y de emprendimiento que son claves en el ámbito empresarial.

Durante 2014, "COMPITE +1000 Mujeres" involucró a más de 30 empresas de las Regiones de Tarapacá, Bio-Bío, Los Lagos y Metropolitana. Además, entregó 15 becas destinadas a la capacitación y desarrollo productivo de proveedoras y clientes de los supermercados Líder, Express de LIDER, Ekono, SuperBodega aCuenta y Central Mayorista.

MUJERES EMPRESARIAS

Con el objetivo de seguir contribuyendo al fortalecimiento del empoderamiento femenino en nuestro país, Walmart Chile colabora desde el año 2007 con Mujeres Empresarias, organización que promueve el emprendimiento femenino y el rol de la mujer ejecutiva en la sociedad.

Fundada en 2001, Mujeres Empresarias es la primera red de líderes en Chile que apoya a las empresarias, profesionales y emprendedoras a través de una importante red de contactos que le permite su inclusión en el mundo económico y de los negocios.

Esta organización está integrada por más de 3 mil socias quienes asisten a sus eventos, utilizan los diferentes servicios, se capacitan, forman redes y acceden a difusión en los medios.



Testimonio

Alejandra Ayres, propietaria y gerente de la empresa Mi Jardín Secreto

La empresa Mi Jardín Secreto, dedicada a la comercialización de hierbas aromáticas y otros productos naturales en la zona de Buin, ha participado en el programa "COMPITE +1000 Mujeres". Alejandra Ayres, propietaria y gerente de esta empresa, relata sus experiencias en esta iniciativa.

"Creo que el principal aprendizaje tiene que ver sobre todo con ordenar la casa, con darse la oportunidad y el tiempo para mirarse para adentro. En una empresa chica hay poco espacio para afinar esos temas".

"Cuando uno es una PYME trata de tomar todas las oportunidades, a veces sin un buen análisis de los costos y márgenes. El programa nos ha obligado a analizar cuáles son los productos que están funcionando mejor, cuáles están subsidiando a otros, etc."

"Definitivamente las mujeres tenemos un enfoque especial y hemos consolidado una muy buena relación entre las participantes, porque aunque somos de distintos rubros, tenemos los mismos problemas, ya sea logísticos, de producción, etc. Esa posibilidad de encontrarlos y conversar la hemos valorado un montón a través del programa".

"Agradezco a Walmart la posibilidad de participar en el COMPITE +1000, porque estar en el retail es un tremendo esfuerzo, si uno está y se ha mantenido, es porque hay mucho trabajo detrás, por eso yo creo que nos eligieron para formar parte del programa y potenciarnos".





CONTRIBUIR A ERRADICAR EL HAMBRE Y LA DESNUTRICIÓN

Walmart Chile es socio estratégico y fundador de la Corporación Red de Alimentos. Su misión es ser un puente entre los productores, comercializadores y distribuidores de alimentos, con aquellos que padecen inseguridad alimentaria. Para ello, Red de Alimentos recibe productos alimenticios, y se encarga de distribuirlos entre distintas organizaciones sociales con iniciativas en este ámbito.

En 2014, la Compañía cumplió cuatro años impulsando esta iniciativa que cuenta con más de 50 mil beneficiarios (familias de bajos ingresos, niños, jubilados y personas en situación de calle, entre otros), a los cuales es posible ayudar gracias a la intermediación de más de 100 organizaciones sociales especializadas.

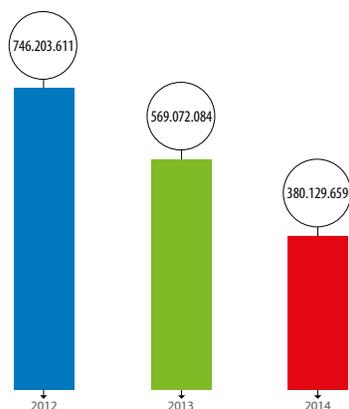
RECAUDACIÓN DE DONACIONES EN CAJA

Desde 1996, Walmart Chile tiene un programa de responsabilidad social empresarial destinado a incentivar a nuestros clientes para que realicen una pequeña donación a través de sus vueltos al momento de pagar sus compras en las cajas de nuestros supermercados Lider y Express de LIDER.

Los montos se entregan mensualmente y de manera íntegra al Hogar de Cristo y Refugio de Cristo, para apoyar la labor que estos realizan en beneficio de adultos mayores, jóvenes con problemas de adicción, víctimas de violencia intrafamiliar, preescolares y lactantes, entre otros grupos vulnerables.

Nuestra Compañía no recibe ningún beneficio tributario por los montos aportados por los clientes y el procedimiento de recaudación cuenta con la aprobación del Servicio de Impuestos Internos (SII).

COMPARATIVO DONACIONES DE CLIENTES 2012, 2013 Y 2014



Por un Chile Lider Educamos

GRISO1

Walmart Chile desarrolla este programa en conjunto con la Fundación Mar de Chile con el objetivo de promover la importancia de la alimentación saludable (con especial atención en los productos del mar), el autocuidado en salud y la protección del medioambiente en las comunidades educativas.

“Por un Chile Lider Educamos” entrega capacitación a profesores, apoderados y alumnos de 5^{to} Básico de colegios vecinos a supermercados, a través de charlas en sus propios colegios y escuelas, en las que participan colaboradores de la Compañía y miembros de la Fundación Mar de Chile, a través de exhibiciones en terreno con material pedagógico y multimedial preparado especialmente para el programa.

En 2014, este programa trabajó con comunidades educativas de 106 colegios y escuelas desde Arica a Punta Arenas, ubicadas en las áreas de influencia de 26 supermercados Lider. De esta manera, se logró llegar a más de 7 mil estudiantes involucrando también a padres, apoderados y profesores.

Nuestro rol para aportar a la sustentabilidad ambiental

Walmart Chile asume su importante rol de intermediación en la cadena de comercialización de productos a través de una evaluación constante de los impactos que sus operaciones generan directa e indirectamente en el medioambiente, con el objetivo de mejorar constantemente su gestión de sustentabilidad en esta materia.

Siguiendo las directrices de Wal-Mart Stores, Inc. a nivel global, el trabajo de la Compañía está centrado en las siguientes áreas:

- Residuos:** Optimización de los procesos con el objetivo de reducir la generación de desechos y aplicar acciones efectivas de reciclaje, que permitan avanzar hacia la meta de no generar residuos que deban trasladarse a rellenos sanitarios.
- Energía:** Walmart Chile está trabajando en la constante aplicación de soluciones técnicas de eficiencia a sus sistemas de iluminación, calefacción y refrigeración.
- Productos:** La Compañía busca que sus clientes no tengan que optar entre un producto que pueden pagar y uno que es bueno para sus familias y el planeta. En este sentido, se trabaja en coordinación con sus proveedores con el fin de contar con productos amigables con el medioambiente y que, a la vez, ofrezcan calidad y bajos costos.

GESTIÓN DE RESIDUOS

EN22

Todas las tiendas, centros comerciales y de distribución de Walmart Chile disponen de sistemas de manejo de residuos en trastienda que permiten reciclar diversos materiales. Entre estos se encuentran el cartón y el stretch film, materiales de frecuente uso en el embalaje de los productos disponibles en sus locales.

En 2014, este programa permitió reutilizar y/o reciclar el 36,24% del total de residuos sólidos asimilables a desechos domésticos generados por las operaciones de las tiendas y centros de distribución. Dentro de estos residuos reciclados se encontraban papel, cartón, stretch film y aceites de cocina ya utilizados.

Relacionado con lo anterior, en 2014 Walmart Chile siguió avanzando en el desarrollo de sus iniciativas para la reducción en la generación de residuos, junto con la sustitución por materiales que implican menor impacto ambiental.

GESTIÓN DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

EN16, EN18

Nuestras emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) son medidas anualmente de acuerdo al Protocolo del "Carbon Disclosure Program", incluyendo los alcances 1 y 2. Esto se refiere, en primer lugar, a las emisiones que provienen de las fuentes que posee o controla la Compañía y se incluye una estimación de emisiones de la flota contratada para la distribución de los productos desde los centros de distribución a las tiendas (Alcance 1); y segundo, las emisiones cuyo origen es la generación de electricidad comprada y consumida por los equipos de la Compañía (Alcance 2), respectivamente.

Todas estas estimaciones y resultados son reportados anualmente a nuestra casa matriz en Bentonville y, a la vez, son auditados por Deloitte, permitiéndonos como Walmart participar en iniciativas de reportes tal como la Carbon Disclosure Project (CDP).

Como Compañía hemos abordado la medición de los GEI de forma progresiva, como un proceso de mejora continua que incorpora nuevos componentes y unidades de negocio en la medida que se establecen los procesos para recabar su información.

Hasta 2012 nuestra medición se fundamentaba en los registros de consumo de electricidad, combustibles en tiendas (gas natural y gas licuado) y combustibles para transporte (petróleo diesel y gasolina). En 2013 se sumaron nuevos conceptos, como gases refrigerantes, lo que explica parcialmente el aumento que arroja la medición correspondiente a dicho año. El aumento también se debe a la apertura de nuevas tiendas entre un año y otro.

EMISIÓN DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)

ALCANCE	2012 (TONELADAS CO ₂ e)	2013 (TONELADAS CO ₂ e)	2014 (TONELADAS CO ₂ e)
Alcance 1	108.103	178.812	196.403
Alcance 2	153.095	227.610	227.355
TOTAL	261.198	406.422	423.758

RECICLAJE

MATERIALES RECICLADOS	2012	2013	2014
Cartón y stretch film	33.649 ton	40.143 ton	42.473 ton
Aceite de cocina usado	1.380 ton	1.486 ton	1.407 ton

Incentivo al uso de bolsas reutilizables

Durante 2014, Walmart Chile realizó por cuarto año consecutivo su concurso "Embolsa Tu Idea" que premia a personas que propongan diseños creativos y que promuevan el consumo responsable para aplicar en las bolsas reutilizables de los supermercados Líder, Express de LÍDER, Ekono y SuperBodega a Cuenta.

El concurso permite difundir las ventajas que ofrece al cliente el uso de este tipo de bolsas amigables con el medioambiente y que ayudan a la disminución en la generación de residuos. Para el 2014 se buscó promover el "Consumo Responsable", temática sobre la cual se recibieron 403 diseños.

Los diseños seleccionados quedan impresos en las bolsas y registran el nombre del autor. Además, los ganadores reciben una "gift card" de 200 mil pesos canjeables por productos en los supermercados de Walmart Chile.

En este concurso también pueden participar colaboradores de la Compañía con el fin de fortalecer estas prácticas de consumo al interior de la organización.

La información completa sobre esta iniciativa está disponible en el sitio:

www.vivamosmejorwalmartchile.cl

EFICIENCIA ENERGÉTICA

GRI EN3,EN4,EN5,EN6

Una preocupación permanente de Walmart Chile es la optimización del consumo energético, enfocando sus esfuerzos en gestionar eficientemente la energía. Para esta tarea se revisa la estructura de sus puntos de atención, mejorando la calidad y tecnología de los equipos adquiridos, y aplicando programas de clase mundial en las áreas de mantención y actualización de infraestructura.

La Compañía cuenta con un programa para mejorar el desempeño energético reemplazando las luminarias por alternativas más eficientes. A fines de 2013 se adoptó la medida de implementar en todos los supermercados, tanto nuevos como en remodelaciones, la tecnología LED (a menos que la existente sean lámparas fluorescentes T5). Como medida complementaria también se ha aumentado el uso de lucarnas para un mejor aprovechamiento de la luz natural en los nuevos locales.

Además se está realizando un programa piloto que consiste en la colocación de puertas de media temperatura (MT²) en refrigeradores de las salas de los supermercados. Esto se encuentra en etapa de evaluación para verificar su impacto real en el ahorro energético y en las ventas.

Finalmente, desde fines de 2014 se comenzó a introducir progresivamente en los supermercados el Control Centralizado, que permite operar en un comando único la iluminación y climatización, así como visualizar el funcionamiento de la refrigeración.

Cabe mencionar que a diario Walmart Chile trabaja con el objetivo de abastecerse con una matriz que incluya fuentes renovables no convencionales (ERNC).



Sello de Eficiencia Energética 2014

La calidad de los programas en el área energética de Walmart Chile fueron reconocidos con el Sello de Eficiencia Energética 2014, que entrega el Ministerio de Energía en conjunto con la Agencia Chilena de Eficiencia Energética.

El Sello fue otorgado a la Compañía "por haber desarrollado diversas iniciativas en el ámbito de la eficiencia energética, entre las cuáles se destaca el desarrollo de una campaña de sensibilización y mejora de indicadores energéticos entre más de 200 locales", según se afirma en el galardón.

En la ceremonia de entrega del reconocimiento, el ministro de Energía, Máximo Pacheco, destacó a Walmart Chile "por su preocupación frente a lo que debe ser un desafío país, ya que la eficiencia energética es la fuente de energía más limpia, segura y económica, por lo mismo, debe ser una prioridad para todos asegurar que Chile no la desperdicie".

La información completa sobre el Sello de Eficiencia Energética 2014 está disponible en el sitio www.selloee.cl

Consumos directos de energía a partir de fuentes primarias



ELECTRICIDAD (MWh/AÑO)

471.511



GAS LICUADO (PROPANO)
(LITROS/AÑO)

8.497.798



GAS NATURAL (M3/AÑO)

2.566.041



COMBUSTIBLES (PETRÓLEO DIÉSEL)
(LITROS/AÑO)

11.548.699



PUNTOS LIMPIOS

Con el fin de ofrecer a sus clientes un servicio de alta calidad para el reciclaje, Walmart Chile impulsa desde 2013 la primera Red de Reciclaje Colectivo con presencia en distintas comunas de Santiago. En este programa, la Compañía trabaja en conjunto con las empresas Coca-Cola Chile, Unilever, PepsiCo y Nestlé Chile y recibe el apoyo especializado de la firma Triciclos que tiene a su cargo la operación de la Red.

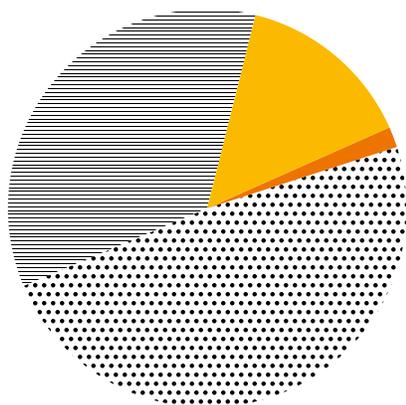
En 2014, los puntos de reciclaje operaron en Lider Cordillera y Lider Príncipe de Gales, que en conjunto recuperaron un total de 166.328 kg/año (vidrio, metales, celulosa y plástico, principalmente). Este material es equivalente a 995 toneladas de CO₂ no emitidas, lo cual corresponde al total de emisiones anuales de 226 personas en Chile.

Además, durante 2014 culminó la instalación de tres nuevos puntos limpios que entrarán en plena operación en 2015. Ellos están ubicados en Lider Av. Central (comuna de Maipú), Lider Oeste (Cerrillos) y Express de LIDER Pedro Fontova (Huechuraba).

ECO – Equivalencias puntos limpios

DICIEMBRE 2014 E HISTÓRICO

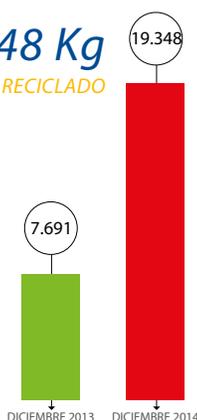
Red de Puntos Limpios



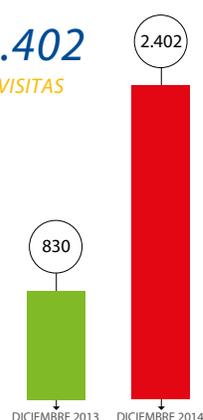
166.328 Kg KG TOTAL HISTÓRICO ACUMULADO 2013 - 2014

Material Reciclado y Visitas Red de Puntos Limpios

19.348 Kg
KG TOTAL RECIKLADO



2.402
VISITAS



Este es el ahorro a los ecosistemas que ha permitido la Red de Puntos Limpios desde su inauguración

991
ÁRBOLES QUE NO FUERON CORTADOS

2.488.403
HORAS DE AMPOLLETAS (100W) ENCENDIDAS

220
AUTOS FUERA DE CIRCULACIÓN

17.495
DUCHAS DE 5 MINUTOS

995
TONELADAS DE CO₂ QUE NO FUERON EMITIDAS

EQUIVALENTE A EMISIÓN ANUAL DE CO₂ DE **226** PERSONAS EN CHILE

PRODUCTOS MÁS SUSTENTABLES

GRI 4.12, EN26

Desde abril de 2014, las cadenas de supermercados Líder y Express de LIDER informan a sus clientes qué productos cuentan con respaldos serios y comprobables respecto al trabajo que están realizando para reducir su impacto ambiental y así ser más amigables con el entorno. Un ícono con la leyenda "Producto Más Sustentable": se podía ver en las góndolas de las salas de ambas cadenas, así como también, en sus catálogos impresos y en Lider.cl.

Actualmente en los supermercados de ambas cadenas se destacan más de 220 artículos como "Productos Más Sustentables", en categorías como aceites, vinos, carne de cerdo y pescado, artículos de cumpleaños, frutas y verduras, galletas, papas fritas, artículos de escritorio e infusiones.

Los respaldos que acreditan su condición sustentable están disponibles en el sitio en Internet (www.lider.cl/vivamosmejor), de manera que los consumidores puedan verificar en forma transparente la información desde cualquier ubicación.

Para constituir esta oferta, Walmart Chile invita a sus proveedores a que presenten aquellos productos que consideren pueden ser destacados como "Más Sustentables" ante los clientes. Para incorporarlos, la Compañía pide los respaldos técnicos y las certificaciones entregadas por una entidad experta acreditada, además del análisis comercial correspondiente. De esta manera, se logra actualizar e incrementar esta oferta.



Por otra parte, Walmart Chile ha impulsado durante cinco años el programa "Agricultura Sustentable" que busca ampliar el acceso a productos cada vez más diversos, sanos, seguros y a la vez sustentables, a través del apoyo a pequeños y medianos agricultores que enfrentan el desafío de cumplir con altos estándares de producción y protección ambiental.

El programa "Agricultura Sustentable", busca asesorar, de forma gratuita, a proveedores locales sobre prácticas más sustentables, relacionadas con el uso del agua, de la energía y respeto por el medio ambiente, para ofrecer a los clientes productos más sanos. La Compañía lleva a cabo este proyecto de forma directa con los beneficiados.

Esta labor ha cubierto varias zonas del país, duplicando la cantidad de proveedores locales que existían en 2011. Como resultado, se han logrado productos de alta calidad y prácticas más sustentables y eficientes en el proceso productivo y se ha reducido la huella de carbono en muchos de los productos que se desarrollan bajo este programa.

Para cumplir con este objetivo, la Compañía trabaja en conjunto con el Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario (INDAP) en distintas zonas del país, permitiendo que los agricultores adopten progresivamente el protocolo básico de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) basado en estándares reconocidos y exigidos globalmente.







Elaboración del Reporte

GRI 3.1, 3.2, 3.5, 3.6, 3.13, 4.17

El Reporte de Responsabilidad Corporativa 2014 de Walmart Chile informa sobre el desempeño y resultados de la Compañía en materia de sustentabilidad incluyendo sus tres dimensiones fundamentales: económica, social y medioambiental.

Los contenidos del documento abarcan el período anual comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2014, y establecen como alcance los programas aplicados en todas las unidades de negocios y plataformas de comercialización de bienes y servicios que comprende la gestión de Walmart Chile.

Este proceso de reporte hacia los grupos de interés de la Compañía se desarrolló mediante la aplicación de los principios y requerimientos técnicos de la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3.1, de tal manera de cumplir con los estándares y recomendaciones internacionales en esta materia.

De acuerdo a los principios y el sistema de niveles de aplicación de GRI-G3.1, la Compañía realizó la autocalificación del reporte y concluyó que corresponde al nivel B de aplicación. La información en detalle sobre los requisitos de cumplimiento de este nivel en particu-

lar está disponible en el sitio oficial de GRI (www.globalreporting.org), al igual que el sistema completo de dimensiones, aspectos, indicadores y protocolos que define GRI.

Para garantizar la comunicación, transparencia y seguimiento del desempeño en materia de sustentabilidad por parte de los distintos públicos de interés, los reportes anuales de Walmart Chile están disponibles en la sección Responsabilidad Corporativa del sitio www.walmartchile.cl

Grupos de interés y temas materiales

El estándar GRI-G3.1 indica que la organización que reporta sobre su gestión en sustentabilidad debe aplicar el principio de materialidad, cuyo cumplimiento está determinado por dos consideraciones: la importancia de los impactos de la organización y las prioridades de sus grupos de interés.

Walmart Chile aplicó una serie de instrumentos cuantitativos y cualitativos para realizar este análisis y garantizar la validez de sus conclusiones. Las principales herramientas utilizadas fueron:

- ◆ Análisis de los reportes de sustentabilidad de Compañías con participación relevante en la industria del retail en los ámbitos local e internacional, utilizando la modalidad de "benchmark sectorial".
- ◆ Revisión de los resultados de estudios de opinión internos y externos con el objetivo de profundizar en la percepción de distintos grupos de interés respecto de la Compañía y la industria del retail en general.
- ◆ Estudio de documentación de diversas fuentes el cual incluyó información corporativa, publicaciones de medios de comunicación, análisis especializados en el ámbito de sustentabilidad, entre otros contenidos.
- ◆ Entrevistas con los principales ejecutivos y gerentes de Walmart Chile para conocer los enfoques de gestión en sustentabilidad de las áreas que lideran, junto con solicitar la información necesaria para responder correctamente a los indicadores de la metodología GRI-G3.1 .

Estos insumos permitieron elaborar la matriz de materialidad que se aplicó para el desarrollo de los distintos temas incluidos en este reporte.



Matriz de materialidad

TEMAS DE ALTO INTERÉS > 70%		1	2
TEMAS DE MEDIANO INTERÉS > 41%		4	3, 5, 6, 7, 8
TEMAS DE BAJO INTERÉS < 40%			
	TEMAS DE BAJO IMPACTO EN EL NEGOCIO	TEMAS DE MEDIANO IMPACTO EN EL NEGOCIO	TEMAS DE ALTO IMPACTO EN EL NEGOCIO

Conclusiones materialidad

- 1 Gestión de residuos y reciclaje
- 4 Diversidad, inclusión y equidad de género
- 7 Gestión de la ética y cumplimiento
- 2 Relación con proveedores con prácticas sustentables
- 5 Endeudamiento responsable
- 8 Preocupación por el pequeño proveedor
- 3 Capacitación y desarrollo de trabajadores
- 6 Reducción de envases y embalajes

Tabla de Indicadores GRI

Los indicadores que no fueron reportados por la empresa no aparecen en el listado.

GRI 3.12

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN BREVE DEL INDICADOR	OBSERVACIÓN	PÁGINA
1.1	Declaración del Máximo Responsable: Gerente General y/o Presidente Directorio	Reportado	4
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades de la organización	Parcialmente reportado	25, 34
2.1	Nombre de la Organización	Reportado	22
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios de la organización	Reportado	25, 42
2.3	Estructura operativa de la organización	Reportado	25
2.4	Localización de la sede principal	Reportado	6
2.5	Número y nombre de los países donde opera la organización	Reportado	7
2.6	Naturaleza de la propiedad de la organización	Reportado	19
2.7	Mercado servicios	Reportado	26
2.8	Dimensiones de la organización / Grandes números	Reportado	26
2.9	Cambios significativos en la estructura de la organización	Reportado	8
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo del reporte	Reportado	8, 21
3.1	Período cubierto por el reporte	Reportado	56
3.2	Fecha reporte anterior	Reportado	56
3.4	Punto de contacto para consultas sobre el reporte	contacto.chile@walmart.com	2
3.5	Proceso de definición del contenido del reporte	Reportado	57
3.6	Cobertura del reporte	Reportado	56
3.12	Tabla de contenidos	Reportado	58
3.13	Elaboración del reporte	Reportado	56
4.1	Estructura de Gobierno Corporativo	Reportado	14
4.2	Sobre el Presidente: ¿ocupa cargo ejecutivo?	Reportado	14
4.3	Número y sexo de directores independientes	Reportado	14
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para dar recomendaciones al directorio	Reportado	14
4.5	Vínculo entre retribuciones y desempeño del Directorio	Reportado	14, 19
4.6	Procedimientos para evitar conflictos de interés	Reportado	16, 34, 46
4.7	Composición, Capacitación y experiencia del Directorio	Parcialmente reportado	15
4.8	Misión y Valores de la organización	Reportado	25
4.9	Ética corporativa y gestión anticorrupción	Reportado	16
4.10	Procedimientos para evaluar al Directorio	Reportado	14
4.11	Principio de Precaución y gestión de riesgos	Parcialmente reportado	16
4.12	Adhesión a Iniciativas externas y/o apoyo a programas social, ambiental, económicos	Reportado	54
4.13	Principales asociaciones a las que pertenece la organización	Reportado	21
4.14	Indicar y presentar los Grupos de Interés	Reportado	20

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN BREVE DEL INDICADOR	OBSERVACIÓN	PÁGINA
4.16	Indicar cómo se interactúa con los Grupos de Interés	Reportado	20, 43
4.17	Indicar las preocupaciones de los Grupos de Interés y cómo la empresa se hace cargo	Reportado	20
EC1	Valor económico directo e indirecto	Reportado	11
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto de proveedores locales	Parcialmente reportado	46, 47
EC7	Procedimientos para la contratación local	Parcialmente reportado	17
EC8	Desarrollo e impacto de las infraestructuras para el beneficio público	Parcialmente reportado	48
EN3	Consumo directo de energía	Parcialmente reportado	52
EN4	Consumo indirecto de energía	Parcialmente reportado	52
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	Parcialmente reportado	52
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía	Reportado	51
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	Reportado	51
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero	Reportado	51
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	Parcialmente reportado	51
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios	Reportado	54
LA1	Total de trabajadores por tipo de empleo, contrato y región, desglosadas por género	Reportado	37
LA2	Número total de empleados y rotación media, desglosados por grupo de edad, sexo y región	Reportado	37
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa	Reportado	39
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un contrato colectivo de trabajo	Reportado	37
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado	Parcialmente reportado	41
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua	Parcialmente reportado	41
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño	Parcialmente reportado	41
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo	Reportado	14, 17
HR5	Operaciones y proveedores en las que la libertad de asociación pueda correr riesgos	Parcialmente reportado	16
HR6	Operaciones y proveedores que conllevan un riesgo de explotación infantil	Parcialmente reportado	16
HR7	Operaciones y proveedores identificados como de riesgo de trabajo forzado	Parcialmente reportado	16
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en DD.HH.	Parcialmente reportado	41
SO1	Programas y prácticas de Responsabilidad Social	Reportado	48
SO9	Operaciones con impactos negativos potenciales o reales en las comunidades locales	Reportado	48
SO10	Medidas de prevención y mitigación de impactos negativos en las comunidades locales	Reportado	48
PR1	Productos y servicios que se evalúan para mejorar la seguridad del cliente	Reportado	42
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente	Reportado	43
PR6	Estandares de marketing y publicidad	Reportado	44, 45
PR8	Número total de quejas justificadas	Parcialmente reportado	44

